



Pflicht für Kündigungsbutton besteht auch für Affiliate-Websites!

Dr. Martin Bahr

Seit etwas mehr als zwei Jahren besteht die gesetzliche Verpflichtung für alle Website-Betreiber, die den Abschluss von Online-Verträgen ermöglichen, dass dieser Vertrag auch über das Internet gekündigt werden kann, umgangssprachlich auch „Kündigungsbutton“ genannt.

Bereits bei der Auslegung dieser Norm gibt es zahlreiche kontroverse und widersprüchliche Ansichten. Zwei aktuelle Gerichtsentscheidungen machen nun deutlich, dass diese Pflicht nicht nur die Unternehmen trifft, die den Vertrag selbst erbringen, sondern unter Umständen auch Affiliates, das heißt, der Affiliate muss dann einen entsprechenden Kündigungsbutton auf seiner eigenen Website platzieren.

Der Beitrag zeigt auf, welchen genauen Inhalt die Vorschrift hat und unter welchen Voraussetzungen auch Affiliates diese Pflichten treffen.

DER AUTOR



Die Kanzlei Dr. Bahr (www.Dr-Bahr.com) ist auf den Bereich des Rechts der Neuen Medien und den gewerblichen Rechtsschutz (Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht) spezialisiert. Unter Suchmaschinen-und-Recht.de betreibt sie seit 2005 ein eigenes Themenportal zur rechtlichen Dimension von Suchmaschinen.

1. Die Vorschrift zum Kündigungsbutton (§ 312k BGB)

Seit Juli 2022 sind Unternehmen im Online-Bereich gesetzlich verpflichtet, online abschließbare Dauerschuldverhältnisse für Verbraucher auch online kündbar zu machen. Diese gesetzliche Verpflichtung findet sich in § 312k BGB und wird umgangssprachlich auch als „Kündigungsbutton“ bezeichnet.

Auch wenn er umgangssprachlich als sogenannter Kündigungsbutton bezeichnet wird, ist es nicht gesetzlich vorgeschrieben, ihn tatsächlich grafisch als Button auszustalten. Vielmehr ist ein Link ausreichend.

Intention des Gesetzgebers war es, den Verbraucherschutz im digitalen Zeitalter zu stärken. Konkret soll die Vorschrift die Kündigung von online geschlossenen Verträgen einfacher und verbraucherfreundlicher gestalten. Vor Einführung der Regelung hatten Verbraucher oft Schwierigkeiten, Verträge einfach zu kündigen. Die Unternehmen erschwerten dies teilweise durch versteckte Kündigungsoptionen oder sonstige Hürden.

Das Gesetz enthält detaillierte Vorgaben, wie diese Kündigungsbuttons genau auszusehen haben. Es geht sogar so weit, dass die genaue Beschriftung (die Wörter „Jetzt kündigen“ oder

entsprechend eindeutige Formulierungen) vorgeschrieben wird.

Wir werden gleich sehen, wie umfangreich und weitreichend diese Regelungen sind. Es ist wichtig, sich immer vor Augen zu halten, welche Konsequenzen es hat, wenn ein Anbieter diese Pflichten nicht erfüllt.

Die Nichteinhaltung der Vorschriften hat zwei Folgen: Erstens entfällt die Pflicht des Kunden, für die erhaltenen Leistungen auch das vereinbarte Entgelt zu zahlen. Und zweitens kann der Verbraucher den Vertrag jederzeit ohne Einhaltung einer Frist sofort und unmittelbar kündigen.

Es hat also relativ weitreichende Konsequenzen, wenn sich ein Unternehmen nicht an diese Vorgaben hält. Versäumt es ein Affiliate, diese Pflichten auf seiner Website zu berücksichtigen, geht dies auch zulasten des Merchants. Das heißt, ein Verbraucher, der über eine Affiliate-Seite ein Abonnement abgeschlossen hat, kann den Vertrag allein deshalb außerordentlich kündigen, weil der Affiliate keinen Kündigungsbbutton anbietet. Dies gilt auch dann, wenn auf der Website des Merchants ein solcher Button vorhanden ist. Das Handeln des Affiliates hat somit weitreichende Konsequenzen für den Merchant. Im Zweifel setzt sich der Affiliate, der sich nicht an die gesetzlichen Vorgaben hält, Regressansprüchen des Merchants aus.

2. Die Pflichten im Einzelnen

Um zu verstehen, welche Pflichten ein Affiliate hat, werden diese im Folgenden kurz dargestellt.

a. Kündigungsmöglichkeit

Die wichtigste Verpflichtung besteht darin, dem Verbraucher die Möglichkeit zu geben, den Widerruf auf der Website zu erklären. Der Verweis auf eine Erklärung per E-Mail ist nicht ausreichend.

Diese Möglichkeit muss von jeder Unterseite der Online-Präsenz des Unternehmens aus bestehen, das heißt, es reicht nicht aus, diese Option irgendwo auf der vierten Unterebene einer beliebigen Seite zu verstecken. In der Praxis hat es sich bewährt, einen Link in die Fußzeile aufzunehmen, der von allen Unterseiten aus erreichbar ist. Dieser Link sollte mit den Worten „Verträge hier kündigen“ oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet sein.

b. Aussehen Kündigungsseite

Der Gesetzgeber macht auch konkrete Vorgaben, wie die dann aufgerufene Kündigungsseite auszusehen hat. Der Kunde muss die Möglichkeit haben, bestimmte Daten einzugeben: Art der Kündigung (zum Beispiel außerordentliche oder ordentliche Kündigung), Kündigungsgrund, Identifizierbarkeit, Vertragsbezeichnung, Kündigungsdatum und E-Mail-Adresse.

Die Seite muss so gestaltet sein, dass die Schaltfläche mit den Worten „Jetzt kündigen“ oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist.

c. Weitere Nebenpflichten

Neben diesen beiden Hauptpflichten bestehen weitere Nebenpflichten. So muss der Verbraucher die Möglichkeit haben, die abgesandte Kündigung dauerhaft zu speichern. Dabei reicht es nicht aus, wenn der Betreiber der Website lediglich eine kurze Meldung online anzeigt, in der bestätigt wird, dass die Nachricht abgeschickt wurde. Vielmehr ist es erforderlich, die Sendebestätigung so zu gestalten, dass sie auch die wesentlichen Punkte der Erklärung des Verbrauchers wiedergibt.

Ebenso besteht die Nebenpflicht, dass der Unternehmer dem Verbraucher den Eingang seiner Erklärung unverzüglich per E-Mail bestätigt.

3. Probleme in der Praxis

Seit Inkrafttreten der neuen Regelungen haben sich einige Problemfälle herauskristallisiert, die Gegenstand zahlreicher Gerichtsentscheidungen waren. Eine abschließende höchstrichterliche Rechtsprechung liegt aufgrund der Kürze der Zeit noch nicht vor.

a. Wie muss sich der Kunde identifizieren?

Eine der umstrittensten Fragen ist, wie sich ein Kunde identifizieren muss, um eine Kündigung auszusprechen.

Sind die Anforderungen zu niedrig, ist dem Missbrauch Tür und Tor geöffnet. Werden zum Beispiel nur Vor- und Nachname sowie die Postleitzahl als Kriterium abgefragt, kann ein Dritter relativ schnell Missbrauch betreiben und Telefon- oder Handyverträge einfach kündigen, da diese Informationen allgemein zugänglich sind. Selbst wenn der betroffene Verbraucher durch die Kündigungsbbestätigung von dem Missbrauch erfährt, müsste er reagieren und aktiv werden, um die Kündigung abzuwehren.

Durch zu hohe Anforderungen würde jedoch der eigentliche Sinn und Zweck der Neuregelung, dem Verbraucher eine schnelle und einfache Online-Kündigung zu ermöglichen, konterkariert.

