

02. März 2012

## Von der Abofalle zur Button-Lösung

### Hintergrund

- Bereits seit einigen Jahren beschäftigt das Thema die Verbraucherzentralen:
  - o In einem Strafverfahren vor dem Hamburger Landgericht gegen die Betreiber zweier Abofallen wird von 70.000 geprellten Nutzern und mehr als 5,3 Millionen Euro Schaden gesprochen.  
(<http://www.vzhh.de/telekommunikation/150999/abofallenbeteibern-geht-es-an-den-kragen.aspx>)
  - o Laut einer Untersuchung des Sozialforschungsinstitut Infas vom Sommer letzten Jahres sind bereits 5,4 Millionen deutsche Internetnutzer auf eine Abo-Falle im Internet hereingefallen - das sind elf Prozent aller deutschen Internetnutzer.
  - o Die Verbraucherzentralen schätzen die Zahl der bundesweit bei ihnen eingehenden Beschwerden auf rund 22.000 pro Monat. Eine typische Abofalle kostet 98 € pro Jahr, bei einer zweijährigen Bindung macht das knappe 200 €.
- Abgelehnt wurde Ende 2010 ein Gesetzentwurf der SPD-Fraktion ([17/2409](#), [17/3588](#)), der den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Internet verbessern wollte. Mit einer "Button"-Lösung hätte ein geschlossener Vertrag nur dann wirksam werden dürfen, wenn ein besonders grafisch hervorgehobener Hinweis durch Anklicken bestätigt worden wäre. Die Sozialdemokraten hatten darauf aufmerksam gemacht, über Suchmaschinen lockten unseriöse Unternehmen Nutzer auf ihre Seiten.

Das Scheitern der Initiative wurde mit dem Hinweis auf die Pflicht zur „Notifizierung gemäß der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften in der Fassung der Richtlinie 98/48/EG“ begründet: Danach müssen „speziell auf Dienste der Informationsgesellschaft abzielend“ Vorschriften zunächst der Europäischen Kommission vorgelegt werden. Diese und auch die anderen Mitgliedstaaten haben dann innerhalb einer bestimmten Frist die Möglichkeit „Einspruch“ gegen das Gesetzesvorhaben zu erheben. Die Bundesregierung versuchte daher zunächst, eine Einigung auf EU-Ebene zu finden. Dies gelang nach schwierigen Verhandlungen um die Verbraucherrechterichtlinie im Sommer letzten Jahres. Die Verabschiedung der europäischen Buttonlösung ist auch dem Einsatz der beiden deutschen Berichterstatter des Verbraucherausschusses des europäischen Parlaments geschuldet.

## Ergebnis

Ab Inkrafttreten des neuen Gesetzes müssen Unternehmer Verbrauchern bei Bestellungen im elektronischen Geschäftsverkehr die folgenden Informationen unmittelbar vor Beendigung des Bestellvorgangs klar, verständlich und in hervorgehobener Weise geben:

- die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung
- die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat,
- den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, seine Berechnungsgrundlage, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht,
- gegebenenfalls zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten sowie einen Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden.

Wird der Bestellvorgang durch das Anklicken einer Schaltfläche („Button“) abgeschlossen, so muss dieser Button selbst auf die Entgeltlichkeit der Bestellung hinweisen.

Die ganz überwiegende Anzahl seriöser Online-Shops erfüllt bereits heute die oben genannten Informationspflichten: Sie stellen die vom Verbraucher in den Warenkorb „gelegten“ Waren in einer Bestellübersicht dar mit kurzer Beschreibung, Stückzahl, Einzel- und Endpreis sowie Lieferkosten. Und dann muss der Verbraucher seine Bestellung nur noch abschicken. Der hierzu anzuklickende Button heißt meist „bestellen“ oder „Bestellung abschicken“. Nach Inkrafttreten des neuen Gesetzes müsste er „kaufen“ oder eben „zahlungspflichtig bestellen“ heißen.