

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

## Kuriose Entscheidung: „Buttonlösung“ soll auch für Beendigung von Verträgen per Email gelten

Wer kennt sie als Online-Händler nicht, die „Buttonlösung“? Bereits seit über 10 Jahren muss der Bestellbutton in Shops eindeutig die Zahlungspflicht erkennen lassen muss, die mit der Bestellung verbunden ist. Das AG Köln sieht in einer aktuellen Entscheidung eine Übertragbarkeit der „Buttonlösung“ auch die Beendigung von Verträgen per Email. Zu Recht?

### Worum geht es?

Bereits seit dem 01.08.2012 gilt zur Eindämmung sogenannter Vertragsfallen im Internet die „Buttonlösung“.

Im Wesentlichen bedeutet dies, dass Händler, die im Wege des elektronischen Geschäftsverkehrs, also unter Nutzung von Tele- und Mediendiensten (z.B. Internetseite), entgeltliche Verträge (z.B. über kostenpflichtige Waren) mit Verbrauchern schließen, die Bestellsituation durch Vorhalten eines mit einer bestimmten Aussage bezeichneten Bestellbuttons so gestalten müssen, dass der Verbraucher die Entgeltlichkeit der Bestellung ausdrücklich bestätigt.

So fordert die Vorschrift des § 312j Abs. 3 BGB bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, der den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet:

“

*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.*

”

In der Praxis erfolgt dies, dadurch, dass der die Bestellung auslösende Button in Onlineshops bzw. auf Verkaufsplattformen mit der Bezeichnung „Zahlungspflichtig bestellen“ oder „Kaufen“ beschriftet wird. Wird der Button nicht entsprechend eindeutig beschriftet (etwa Bezeichnung mit „Jetzt bestellen“), kommt schon kein wirksamer Vertrag zustande.

Unstreitig ist seitdem auch, dass Verträge, die im Wege individueller Kommunikation geschlossen werden, also gerade nicht im elektronischen Geschäftsverkehr, dieser Regelung nicht unterfallen. Siehe dazu nur § 312j Abs. 5 S. 1 BGB.

Gemeint sind etwa Verträge, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher ausschließlich

per Email geschlossen werden, z.B. wenn der Kunde ein Angebot per Email anfragt, der Händler darauf ein Angebot per Email übersendet und der Kunde dieses wiederum per Email annimmt.

In einem solchen Fall muss der Händler in seiner „Angebotsemail“ keinen Button „Zahlungspflichtig bestellen“ integrieren, damit es zu einem wirksamen Vertragsschluss kommt.

So weit, so gut. Nun kommt das AG Köln.

Hinweis für Online-Händler:

Selbst wenn man die Entscheidung des AG Köln für richtig halten möchte, hätte diese keine direkten Auswirkungen auf den "normalen" Online-Händler.

Denn im Streitfall geht es um die Beendigung eines Beförderungsvertrags durch Anklicken einer Option in einer Email der Fluglinie wegen Änderung der Flugzeiten.

Beim klassischen Kaufvertrag im Online-Handel stellt sich diese Beendigungs-Thematik per Email jedoch nicht, so dass Händler hier aufgrund der Entscheidung des AG Köln im Moment keinen Handlungsbedarf haben.

## Die Entscheidung

Vor dem AG Köln stritt ein Fluggast mit einer Fluggesellschaft und verklagte diese auf Zahlung von Schadenersatz.

Verkürzt ging es darum, dass der Gast Flüge für seine Familie gebucht hatte. Einige Zeit nach erfolgter Buchung erhielt der Gast von der Airline eine Email, dass sich die Flugzeiten auf einem Teilsegment der Reise verschieben würden.

Die Airline unterbreite dem Gast mit dieser Email drei Optionen: Er könne die geänderte Buchung akzeptieren, die Reise insgesamt auf einen späteren Zeitpunkt verschrieben oder eine Erstattung (es galten Einschränkungen) anfordern.

Die Optionen wurden dabei in der Email zudem als blau unterlegten Buttons angezeigt, denen der jeweilige Erklärungstext vorangestellt war.

Der klagende Gast klickte in der Email den Button für die Option mit der Erstattung des Reisepreises an, der mit der Bezeichnung „Ich möchte eine Erstattung anfordern“ beschriftet war.

Wohl weil die Verschiebung des Fluges weniger als 2 Stunden betrug, erfolgte dann nur die Erstattung eines Teilbetrags von nur gut 1/10 des Flugpreises durch die Fluggesellschaft.

Der Kläger stellte sich dann auf den Standpunkt, er hätte irrtümlich auf den Button mit dieser Option geklickt. Eigentlich habe er auf den Button mit Bestätigung der Flugzeitänderung und Aufrechterhaltung der Buchung klicken wollen. Dies teilte er der Airline mit und bat um Wiederherstellung der Buchung, da ein Irrtum vorgelegen habe.

Nachdem die Fluggesellschaft die Buchung trotz dieser Einlassung des Gastes nicht wieder aufleben lassen wollte, trat er schließlich vom Beförderungsvertrag zurück und buchte die Flüge im Anschluss zu

einem höheren Preis erneut. Diese Kosten abzüglich des Erstattungsbetrags klagte er dann vor dem AG Köln als Schadensersatz von der Airline ein.

Der Kläger begründete dies damit, dass er zum einen sein „Storno“ wirksam angefochten habe, da er sich „verklickt“ habe. Ferner seien die Buttons in der Airline-Email nicht entsprechend der gesetzlichen Vorgaben („Buttonlösung“) des § 312j beschriftet gewesen und deswegen gar keine Vertragsänderungen zustande gekommen sei.

Mit Urteil vom 13.02.2023 unter dem Az.: 133 C 189/22 entschied das AG Köln, dass der Gast im Recht sei und sprach ihm den eingeklagten Schadenersatzbetrag zu.

Argumentativ stützte sich das Gericht darauf, dass der Beförderungsvertrag durch das Anklicken des Buttons seitens des Gastes gar nicht wirksam beendet worden sei und die Airline mit ihrem anschließenden Verhalten die Pflicht zur Beförderung des Klägers und seiner Mitreisenden verletzt habe.

Dazu bemühte das Gericht eine analoge Anwendung der Vorgaben des § 312j Abs. 3 BGB auf den vorliegenden Fall:

“

a) Gemäß § 312j Abs. 3 BGB hat der Unternehmer die Bestellsituation bei einem Vertrag nach § 312j Abs. 2 BGB 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 § 312j Abs. 3 S. 1 BGB nur erfüllt, wenn diese Schaltfläche gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern "zahlungspflichtig bestellen" oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist. Gemäß § 312j Abs. 4 BGB kommt ein Vertrag nach Absatz 2 nur zustande, wenn der Unternehmer seine Pflicht aus § 312j Abs. 3 BGB erfüllt.

Eine Analogie ist nur zulässig, wenn das Gesetz eine planwidrige Regelungslücke enthält und der zu beurteilende Sachverhalt in rechtlicher Hinsicht so weit mit dem Tatbestand vergleichbar ist, den der Gesetzgeber geregelt hat, dass angenommen werden kann, der Gesetzgeber wäre bei einer Interessenabwägung, bei der er sich von den gleichen Grundsätzen hätte leiten lassen wie bei dem Erlass der herangezogenen Gesetzesvorschrift, zu dem gleichen Abwägungsergebnis gekommen. Die Lücke muss sich also aus einem unbeabsichtigten Abweichen des Gesetzgebers von seinem - dem konkreten Gesetzgebungsvorhaben zugrundeliegenden - Regelungsplan ergeben (...).

b) Diese Voraussetzungen sind vorliegend gegeben. § 312j Abs. 3 BGB ist auf standardisierte E-Mails, in denen der Unternehmer dem Verbraucher die Vertragsbeendigung per Auswahl-Button ermöglicht, analog anwendbar.

(...)

Die analoge Anwendung des § 312j Abs. 3 BGB auf den Fall, in dem die Möglichkeit der Vertragsbeendigung durch standardisierte E-Mails an den Verbraucher herangetragen wird, ist auch geboten, da eine vergleichbare Interessenlage besteht. Hätte der Gesetzgeber das bestehende Schutzbedürfnis erkannt, hätte er die Regelung des § 312j

Abs. 3 BGB auf die Vertragsbeendigung ausgeweitet.

Schon systematisch liegt eine Gleichbehandlung des Vertragsschlusses und der Vertragsbeendigung nahe. Denn die Vertragsbeendigung steht dem Vertragsabschluss vom rechtlichen Gewicht her gleich, stellt doch die Kündigung den einseitigen actus contrarius zur konsensualen Begründung der Vertragsbeziehung dar.