Die naheliegendste Methode ist daher, solche Informationen abzufragen, die nicht allgemein zugänglich sind. Hier liegt es auf der Hand, zum Beispiel die Log-in-Daten zu verwenden, mit denen sich der Verbraucher ursprünglich angemeldet hat – also Name und Passwort.

Obwohl ein solches Vorgehen durchaus sinnvoll ist, haben deutsche Gerichte dem teilweise eine klare Absage erteilt.

So bewertet zum Beispiel das OLG Düsseldorf¹ einen dreistufigen Online-Kündigungsprozess mit Eingabe von Benutzername und Passwort für

¹ OLG Düsseldorf, Urt. v. 23.05.2024 – Az.: I-20 UKI 3/23.

² LG Köln, Beschl. v. 29.07.2022 – Az.: 33 O 255/22.

³ OLG Nürnberg, Urt. v. 30.07.2024 – Az.: 3 U 2214/23.

⁴ LG München I, Urt. v. 10.10.2023 – Az.: 3 O 15098/22.

⁵ OLG Düsseldorf, Urt. v. 23.05.2024 – Az.: I-20 UKI 3/23.

⁶ LG München I, Urt. v. 16.11.2023 – Az.: 12 O 4127/23.

wettbewerbswidrig. Das LG Köln² geht sogar so weit, jede Passwortabfrage als rechtswidrig anzusehen. Andere Gerichte hingegen, wie zum Beispiel das OLG Nürnberg³ oder das München I,⁴ sind lediglich der Ansicht, dass es unerlaubt ist, schon vor dem Erreichen der eigentlichen Kündigungsseite eine Log-in-Anfrage durchzuführen.

Es gibt inzwischen mehrere interessante Gerichtsentscheidungen, bei denen bekannte Unternehmen die Ausgestaltung ihrer Kündigungsbuttons von den Gerichten für rechtswidrig erklärt worden ist.

So hat zum Beispiel das OLG Düsseldorf⁵ den Kündigungsbutton der Stadtwerke Düsseldorf für unwirksam erklärt. Und auch der Pay-TV-Anbieter Sky unterlag vor dem LG München I⁶ mit seiner Ausgestaltung.

Die Frage, wie sich der Endverbraucher identifizieren muss, um eine wirksame Kündigungserklärung abgeben zu können, ist damit keineswegs beantwortet, sondern eine abschließende höchstrichterliche Klärung steht noch aus.

b. Zusätzliche weitere Kündigungsmöglichkeiten erlaubt?

Eine Frage, die die Gerichte in letzter Zeit vermehrt beschäftigt, ist, ob es dem Unternehmen erlaubt ist, neben dem Kündigungsbutton optional weitere Kündigungsmöglichkeiten anzugeben.

Der bekannte Anbieter 1&1 bot beispielsweise verschiedene Möglichkeiten an, einen bestehenden Vertrag zu kündigen. Neben einem Online-Formular mit Kündigungsmöglichkeit konnte der Nutzer auch einen sogenannten Kündigungsassistenten anklicken. Die Verbraucherschützer bewerteten dies als Gesetzesverstoß und klagten, verloren aber vor dem LG Koblenz.⁷ Auch das LG Frankfurt a. M.⁸ sah darin keine Rechtsverletzung.

4. Pflichten für Affiliates

Bisher wird sich der Affiliate, der diesen Artikel liest, entspannt zurücklehnen und denken: Alles kein Problem, ich biete ja selbst keine Online-Verträge an, sondern bewerbe nur die Angebote Dritter. Solange der Merchant auf seiner Website alles richtig macht, sollte es keine Probleme geben.

Diese Argumentation unterliegt jedoch einem Trugschluss. Denn nach der neueren Rechtsprechung gelten die oben dargestellten Voraussetzungen unter bestimmten Voraussetzungen auch für den Affiliate.

a. Entscheidung zu Digistore24

Für erstes Aufsehen hat die Entscheidung des OLG Celle⁹ im April 2024 gesorgt.

Die Beklagte war die bekannte Online-Verkaufsplattform Digistore24. Bei ihr konnten Verbraucher digitale Inhalte (Dokumente und Videos) im Rahmen eines monatlichen Abonnements online erwerben. Die Inhalte wurden auf der Website des Affiliates zur Verfügung gestellt.

Das OLG Celle hat nun entschieden, dass die Pflichten für einen Kündigungsbutton den Affiliate auf seiner Website treffen.

In den Fällen von Digistore24 handelt es sich nicht um klassische Affiliate-Merchant-Beziehungen, sondern vielmehr um Auftraggeber-Auftragnehmer-Konstellationen. Digistore24 bezeichnet die Affiliates daher auch nicht als Affiliates, sondern als Vendors. Der Grund dafür ist, dass der eigentliche Leistungserbringer der Auftraggeber ist, die Vertragsabwicklung aber über den Auftragnehmer, also Digistore24, erfolgt. Es handelt sich also nicht um eine klassische Affiliate-Konstellation. Denn der Affiliate erbringt hier ausnahmsweise die Dienstleistung selbst, was normalerweise nicht der Fall ist.

Die Online-Branche war daher noch

nicht allzu sehr beunruhigt, weil sie glaubte, dass gerade diese besonderen Umstände zu dieser Verpflichtung geführt hätten.

Beklagte war die Online-Verkaufsplattform Digistore24. Bei ihr konnten Verbraucher online digitale Inhalte (Unterlagen und Videos) in einem monatlichen Abonnement erwerben. Die Inhalte standen auf der Webseite des Auftraggebers (Vendors) zum Abruf bereit.

Der gesetzliche vorgesehene Kündigungsbbutton existierte auf der Webseite von Digistore24, nicht jedoch auf dem Portal des Vendors.

b. Entscheidung zu Verivox

Den Online-Unternehmern wurden jedoch durch die Entscheidung des OLG Hamburg¹⁰ im September 2024 vollends die Augen geöffnet. Beklagte in diesem Verfahren war eine Stromanbieterin. Die Klägerin beanstandete, dass auf dem bekannten Vermittlerportal Verivox, auf dem auch Vertragsabschlüsse für die Beklagte möglich waren, kein Kündigungsbbutton vorhanden war.

Mit deutlichen Worten stellen die Hamburger Richter fest, dass die Buttonpflicht auch für Affiliates und deren Websites gilt, wenn ein direkter Vertragsabschluss ermöglicht wird:

„Hier bietet die Beklagte unstreitig [auch] auf der Webseite verivox.de Verbrauchern den Abschluss von Strom- und Gasverträgen mit ihr an [...]. Dann muss [sie] auf dieser Dritt-Webseite [...] auch eine Online-Kündigungsmöglichkeit über eine sog. Kündigungsschaltfläche vorsehen. [...]

Der Einwand der Beklagten, wenn ein Vertrag mit ihr begründet worden sei, werde niemand mehr über die Webseite verivox.

⁷ LG Koblenz, Urt. v. 07.03.2023 – Az.: 11 O 21/22.

⁸ LG Frankfurt a.M. Urt. v. 30.08.2023 – Az.: 2-06 0 411/22.

⁹ OLG Celle, Beschl. v. 18.04.2023 – Az.: 13 U 7/24. Ähnlich schon LG Heidelberg, Urt. v. 09.01.2024 – Az.: 3 0 109/23.

¹⁰ OLG Hamburg, Urt. v. 26.09.2024 – Az.: 5 UKI 1/23.

de kündigen, sondern direkt über ihre, der Beklagten, Webseite, bleibt angesichts des klaren Gesetzeswortlauts ohne Erfolg. Denn da der Vertragschluss über die Webseite verivox.de ermöglicht wird, muss die Beklagte auch dort eine Online-Kündigungsmöglichkeit über eine sog. Kündigungsschaltfläche vorsehen.“

5. Praktische Konsequenzen

Unklar ist auch, ob sich der BGH dieser Rechtsauffassung anschließen wird, wenn er sich in absehbarer Zeit mit dieser Problematik befasst. Bis dahin ist davon auszugehen, dass sich zumindest ein Teil der Gerichte der

Auffassung des OLG Hamburg und OLG Celle anschließen wird.

Damit gelten die Regelungen zum Kündigungbutton auch für Affiliates, wenn sie einen unmittelbaren Vertragschluss ermöglichen (wie zum Beispiel Verivox). Ausgenommen von der Verpflichtung sind Affiliates, die lediglich ein fremdes Produkt oder eine fremde Dienstleistung bewerben, ohne einen direkten Vertragsabschluss anzubieten.

Unterliegt der Affiliate einer solchen Verpflichtung, ist es ratsam, dass er sich an seinen Merchant beziehungsweise sein Netzwerk wendet und nachfragt, wie die Ausgestaltung des Kündigungbuttons auf dem Affiliate-Portal auszusehen hat. Erfolgt hier keine Aufklärung, führt ein Fehlver-

halten des Affiliates – wie ausgeführt – möglicherweise zur Unwirksamkeit des Merchant-Vertrags. Der Merchant dürfte entsprechend verärgert sein und die Geltendmachung von Regressansprüchen gegen den Affiliate in Erwägung ziehen. Der Affiliate sollte daher proaktiv auf seinen Vertragspartner zugehen. ¶



WEBSITE BOOSTING #90 erscheint am 11.02.2025

Herausgeber & Chefredakteur (verantwortlich):

Mario Fischer

E-Mail: redaktion@websiteboosting.com

Autoren dieser Ausgabe:

Dr. Martin Bahr, Britta Behrens, Felix Beilharz, Dr. Torsten Beyer, Simon Grieser, Lisa Lan Anja Hutterer, Olaf Kopp, Artur Kosch, Björn Lorenzen, Dr. Peter Merdian, Stefanie Münch, Luca Schumacher, Rebecca Schwarz, Kai Spietersbach, Sarah Weitnauer

Anzeigenleitung:

Markus Lutz

E-Mail: anzeigenleitung@websiteboosting.com

Art Direction, Layout/Produktion:

Kai Neugebauer

Lektorat:

Bärbel Philipp, textperlen.de

Fotos & Illustrationen:

Website Boosting / GettyImages

Druck:

Schleunungdruck GmbH, Eltertstraße 27
97828 Marktheidenfeld

Vertrieb:

PressUp GmbH
Postfach 70 13 11
22013 Hamburg
E-Mail: websiteboosting@pressup.de

Abonnement:

Website Boosting Aboservice
PressUp GmbH
Postfach 70 13 11
22013 Hamburg
Tel. 040 / 38 6666 – 342
Fax: 040 / 38 6666 - 299
E-Mail: websiteboosting@pressup.de

Erscheinungsweise: 6 x jährlich

Bezugspreis: Einzelheft: 11,80€

Bezugspreis Inland jährlich 62,00€ inkl. Versand

Bezugspreis Ausland jährlich 70,80€

inkl. Versand

Studenten im Inland erhalten gegen Vorlage einer
Immatrikulationsbescheinigung einen
Preisvorteil – Details finden Sie auf der Website.

Verlagsleitung:

Michael Müßig

Tel: +49 931 / 26 038 04,
verlag@websiteboosting.com

Anschrift des Verlages

Hotspot Verlag GmbH
Obere Landwehr 4a, 97204 Höchberg
Tel: + 49 931 / 26 038 04
Fax: +49 931 / 26 038 05
E-Mail: verlag@hotspotverlag.de
www.hotspotverlag.de

Geschäftsführung:

Kai Neugebauer

ISSN: 2191-6241

Für unverlangt eingereichte Texte und Daten kann keine Haftung übernommen werden. Sämtliche Veröffentlichungen in Website Boosting erfolgen ohne Berücksichtigung eines eventuellen Patentschutzes. Markennamen werden ohne Gewährleistung einer freien Verwendung benutzt. Trotz sorgfältiger Recherche kann für die Richtigkeit des Inhalts keine Haftung übernommen werden. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider.