



Kehl, 31.07.2012

Internet-Kostenfallen: Besserer Schutz durch Button-Lösung

Zum 1. August 2012 tritt die von Verbraucherschützern im Kampf gegen Abo-Fallen seit langem geforderte Button-Lösung in Kraft. Mit ihr soll verhindert werden, dass Verbraucher bei Online-Geschäften über entstehende Kosten getäuscht werden. Anbieter müssen kostenpflichtige Angebote künftig deutlich kennzeichnen.

Bislang hatten Abo-Fallen-Betreiber leichtes Spiel: Mit angeblichen Gratis-Angeboten verleiteten sie Interessenten dazu, ihre persönlichen Daten zu hinterlassen. Kurz darauf erhielten die Verbraucher Rechnungen für ein angebliches Abonnement. Zahlten die Kunden nicht, so folgten meist einschüchternde Briefe von Inkassobüros oder Anwälten.

Diesem Druck war nicht leicht standzuhalten: Die Frage nach einer wirksamen Zahlungsverpflichtung bedurfte des Öfteren einer genaueren rechtlichen Prüfung. Trotz einer überwiegenden Tendenz in der Rechtsprechung, aus der auf die Unbegründetheit der Forderung geschlossen werden konnte, bestand ein kleiner Auslegungsspielraum - mit entsprechendem Verunsicherungspotenzial, das die Betreiber schamlos ausnutzten.

Die Button-Lösung wird nun für Rechtssicherheit sorgen. Sofern die Bestellung des Verbrauchers über einen „Button“ erfolgt, muss dieser künftig mit einer eindeutigen Beschriftung wie "kostenpflichtig bestellen" oder "kaufen" versehen sein. Tabu sind fortan Bezeichnungen wie "Anmeldung", "weiter", aber auch einfach nur "bestellen". Verpflichtend ist weiterhin, dass alle wichtigen Informationen - wie etwa der Preis und die Lieferkosten - direkt oberhalb des Bestell-Buttons auf der Internetseite ersichtlich sind. Bei Abonnements muss gerade auch auf dessen Mindestlaufzeit hingewiesen werden. Die Angaben müssen „klar und verständlich in hervorgehobener Weise“ aufgezeigt werden. Wird dies nicht beachtet, ist die Rechtsfolge eindeutig: Der Verbraucher kann nicht zu einer Zahlung verpflichtet werden.

„Ich gehe davon aus, dass den bisher typischen Abo-Fallen-Modellen damit der Boden entzogen wird“, erklärt Felix Braun, Leiter der eCommerce-Verbindungsstelle. Es sei ein entscheidender Fortschritt, so Braun, dass dem Verbraucher in Zukunft zweifelsfrei vor Augen geführt werde, wann er eine verbindliche Bestellung auslöse und welche exakten Kosten auf ihn zukommen. Die Button-Regelung wird zunächst in Deutschland, sollte aber bis Ende 2013 dank einer europäischen Richtlinie auch in der gesamten EU gelten.

Direkter Link zum Merkblatt: Gegen Kostenfallen im Netz: Button-Lösung ab August 2012 in Kraft:

http://www.ecommerce-verbundungsstelle.de/ecommerce/pdf/Merkblatt_ButtonLoesungJuni2012.pdf

Mehr zum Online-Einkauf finden Sie in der Broschüre „Shopping Online“: <http://www.ecommerce-verbundungsstelle.de/ecommerce/pdf/Shopping%20Online%202011.pdf>



Kehl, 31.07.2012

ECommerce-
VERBINDUNGSSTELLE DEUTSCHLAND
FÜR DEN ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHR

Falls Sie weitere Fragen haben:

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland berät Sie gern. Für Fragen, die über das Informationsangebot auf der Website hinausgehen und die konkrete rechtliche Sachverhalte betreffen, steht der Experte auch persönlich bereit:

Felix Braun

Telefon: +49 7851 991 48-0

E-Mail: info@eCommerce-Verbindungsstelle.de

Ansprechpartner für Presse-Anfragen:

(Diese teils abweichenden Daten bitte nicht veröffentlichen!)

Felix Braun

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland
beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.

Telefon: +49 7851 991 48-21

Telefax: +49 7851 991 48-11

E-Mail für Presseanfragen: braun@cec-zev.eu

www.eCommerce-Verbindungsstelle.de oder ganz einfach: www.eCom-Stelle.de

Presse-Information

Centre Européen de la Consommation
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu