LG München zum Bestellbutton, der Checkout-Seite und Bewertungen

Aus der Beschriftung des Bestellbuttons muss eindeutig hervorgehen, dass der Verbraucher mit Klick auf den Button einen zahlungspflichtigen Vertrag schließen wird. Das LG München I (Urt. v. 19.6.2023 - 4 HK O 9117/22) entschied nun, dass die Formulierung „Jetzt Mitglied werden“ diesen Anforderungen nicht genüge. Zudem seien die Pflichtangaben unmittelbar vor Abschluss des Vertrages zu erfüllen. Auch zu den neuen Informationspflichten bei Bewertungen äußerte sich das Gericht.

Die Beklagte bietet Verbrauchern ein kostenpflichtiges Abonnement für Investment-Analysen an. Der Bestellvorgang enthält auf der letzten Unterseite einleitend Informationen zu dem monatlichen Gesamtpreise und zudem Kündigungsfristen. Erst durch Scrollen gelangt der Verbraucher zur Eingabe seiner Account-Informationen sowie zu einer Maske für Rechnungs- und Zahlungsdaten. Durch weiteres Scrollen gelangt der Verbraucher schließlich zu den Bestelldaten, der mit den Worten „Jetzt Mitglied werden“ beschriftet ist. Zudem macht die Beklagte Verbraucherbewertungen zugänglich. Ein Hinweis darauf, ob und wie die Beklagte sicherstellt, dass diese Bewertungen von echten Kunden stammen, erfolgt auf dieser Seite nicht. Gegen diese Darstellungen wandte sich die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg und mahnte die Beklagte erfolglos ab. Sie sah hierin Verstöße gegen die Button-Lösung und gegen § 5b Abs. 3 UWG, der die neuen Informationspflichten zu Bewertungen enthält.

Das LG München I entschied nun, dass der Klägerin die geltend gemachten Unterlassungsansprüche zustehen.

Rechtlicher Hintergrund

§ 312j Abs. 3 BGB bestimmt Folgendes:

Der Unternehmer hat die Bestellsituation bei einem Vertrag nach Absatz 2 so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche, ist die Pflicht des Unternehmers aus Satz 1 nur erfüllt, wenn diese Schaltfläche gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist.

Zudem muss der Unternehmer nach § 312j Abs. 2 BGB bei Verbraucherverträgen, die Verbraucher zur Zahlung verpflichten, unmittelbar vor Abgabe der Bestellung klar und verständlich und in hervorgehobener Weise die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung, den Gesamtpreis einschl. der anfallenden Versandkosten, die Kündigungsmodalitäten und die Laufzeit angeben.

Bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, der den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet, muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen gemäß Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1, 5 bis 7, 8, 14 und 15 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche, unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen.

Grundlage hat diese Bestimmung in Art. 8 Abs. 2 Unterabsatz 2 Verbraucherrechtlinie (RL 2011/83/EU).

Button-Lösung gilt auch für kostenlose

Testphase und Abonnements

Zunächst stellte das Gericht klar, dass die Klägerin die Anforderungen des § 312j Abs. 3 BGB nicht erfüllt habe. Die Schaltfläche „Jetzt Mitglied werden“ genüge nicht den gesetzlichen Anforderungen.

*Gemäß § 312 j Abs. 3 BGB muss ein Unternehmer bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr die Bestellsituation so gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche, ist die Pflicht des Unternehmers aus Satz 1 nur erfüllt, wenn **diese Schaltfläche gut lesbar und mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet** ist.*

Dies war bei dem Button der Beklagten „Jetzt Mitglied werden“, mit dem eine Zahlungspflicht nach dem kostenlosen Probemonat ausgelöst wurde, unstreitig nicht der Fall.

Dies hat zur Folge, dass dem Kläger diesbezüglich ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8, 3, 3 a UWG i.V. m. 312 j Abs. 3 Satz 2 BGB, 5 a Abs. 2, Abs. 5 UWG zusteht.

Die Beklagte versuchte sich damit zu verteidigen, dass die Formulierung „kaufen“ bzw. „bestellen“ hier fehl am Platze wäre und den Verbraucher mehr verwirren würde, als dass die Formulierung ihn aufklären oder warnen würde. Mit der Wortwahl „Jetzt Mitglied werden“ würde sie weder Informationen verschleiern noch den Verbraucher dadurch in eine „Abofalle“ locken. Mit diesem Argument drang sie natürlich nicht durch, es seien andere Formulierungen möglich.

Das Argument, „zahlungspflichtig bestellen“ oder „kaufen“ bringe nicht die Dauerhaftigkeit der Vertragsbeziehung zum Ausdruck oder passe auf einen Abonnementvertrag nicht, ändert hieran nichts. Der Beklagten stünden zahlreiche Formulierungen zur Verfügung, die die Zahlungspflichtigkeit auch im Rahmen eines Abonnements unmissverständlich (nach Ablauf eines Testmonats) zum Ausdruck bringen, z. B. „kostenpflichtig abonnieren (1 Probemonat kostenlos)“.

Pflichtinformationen auf der Checkout-Seite

Das Gericht stellte zudem klar, dass der Unternehmer nach § 312j Abs. 2 BGB dazu verpflichtet sei, bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr dem Verbraucher die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung, den Gesamtpreis einschl. der anfallenden Versandkosten, die Kündigungsmodalitäten und die Laufzeit unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung zu stellen. Nach der Gesetzesbegründung seien diese Voraussetzungen dann erfüllt, wenn die Informationen und die Schaltfläche bei üblicher Bildschirmauflösung gleichzeitig zu sehen sind, ohne dass der Verbraucher scrollen muss. Diesen Maßstäben genüge die Darstellung nicht.

Gemäß § 312 j Abs. 2 BGB muss ein Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr dann, wenn der Verbraucher durch den Vertrag zur Zahlung verpflichtet wird, der Unternehmer die Informationen gemäß Art. 246 a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, 5 bis 7, 8, 14 und 15 EGBGB unmittelbar, bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen.

*Nach der Gesetzesbegründung (BT Drucksache 17/7 745 S. 10) sind die Voraussetzungen nach § 312 j Abs. 2 BGB **nur dann erfüllt, wenn die Informationen und die Schaltfläche bei üblicher Bildschirmauflösung gleichzeitig zu sehen sind, ohne dass der Verbraucher scrollen muss.***

Auch dies war bei der Website der Beklagten unstreitig nicht der Fall mit der Folge, dass die Beklagte hierdurch gegen §§ 3, 3 a UWG i.V. m. § 312 j Abs. 2 BGB verstößt und der dem Kläger hieraus deswegen ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8, 3, 3 a UWG zusteht.

Zusätzliche Transparenzpflichten bei Bewertungen

Zudem bestehen seit dem 28.5.2022 mit § 5b Abs. 3 UWG neue Informationspflichten bei **Bewertungen**. Danach muss der Unternehmer darüber informieren, ob und wie er sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die Waren tatsächlich genutzt oder erworben haben. Die Überschrift „zufriedene private Anleger bilden das Herzstück unseres Tuns“ genüge hierfür nicht, vielmehr fehle eine entsprechende Information.

Warum sich aus der Überschrift „zufriedene Privatanleger bilden das Herzstück unseres Tuns“ für den Verbraucher ergeben soll, „ob und wie“ die Beklagte sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von echten Kunden der Beklagten stammen, erschließt sich der Kammer nicht.

Vielmehr fehlte dieser nach § 5 b Abs. 3 UWG erforderliche Hinweis auf der Website der Beklagten mit der Folge, dass dem Kläger auch diesbezüglich ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8, 3, 5 b Abs. 3 UWG zusteht.

Für unsere Kunden

Als Kunde unserer **Legal Produkte** finden Sie in Ihrem **Legal Account** umfangreiche Whitepaper und Musterbeispiele, selbstverständlich auch zur rechtssicheren Gestaltung der Bestellseite und zu Bewertungen.

Alexander Kirch/Shutterstock.com