

HÄRTING ●●●

Neuigkeiten im E-Commerce 2025

Was Plattformbetreiber jetzt wissen müssen

Seda Dinc | Vitorio Dimov

Im Angebot

1. Verbraucherrecht

- Vertragsschluss
- AGB
- Widerrufsrecht
- Bestell- und Kündigungsbutton
- (Informationspflichten)

2. Online-Marketing

- Preiswerbung
- Dark Patterns
- Direktwerbung
- Bewertungen
- Werbung

3. Datenschutz

1

Verbraucherrecht

Vertragsschluss

Höchstrichterliche Entscheidung zum FernUSG

- **BGH vom 12.6.2025, Az. III ZR 109/24**
 - Unternehmer ./ Online-Coach
 - Vertrag über „9-Monats-Business-Mentoring-Programm Finanzielle Fitness“
 - Lehrvideos, Hausaufgaben, (aufgezeichnete) Live-Meetings
- **Rückzahlungsanspruch aus § 812 Abs. 1 S. 1 Var. 1 BGB**
 - Nichtigkeit des Vertrags gem. §§ 7 Abs. 1, 12 Abs. 1 FernUSG
 - räumliche Trennung i.S.v. § 1 Abs. 1 Nr. 1 FernUSG jedenfalls bei Asynchronität
 - Schwerpunkt der vereinbarten Leistung entscheidend
 - **Überwachung des Lernerfolgs bei Anspruch des Lernenden auf Stellen von Fragen**
 - tatsächliches Stattfinden der Überwachung unerheblich
 - **FernUSG auch auf B2B-Bereich anwendbar**
 - **keine Einschränkung durch Saldotheorie**

Erneute Nachfrage kann unzulässig beeinflussen

- **OLG Bamberg vom 5.2.2025, Az. 3 UKI 11/24 e**
 - vzbv ./ Eventim
 - deutlicher Hinweis in Warenkorb auf kostenpflichtige Ticketversicherung
 - wenn nicht ausgewählt: Pop-up-Fenster mit erneutem Hinweis
 - Kauf ohne Versicherung nur möglich durch Klick auf „Ich trage das volle Risiko“
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 3 Abs. 2 UWG bzw. 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG i.V.m. Art. 25 Abs. 1 u. 3 DSA**
 - Art. 25 Abs. 1 DSA gem. Abs. 2 i.V.m. Art. 3 Abs. 1 UGP-RL nicht direkt anwendbar
 - Grundsätze aber im Kontext des Art. 5 Abs. 2 UGP-RL bzw. § 3 Abs. 2 UWG relevant
 - erstmaliges Anbieten zulässig, da keine maßgebliche Beeinflussung
 - wiederholte Nachfrage nicht grundsätzlich problematisch
 - in der hiesigen Form aber unzulässig (kumulierte Maßnahmen)

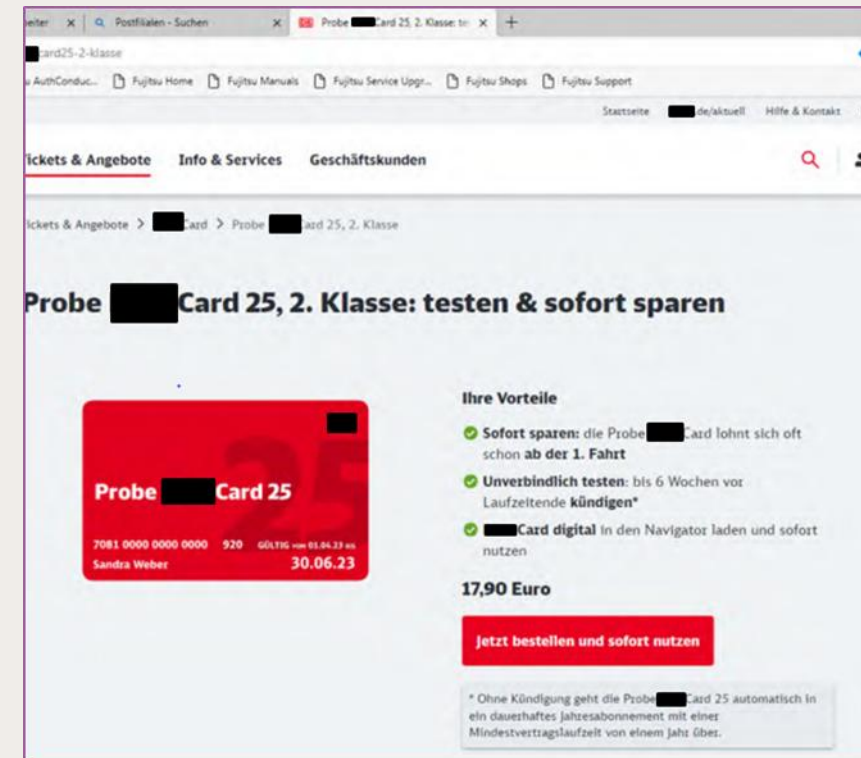
Allgemeine Geschäftsbedingungen

Schweigen als Zustimmung zur AGB-Änderung

- **OLG Frankfurt a.M. vom 23.7.2025, Az. 17 U 188/23**
 - vzbv ./ Bausparkasse
 - Zustimmungsfiktion zu AGB-Änderungen bei Schweigen
 - nur untergeordnete und bestimmte Vertragsgestaltung betroffen
- **kein Unterlassungsanspruch aus § 1 UKlaG**
 - Klausel nicht nach § 308 Nr. 4 oder Nr. 5 BGB unwirksam
 - Abweichung vom Grundgedanken der §§ 305 Abs. 2, 311 Abs. 1, 145 ff. BGB
 - unangemessene Benachteiligung widerleglich vermutet
 - nach Interessenabwägung widerlegt: Kernbereich nicht betroffen

Informationen vor Bestellung und in FAQ sind AGB

- **OLG Frankfurt a.M. vom 18.12.2024, Az. 6 U 206/23**
 - VZ Thüringen ./ DB Fernverkehr AG
 - **Verwendung der Klauseln:**
 - „(...) bis 6 Wochen vor Laufzeitende kündigen“ auf Seite vor Bestellvorgang
 - Schriftformerfordernis der Kündigung in FAQ
- **Unterlassungsanspruch aus § 1 UKlaG i.V.m. § 309 Nr. 9 lit. c, Nr. 13 lit. b BGB**
 - beide Klauseln sind AGB i. S. v. § 1 UKlaG
 - Kündigungsfrist zulässig, insb. kein Verstoß gegen § 309 Nr. 9 lit. c BGB
 - Schriftformerfordernis der Kündigung unwirksam, § 309 Nr. 13 lit. b BGB



Widerrufsrecht

Wirksame Widerrufsbelehrung ohne Faxnummer

- **BGH vom 22.7.2025, Az. VIII ZR 5/25**
 - Verbraucher ./.. Fahrzeughändler
 - Kauf von zwei Autos über Internet, Widerruf binnen eines Jahres
 - keine Verwendung der Musterwiderrufsbelehrung
 - keine Faxnummer in Widerrufsbelehrung, falsche Nummer im Impressum
- **kein Rückzahlungsanspruch aus § 355 Abs. 3 S. 1 BGB**
 - Angabe von Telefonnummer und E-Mailadresse genügt
 - Knüpfung des Widerrufsrechts an Verbraucherstellung zulässig
 - Frist durch fehlende Kosteninformation nicht gehemmt

Klare Information über Bestehen von Rechten

- **OLG Stuttgart vom 11.3.2025, Az. 6 U 12/24**
 - Verbraucher (Käufer) ./ Tesla
 - Onlinekauf eines PKW
 - **Verwendung einer selbst formulierten Widerrufsbelehrung:**
 - „Wenn Sie ein Verbraucher sind und diesen Vertrag ausschließlich unter der Verwendung von Fernkommunikationsmitteln (...) geschlossen haben, haben Sie das Recht (...).“
- **Rückzahlungsanspruch aus § 355 Abs. 3 S. 1 BGB**
 - **Widerrufsbelehrung unzureichend**
 - **Information über (Nicht-)Bestehen des Rechts erforderlich**
 - **nicht nur über Voraussetzungen**
 - **Jahresfrist + 14 Tage gem. § 356 Abs. 3 S. 2 BGB**

Bestell- und Kündigungsbutton

Bestätigungsbutton unmittelbar auf Bestätigungsseite

- **OLG Köln vom 10.1.2025, Az. 6 U 62/24**
 - Verbraucherverband ./ TK- Unternehmen
 - Bestätigungsbutton „jetzt Kündigen“ erscheint erst nach Dateneingabe
- **Unterlassungsanspruch aus § 2 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 1 lit. c UKlaG i.V.m. § 312k BGB**
 - Einblendung des Bestätigungsbuttons direkt auf Bestätigungsseite
 - Einblendung – unter gleicher URL – erst nach Dateneingabe zu spät

The screenshot shows a cancellation form with the following sections:

- E-Mail-Adresse *** (text input)
- Kontakttelefonnummer** (text input)
- Identifikation**
 - Text: "Damit wir dein Anliegen direkt bearbeiten können, müssen wir dich identifizieren. Bitte wähle aus wie du dich identifizieren möchtest."
 - Wie möchtest du dich identifizieren? *** (dropdown menu)
 - Kundennummer *** (text input)
- Details zur Kündigung**
 - Zu kündigende congstar Rufnummer *** (text input)
- Art der Kündigung *** (radio buttons)
 - Ordentliche Kündigung
 - Außerordentliche Kündigung
- Kündigungsgrund** (dropdown menu)
 - Keine Angabe
- IBAN für Guthabenerstattung**
 - Text: "Möchtest du dein Restguthaben ausgezahlt bekommen, dann gebe deine IBAN ein."
 - IBAN** (text input)
- Jetzt kündigen** (blue button)

Kündigungsbutton auch bei einmaliger Zahlung

- **BGH vom 22.5.2025, Az. I ZR 161/24**
 - vzbv ./ Otto
 - Abo-Angebot auf Website der Beklagten
 - einmalige Zahlung, automatisches Ende nach zwölf Monaten
 - kein Kündigungsbutton auf Website
- **Unterlassungsanspruch aus § 2 Abs. 1 S. 1 UKlaG i.V.m. § 312k Abs. 1 S. 1, Abs. 2 S. 1 BGB**
 - § 312k BGB erfordert Dauerschuldverhältnis
 - dauerhafte Leistungspflicht des Unternehmers entscheidend
 - außerordentliche Kündigung auch bei automatischem Ende möglich

2

Online-Marketing

Preiswerbung

Irreführende Rabattpreise in „Black Friday“-Woche

- **LG Frankfurt a.M. vom 14.4.2025, Az. 3-10 O 77/24**
 - Wettbewerbszentrale ./ Amazon
 - Kopfhörer mit durchgestrichenem UVP von 99,99 €
 - stattdessen: 59,00 €, „- 41 %“ und Hinweis auf Black Friday
 - zusätzlich: „Black Friday Woche endet in...“ mit Countdown
 - Preis blieb nach Black Friday Woche gleich, bzw. sank auf 49,00 €
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 u. 2 Nr. 2 UWG**
 - kein besonderer Preisvorteil in der angegebenen Zeit
 - Verkehr nimmt Preissteigerung nach Rabattaktion an
 - Entscheidungsdruck durch scheinbare zeitliche Begrenzung

Trotz UVP: Angabe des 30-Tage-Bestpreises erforderlich

- **LG Düsseldorf vom 4.4.2025, Az. 38 O 284/24**
 - VZ BaWü ./.. Aldi Süd
 - Werbung mit:
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 3 Abs. 1, 8 Abs. 1 UWG i.V.m. § 11 Abs. 1 PAngV**
 - Verstoß gegen § 11 Abs. 1 PAngV
 - Preisvergleichs- oder Preissenkungswerbung?
 - Gestaltung und Kundenwahrnehmung entscheidend
 - hier: Preissenkungswerbung
 - daher: Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage erforderlich



Einberechnung obligatorischer Kosten in Gesamtpreis

- **OLG Frankfurt a.M. vom 28.5.2025, Az. 6 U 116/24**
 - Wettbewerbszentrale ./ Reiseanbieter
 - Werbung für Pauschalreise
 - „Energiezuschlag“ i.H.v. 27 € p.P. erst im Buchungsprozess ersichtlich
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 3a UWG i.V.m. § 3 Abs. 1 PAngV**
 - Beklagte trifft sekundäre Darlegungslast bzgl. Voraussetzungen des Zuschlags
 - wenn obligatorisch (oder unwiderlegt), ist Zuschlag ein sonstiger Preisbestandteil
 - Pflicht zur Einberechnung in Gesamtpreis nach § 3 Abs. 1 PAngV

Dark Patterns

Wettbewerbswidrige Dark Patterns im Online-Shop

- **LG Berlin II vom 11.2.2025, Az. 15 O 287/24**
 - **vzbv ./.** CopeCart (Online-Shop-Betreiber)
 - **Verwendung folgender Elemente im Online-Shop (bzgl. Buch in Papierform):**
 - Hinweis auf Erlöschen des Widerrufsrechts
 - durch Neuladen der Seite zurücksetzbarer 15 minütiger Angebots-Countdown
 - Klick auf Bestellbutton führt zu zwei unübersichtlichen Seiten mit Zusatzangeboten
- **Unterlassungsanspruch**
 - Erlöschen des Widerrufsrechts gem. § 356 Abs. 5 BGB nur bei digitalen Inhalten
 - Täuschung über zeitliche Begrenzung des Angebots (vgl. Anh § 3 Abs. 3 Nr. 7 UWG)
 - Entscheidungsfreiheit durch unzulässige Beeinflussung beeinträchtigt (Dark Pattern), § 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG

Wettbewerbswidrige Dark Patterns im Online-Shop



„Nein danke, ich verzichte auf dieses einmalige Angebot und verzichte gern auf den wertvollen Umsatz und Sichtbarkeit für mein Unternehmen...“

Countdown

Direktwerbung

Wettbewerbsverhältnis bei Online-Yogakursen

- **KG vom 26.2.2025, Az. 5 U 15/23**
 - Wirtschaftsverband ./.. Berliner Fitnessstudio
 - Versand von Werbe-E-Mails für Online-Yogakurs an Verbraucher ohne Einwilligung
 - Klägerin ist qual. Wirtschaftsverband i.S.d. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG
 - zahlreiche Mitglieder bieten vergleichbare Dienstleistungen an
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1 u. 2 Nr. 3, § 7 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG**
 - Klagebefugnis nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG hängt vom Agieren auf „selben Markt“ ab
 - bei Online-Kursen und Mailversand an viele Verbraucher: ganzes Bundesgebiet
 - Wirtschaftsverband ist klagebefugt

Abstraktes Anbieten von Diensten ist Werbung

- **AG Berlin-Mitte vom 7.11.2024, Az. 6 C 88/24**
 - Pflegedienst ./ Personalvermittlerin
 - Stellenanzeige der Klägerin
 - E-Mail der Beklagten
 - keine konkreten Bewerber, sondern allg. Werbung für Vermittlungsdienstleistung
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 S. 2 analog BGB**
 - trotz minimalen Bezugs auf Stellenanzeige: E-Mail ist Werbung
 - Eingriff in eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb
 - Eingriff nach Abwägung rechtswidrig

Bewertungen

Werbung mit Kundenbewertungen ohne Überprüfung

- **OLG Köln vom 20.12.2024, Az. 6 U 59/24**
 - Angelverein ./ Angelschule
 - Werbung mit: „Kundenbewertungen“
- **Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 23b des Anhangs**
 - „Kundenbewertung“ ist als Bewertung echter Kunden zu verstehen
 - verlinkter Hinweis auf fehlende Überprüfung der Bewertungen nicht ausreichend



Konkreter Nachweis einer Rechtsverletzung erforderlich

- **OLG Köln vom 15.8.2025, Az. 15 W 71/25**
 - Fahrzeughändler ./.. Bewertungsportal
 - negative Bewertung eines vermeintlichen Kunden des Klägers auf Portal
 - konkrete Schilderungen unter echt wirkendem Namen
 - Kläger bestreitet geschäftlichem Kontakt mit Bewertendem
- **kein Unterlassungsanspruch aus §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 S. 2 analog BGB**
 - Handlungspflicht des Beklagten bei konkretem Hinweis auf Rechtsverletzung
 - hier: lediglich Behauptung des Klägers
 - nicht hinreichend und zu pauschal, wenn Klarname bekannt
 - konkrete Darlegung der Schlussfolgerung erforderlich (Recherche Kundenkartei)

3

Datenschutz

Keine Pflicht zur Bereitstellung eines Gastzugangs

- **OLG Hamburg vom 27.2.2025, Az. 5 U 30/24**
 - VZ NRW ./ Marktplace unter otto.de
 - Bestellung nur mit Kundenkonto möglich
 - Erhebung von u.a. Name, Anschrift, E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Geburtsdatum
- **kein Unterlassungsanspruch aus § 2 Abs. 2 Nr. 13 UKlaG i.V.m. Art. 5 Abs. 1 lit. c DSGVO**
 - Grundsatz der Datenminimierung erfordert Zweckbestimmung
 - kein Verstoß, wenn Daten zur Erreichung eines legitimen Zwecks erhoben werden
 - Grundsätzlich: Pflicht zur Bereitstellung eines Gastzugangs
 - Ausnahmen: Rechtfertigung aus Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b DSGVO und Löschungsfrist
 - Notwendigkeit für den Betrieb des Marktplatzes
 - Außerdem: kein relevanter Unterschied zwischen Alternativen

Zwingende Angabe von Kontaktdaten rechtswidrig

- **OLG Frankfurt a.M. vom 10.7.2025, Az. 6 UKI 14/24**
 - vzbv ./ Deutsche Bahn
 - zwingende Angabe von E-Mail-Adresse oder Handynummer für Spartickets
 - auch beim Kauf am Schalter
- **Unterlassungsanspruch aus § 2 Abs. 1 u. 2 Nr. 13 UKlaG i.V.m. Art. 5 Abs. 1 lit. a DSGVO**
 - keine rechtmäßige Verarbeitung durch Genehmigungsbescheid des BMDV
 - keine (freiwillige) Einwilligung nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. a DSGVO
 - keine für den Vertrag erforderliche Verarbeitung nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b DSGVO
 - keine überwiegenden berechtigten Interessen nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. f DSGVO



HÄRTING ●●●

Seda Dinc

Senior Associate
dinc@haerting.de

Vitorio Dimov

Senior Associate
dimov@haerting.de

HÄRTING Rechtsanwälte | www.haerting.de
Chausseestr. 13, 10115 Berlin | Tel. +49 30 28 30 57 40 | Fax. +49 30 28 30 57 44