von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Ab dem 13.06.2014: Formale Anforderungen an die Erfüllung der neuen Informationspflichten

Nach Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB n. F. muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen nach den §§ 1 bis 3 vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung stellen. Bei einem Fernabsatzvertrag muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise zur Verfügung stellen (Art. 246a § 4 Abs. 3 EGBGB n. F.).

Rechtlicher Hintergrund: Am 13.06.2014 wird in Deutschland das Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung in Kraft treten und damit ab diesem Zeitpunkt ohne Übergangsfrist einige signifikante Änderungen für den Online-Handel mit sich bringen. In verschiedenen Kurzbeiträgen beschäftigt sich die IT-Recht Kanzlei mit den wichtigsten hieraus resultierenden Änderungen für den Online-Handel mit Ausnahme der Änderungen zum gesetzlichen Widerrufsrecht, zu denen Sie hier einen umfassenden Leitfaden finden.

Eine erwähnenswerte Ausnahme sieht das Gesetz für den Fall vor, dass ein Fernabsatzvertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen wird, das nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit für die dem Verbraucher zu erteilenden Informationen bietet. Insoweit regelt Art. 246a § 3 EGBGB n. F., dass der Unternehmer dem Verbraucher zumindest folgende Informationen zur Verfügung stellen muss:

- die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen,
- die Identität des Unternehmers,
- den Gesamtpreis oder in den Fällen, in denen der Preis auf Grund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung,
- gegebenenfalls das Bestehen eines Widerrufsrechts und
- gegebenenfalls die Vertragslaufzeit und die Bedingungen für die Kündigung eines Dauerschuldverhältnisses.

Weitere gegebenenfalls erforderliche Informationen hat der Unternehmer dem Verbraucher in solchen Fällen „in geeigneter Weise zugänglich zu machen“ (Art. 246a § 3 S. 2 i. V. m. § 4 Abs. 3 EGBGB n. F.).

In den Erwägungsgründen zur Verbraucherrechterichtlinie heißt es hierzu wie folgt:

> *„Bei Fernabsatzverträgen sollten die Informationspflichten so angepasst werden, dass den technischen Beschränkungen, denen bestimmte Medien unterworfen sind, Rechnung getragen werden kann, wie zum Beispiel der beschränkten Anzahl der Zeichen auf bestimmten Displays von Mobiltelefonen oder dem Zeitrahmen für Werbespots im Fernsehen. In diesen Fällen sollte sich der Unternehmer an Mindestanforderungen hinsichtlich der Information halten und den Verbraucher an eine andere Informationsquelle verweisen, beispielsweise durch Angabe einer gebührenfreien Telefonnummer oder eines Hypertext-Links zu einer Webseite des Unternehmers, auf der die einschlägigen Informationen unmittelbar abrufbar und leicht zugänglich sind.“*

Das Gesetz selbst schweigt sich darüber aus, wie einzelne Informationen „in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung gestellt werden“ können bzw. „in geeigneter Weise zugänglich zu machen“ sind. Insoweit wird man teilweise auf die bereits zur bisherigen Rechtslage ergangene Rechtsprechung zurückgreifen können. Der technische Fortschritt und neue Medien werden allerdings neue Fragen hierzu aufwerfen, deren Klärung wiederum den Gerichten überlassen ist.

Bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, der eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand hat, muss der Unternehmer dem Verbraucher bestimmte Informationen ferner unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen (§ 312j Abs. 2 BGB n. F.).

Praxistipp

Bei der Darstellung von Angeboten auf einer Internetseite, zum Beispiel in einem eigenen Online-Shop, dürfte die Ausnahmevorschrift des Art. 246a § 3 EGBGB n. F. über erleichterte Informationspflichten nicht zum Tragen kommen, da insoweit weder räumliche noch zeitliche Hindernisse bestehen, die gesetzlich geforderten Informationen einzubinden. Insoweit wird es vielmehr darauf ankommen, die Informationen in klarer und verständlicher Weise darzustellen.

Dabei kann sich der Unternehmer wie schon nach der bisherigen Rechtslage unterschiedlicher Hilfsmittel bedienen, wie etwa klar bezeichneter Schaltflächen (Buttons) oder Hyperlinks, die zu den entsprechenden Informationen weiterleiten sowie Mouseovers oder Pop-up-Fenster, in denen die erforderlichen Informationen dargestellt werden. Welche Methode die richtige ist, lässt sich allerdings nicht pauschal beurteilen. Hierzu ist vielmehr eine Einzelfallprüfung unter Berücksichtigung der Gesamtumstände erforderlich.

Anders dürfte der Fall bei der Darstellung von Angeboten auf bestimmten mobilen Endgeräten wie zum Beispiel Smartphones liegen. Zwar unterliegen auch Smartphones einem ständigen technischen Fortschritt, was wiederum dazu führt, dass die Darstellung einzelner Inhalte künftig auch hier immer besser funktionieren wird. Allerdings dürfte zumindest in solchen Fällen, in denen das Smartphone über ein Display von maximal durchschnittlicher Größe verfügt, die Ausnahmevorschrift des Art. 246a §

3 EGBGB n. F. über erleichterte Informationspflichten greifen, mit der Folge, dass hier eine Angabe der oben aufgeführten Informationen genügt und im Übrigen beispielweise über einen deutlich gestalteten Hyperlink auf die Webseite des Unternehmers verlinkt wird, auf der die weiteren gegebenenfalls erforderlichen Informationen dargestellt werden.

Beispiel für die Bezeichnung eines Hyperlinks zu den weiteren, auf der Webseite des Unternehmers dargestellten Informationen

> *„Weitere Verbraucherinformationen finden Sie <hier> (bitte anklicken).“*

Autor:
RA Arndt Joachim Nagel
Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht