

ECC-Rechtstipp

von RA Rolf Becker (rbecker@kanzlei-wbk.de)

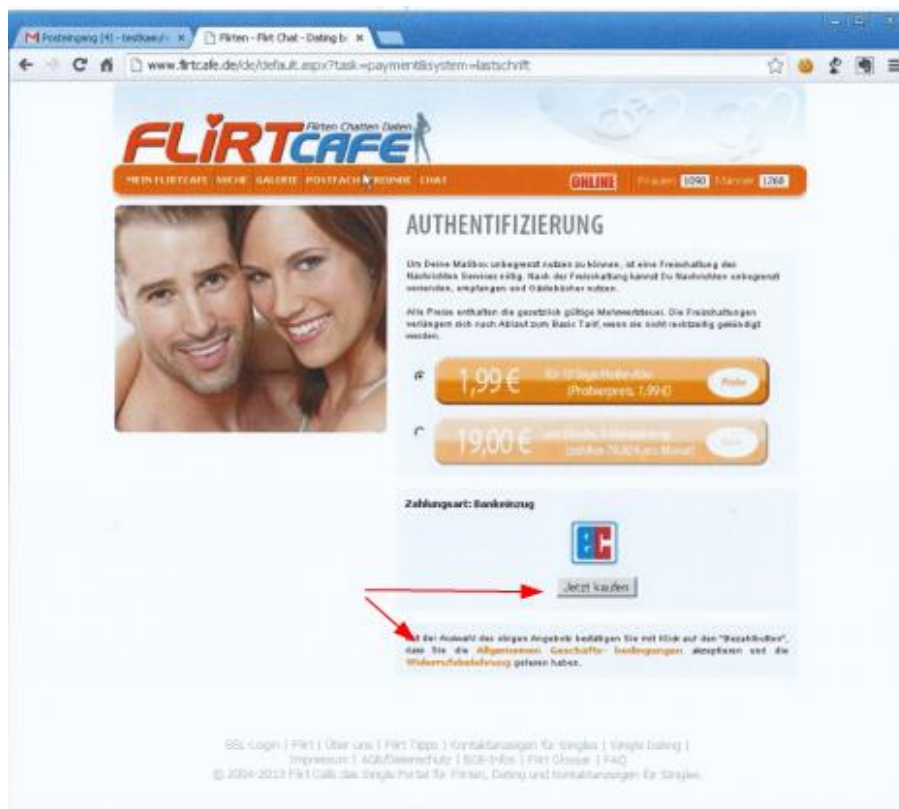
OLG Köln: Wohin mit der Widerrufsbelehrung



Der Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) – hat gegen das in Köln ansässige Single-Portal „FlirtCafe“ jetzt ein interessantes Urteil in II. Instanz erhalten. Der für Wettbewerbsrecht zuständige 6. Zivilsenat des OLG Köln hatte Gelegenheit, die Checkout-Gestaltung im Internet-Shop nach dem neuen seit 13.06.2014 geltenden Recht zu beurteilen (OLG Köln, Urt. v. 08.05.2015, Az. 6 U 137/14).

Im Portal ging es um „Flirten Chatten Daten“. Für die Leistungen sollten im Probe-Abo zunächst 1,99 Euro fällig werden. Die Verbraucherschützer wandten sich gegen die Ausgestaltung der Registrierung, für die mit „Jetzt kostenlos anmelden!“ geworben wurde. Dem Portal wurden drei Vorwürfe gemacht:

1. Man weise nicht hinreichend deutlich darauf auf die Kostenpflicht hin;
2. Es fehle ein Hinweis, dass sich die Probe-Mitgliedschaft automatisch in eine sechsmonatige Mitgliedschaft zum Preis von 78,00 Euro/Monat verlängere;
3. Interessanter noch der Vorwurf: Die Information über das Widerrufsrecht sei unzureichend, da sie erst nach der Schaltfläche für die Bestellung angeordnet sei.



Nach § 312d Abs. 1 S. 1 BGB, Art. 246a § 1 Abs. 2 EGBGB ist der Verbraucher über Bedingungen, Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts zu informieren und zwar vor Abgabe der Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise (Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB).

Im konkreten Fall befand sich der Button „Jetzt kaufen“ oberhalb eines Hinweises, in dem der Verbraucher darauf hingewiesen wurde, die AGB zu akzeptieren und die verlinkte Widerrufsbelehrung gelesen zu haben. Die Verbraucherschützer reklamierten dies als nicht ausreichend, da die Belehrung nicht „vor“ der Vertragserklärung erfolgt sei.

Information zeitlich und räumlich richtig erteilen

Dieser Ansicht, nach der die Belehrung auch räumlich und nicht nur zeitlich vor dem Kaufen-Button angesiedelt sein muss, war das LG Köln in erster Instanz noch gefolgt. Das OLG Köln sah dies jetzt anders und meinte, die Vorschrift des Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB, ebenso wie die gleichlautende Bestimmung des § 312j Abs. 2 BGB sei primär zeitlich zu verstehen. Danach genügt es für in zeitlicher Hinsicht, wenn der Verweis auf die Widerrufsbelehrung zum Abschluss des Bestellprozesses erfolgt.

Nicht genügen sollen Gestaltungen vor Abschluss des Bestellprozesses am Beginn oder im Verlauf, z. B. noch bevor der Verbraucher seine Adressdaten oder etwaige Zahlungsinformationen angegeben habe. Der Verbraucher solle die Möglichkeit haben, die relevanten Informationen direkt zum Zeitpunkt der Bestellung zur Kenntnis zu nehmen. Nach Ansicht der Richter ist der richtige Platz die unmittelbare Nähe zur Schaltfläche „Jetzt kaufen.“ Dabei gilt die Anforderung, dass die Informationen und die Schaltfläche bei üblicher Bildschirmauflösung gleichzeitig zu sehen sind,

ohne dass der Verbraucher scrollen muss. Solange der räumliche Zusammenhang gewahrt ist, kommt es auf eine bestimmte Anordnung über oder unterhalb des Buttons nicht an. Auch die Verlinkung im Hinweistext mit dem als Link ausgestalteten Wort „Widerrufsbelehrung“ reichte dem Gericht. Allerdings war die Einbettung als Link vom vzbv auch nicht beanstandet worden.

Anzeige auf Mobil-Geräten

Interessant ist auch, dass das Kölner OLG bei der „üblichen Bildschirmauflösung“ auf „übliche Anzeigegeräte mit üblicher Fenstergröße“ abstellte. Es komme nicht auf extrem kleine Anzeigefenster mancher Endgeräte an.

Fazit

Die Revision wurde nicht zugelassen mangels grundsätzlicher Bedeutung. Allerdings ist aufgrund der engen Platzverhältnisse gerade die Gestaltung der Informationen nach § 312d zum Widerrufsrecht und § 312j BGB zu wesentlichen Eigenschaften des Artikels und den Preisinformationen schwierig. Immerhin sieht das Gericht offenbar kein Problem darin, dass beide Informationspflichten in der Nähe des Bestellbuttons realisiert werden. Bislang muss dies als ungeklärt gelten, da eigentlich zwischen den Artikelinformationen und dem Button nichts ablenkendes mehr stehen soll. Ob man aus dem Urteil allerdings entnehmen kann, dass jetzt auch ein zweiter Bestellbutton etwa zu Beginn der letzten Übersichtsseite des Checkout-Prozesses ohne weiteres zulässig ist, darf man bezweifeln.

Über den Autor

Rechtsanwalt Rolf Becker (www.rolfbecker.de) ist Partner der Rechtsanwälte WIENKE & BECKER (www.kanzlei-wbk.de) in Köln und Autor von Fachbüchern und Fachartikeln zum Wettbewerbsrecht, Markenrecht und Vertriebsrecht insbesondere im Fernabsatz. Als Mitglied im ECC-Club kommentiert Rechtsanwalt Becker für das ECC Köln regelmäßig aktuelle Urteile zum Online-Handel und gibt Händlern praktische Tipps, wie sie mit den gesetzlichen Vorgaben umgehen sollen.

RA Becker auf Twitter: <http://twitter.com/rolfbecker>

Er ist auch Autor auf den Informationsdiensten www.Versandhandelsrecht.de und www.fernabsatz-gesetz.de.

Dieser Rechtstipp ist Teil des Informationsangebots des E-Commerce-Center Köln (ECC Köln) an der IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln.

Kontakt:
E-Commerce-Center Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Telefon: +49 (0) 221 943607-70
Telefax: +49 (0)221 943607-59

info@ecckoeln.de | www.ecckoeln.de und www.ifhkoeln.de
Erscheinungsdatum: Juli 2015