

Gut gemeint, wenig durchdacht



Seit gut einem Jahr gilt die so genannte „Button-Lösung“. Unternehmer, die Verbrauchern im Internet entgeltliche Leistungen anbieten, müssen nach § 312g III BGB den Bestell-Button mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer ähnlichen Formulierung kennzeichnen. Tun sie dies nicht, kommt nach § 312g IV BGB allein wegen der fehlenden Kennzeichnung kein Vertrag zu Stande. Die Regelung soll Verbraucher vor Kosten- oder Abfallen im Internet schützen, vor Angeboten also, die als unentgeltlich daherkommen und nur im Kleingedruckten eine Vergütung und oft auch eine längerfristige Vertragslaufzeit vorsehen. In solchen Missbrauchsfällen kam schon nach altem Recht gemäß den §§ 145 ff. BGB regelmäßig kein Vertrag zu Stande; zumindest bestand ein Anfechtungsrecht. Dennoch hielt der Gesetzgeber einen zusätzlichen Schutz für erforderlich, weil Verbraucher angesichts dreister Mahnschreiben unseriöser Anbieter die Rechtslage offenbar häufig falsch einschätzten und lieber zahlten.

Inzwischen lässt sich sagen: Die Neuregelung ist alles andere als geglückt. In unseriösen Webshops finden sich längst Umgehungsversuche und neue Varianten von Abfallen (vgl. zu „Multibutton-“ bzw. „B2B“-Modellen Müller, K&R 2012, 791). Ob die „Button-Lösung“ unkundigen Verbrauchern also wirklich den erhofften effektiven Schutz bietet, ist zweifelhaft. Stattdessen hat die Neuregelung der Mehrheit rechtstreuer Webshop-Betreiber einen nicht unerheblichen Umstellungsaufwand beschert und sie – insbesondere im Hinblick auf die ebenfalls zur „Button-Lösung“ zählenden zusätzlichen Informationspflichten in § 312d II BGB – vor diffizile Umsetzungsaufgaben gestellt, etwa bei der Gestaltung der Bestellübersichten (s. dazu Bergt, NJW 2012, 3541). Damit geraten auch seriöse Anbieter schon bei kleineren Umsetzungsdefiziten wettbewerbsrechtlich leicht ins Visier abmahnender Konkurrenten.

Noch schwerer wiegen aber grundsätzliche Bedenken dagegen, dass aus Anlass auftretender Missstände durch eine Sonderregelung ohne Not die bewährten Regeln zum Vertragsschluss modifiziert wurden. Dies hat einige offenbar nicht bedachte und keineswegs nur dogmatische Folgefragen aufgeworfen (vgl. Weiss, JuS 2013, 590). So lässt die Regelung z.B. auch Verbraucher, die in einem seriösen Shop mit lediglich (noch) nicht korrekt beschriftetem Button wirklich etwas kaufen wollen, entgegen ihrem Willen ohne Vertrag. Dass die Vorschrift in solchen Fällen zu Gunsten des Verbrauchers teleologisch zu reduzieren sein soll, dürfte sich den kaufwilligen Bestellern nicht ohne Weiteres erschließen. Insgesamt wäre also auch hier weniger mehr gewesen, zumal Art. 8 II der Verbraucherrechte-Richtlinie, die § 312g BGB umsetzen soll, bei unzureichender Button-Kennzeichnung nur die fehlende Bindung des Verbrauchers an den Vertrag und nicht das Nichtzustandekommen des Vertrags vorsieht. Die Neuregelung schießt also auch EU-rechtlich über das Ziel hinaus. Fazit: Gut gemeint, leider wenig durchdacht!

Rechtsanwalt Dr. Jochen Scholz, Freiburg/Br.