Die Gefahren des Vertragsabschlusses über eine Online-Schaltfläche sind ferner vergleichbar mit denen, die für den Verbraucher bei der Vertragsbeendigung über eine in einer standardisierten E-Mail enthaltene Schaltfläche bestehen. Sowohl für den Vertragsabschluss als auch für die Vertragsbeendigung ist es zum Schutz des Verbrauchers unerlässlich, bestimmte Informationspflichten sowie einfach verständliche, auf finanzielle Folgen hinweisende Schaltflächen vorzugeben. Denn der Gedanke des § 312j Abs. 3 BGB, die Kostentransparenz im Internet zu verbessern und es zu erschweren, Kunden durch die Verschleierung der Entgeltspflichtigkeit eines Angebots sowie durch unklare Preisangaben in Kostenfallen zu locken (vgl. BT-Drs. 17/7745, S. 7), lässt sich auf die Konstellation der Vertragsbeendigung, die mit nicht erstattungsfähigen Vorleistungen des Verbrauchers verbunden ist, übertragen. Denn in beiden Fällen kann es das Ziel des Unternehmers sein, durch intransparente Gestaltung bestimmte Kosten auf den Verbraucher abzuwälzen.

”

## Kritik

Die Auseinandersetzung des AG Köln mit den Vorgaben des § 312j Abs. 3 scheint hier doch recht ergebnisorientiert erfolgt zu sein.

Bereits die Begründung zur generellen Anwendbarkeit der Vorschrift des § 312j Abs. 3 BGB aufgrund des Ausschlusses des § 312j Abs. 5 S. 1 BGB bei Vorliegen individueller Kommunikation auf den vorliegenden Email-Sachverhalt gerät etwas kurz.

Es handelt sich im vorliegenden Fall jedenfalls nicht um eine Email, die jeder Kunde der Airline standardmäßig bei bzw. nach einer Buchung erhalten würde. Vielmehr wird eine solche nur dann versendet, wenn es bei bestimmten Kunden zu einer Flugzeitverschiebung kommt.

Dass die streitgegenständliche Email unzweifelhaft standardisierte Inhalte aufweist, und deswegen eine besondere Gefährdungslage entsteht, weil dem Verbraucher bestimmte Verhaltensweisen durch die genannten Optionen vorgegeben werden, kann für sich nicht entscheidend zur Abgrenzung von individueller Kommunikation sein.

Dabei verkennt das Gericht, dass nahezu allen geschäftlichen Emails standardisierte Inhalte innewohnen. Auch ein Händler, der seine Verträge ausschließlich per Email abschließt, wird sich dabei vorformulierter, standardisierter Inhalte bedienen und nicht jede seiner Emails „von Hand“ jeweils neu verfassen.

Individuell ist die streitgegenständliche Email jedenfalls in Bezug auf den konkret betroffenen Flug und die konkrete Ursache, die zur Kontaktaufnahmen führt (hier Flugzeitverschiebung um einen bestimmten

Zeitraum).

Dem Gericht ist zuzustimmen, dass es auch per Email-Kommunikation und bei der Beendigung von Verträgen Situationen geben mag, in denen der Verbraucher übervorteilt zu werden droht.

Vermutlich legt die beklagte Airline es bei der Gestaltung der Email auch ganz genau darauf an, dass Verbraucher voreilig den „Erstatten“-Button drücken, weil diese dabei (irrig) davon ausgehen, eine vollständige Erstattung zu erhalten.

Dennoch wirkt die analoge Anwendung des § 312j Abs. 3 BGB auf einen reinen Vertragsbeendigungstatbestand etwas weit hergeholt, während sich aus dem Gesetz und dessen Begründung klar ergibt, dass mit dieser Norm Verbraucher vor der Eingehung kostenpflichtiger Verträge, die nicht als solche erkennbar sind, geschützt werden sollen.

Zu beachten ist, dass es sich um eine erstinstanzliche Entscheidung durch ein Amtsgericht handelt.

Es bleibt daher abzuwarten, ob die analoge Anwendung der „Buttonlösung“ auf Beendigungstatbestände einer Prüfung durch eine höhere Instanz standhalten würde.

Für Online-Händler hat dieses Urteil jedenfalls keine direkte Auswirkung.

Sie möchten rechtssicher über das Internet verkaufen und Abmahnungen effektiv vermeiden? Gerne sichern wir auch Sie mit unseren [Schutzpaketen](#) ab.

Autor:

**RA Nicolai Amereller**

Rechtsanwalt