



orka Newsletter | Commercial | IT-, KI- & Datenrecht

Update E-Commerce

In unserem aktuellen „Update E-Commerce“ informieren wir Sie über **aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung**: die neuen Verbraucherkreditvorschriften für „Buy now – Pay later“-Modelle, die Zulässigkeit von Countdown-Elementen im Onlinehandel, eine EuGH-Entscheidung zur Einbeziehung von Bearbeitungspauschalen in den Gesamtpreis sowie aktuelle Anforderungen an die Gestaltung von Online-Kündigungsprozessen.

„Buy now – Pay later“ – Neue Regeln für den Kauf auf Rechnung

Der Bundestag hat am 17. April 2026 das Gesetz zur Umsetzung der **EU-Richtlinie über Verbraucherkreditverträge** beschlossen (RL (EU) 2023/2225). Mit der

Richtlinie verfolgt die EU das Ziel, den Verbraucherschutz europaweit zu stärken und zugleich die gesetzlichen Vorschriften für Verbraucherkredite weiter zu harmonisieren.

Die deutschen Umsetzungsvorschriften im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) **gelten ab dem 20. November 2026** und sehen insbesondere eine deutliche Erweiterung des Anwendungsbereichs der Verbraucherkreditvorschriften vor. Sie erfassen künftig unter anderem auch Kleinkredite bis 200 Euro, kurzfristige Darlehen sowie „Buy now – Pay later“-Modelle.

Durch die neuen Vorschriften können auch zins- und gebührenfreie Ratenzahlungsangebote sowie Kurzkredite bis drei Monate als Verbraucherkreditverträge gelten und einer **Kreditwürdigkeitsprüfung** unterliegen. Der Gesetzgeber erhofft sich

hierdurch u.a. einen besseren Schutz der Verbraucher vor Überschuldung durch verlockende „Buy now – Pay later“-Angebote.

Für den „klassischen“ Kauf auf Rechnung, bei dem der Händler dem Verbraucher ohne Einschaltung eines Dritten einen unentgeltlichen Zahlungsaufschub einräumt, finden die neuen Regelungen ausnahmsweise keine Anwendung, sofern die Zahlungsfrist 14 Tage nicht überschreitet. Für Kleinst-, kleine und mittlere Unternehmen gilt eine 50-Tage-Zahlungsfrist.



Zulässigkeit von Countdown-Elementen

Countdown-Elemente sind im Onlinehandel weit verbreitet und sollen Kaufanreize schaffen. Das OLG Bamberg hat sich in einem aktuellen Urteil mit der Frage befasst, unter welchen Voraussetzungen **Countdown-Elemente** zulässig sind.

In dem zugrunde liegenden Fall (OLG Bamberg, Urteil vom 04. Februar 2026 – 3 UKL 8/25 e) verwendete die Beklagte in ihrer App einen Countdown („Endet in 08 Tagen,

07 Std, 21 Min“) und **kombinierte diesen mit weiteren Elementen** wie „Bis zu – 66% ggü der UVP“, „Let’s Go“ oder „Nicht auf Black Friday warten“. Ein Verbraucherschutzverband hielt dies für unzulässig und klagte.

In seinem Urteil stellte das OLG Bamberg zunächst klar, dass im Rahmen der wettbewerbsrechtlichen Prüfung von Werbemaßnahmen auch die **Wertungen des europäischen Digital Services Act (DSA)** zu berücksichtigen sind. Art. 25 Abs. 1 DSA verbietet, digitale Benutzeroberflächen so zu gestalten, dass Nutzer getäuscht, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden.

Im Ergebnis sah das Gericht in der konkreten Ausgestaltung des Countdown-Elements jedoch weder einen Verstoß gegen die Wertungen des DSA noch einen sonstigen Wettbewerbsverstoß. **Das Gericht wies die Klage mit der Begründung ab**, dass die beworbene Rabattaktion knapp zwei Wochen gelaufen sei und den Verbrauchern damit ausreichend Zeit zur Prüfung und zum Preisvergleich geblieben sei. Zeitlich befristete Rabattaktionen begegneten Verbrauchern regelmäßig, sodass der mündige Verbraucher damit grundsätzlich umgehen könne. Auch sei keine Stückzahlverknappung suggeriert worden.

Die zusätzlichen Elemente wie „Let’s Go“ und „Nicht auf Black Friday warten“ sah das Gericht **nicht als ausreichend drucksteigernd oder manipulierend** an, um einen Wettbewerbsverstoß zu begründen. Damit sei die Werbung unterhalb der Schwelle einer aggressiven geschäftlichen Handlung geblieben.

Countdown-Elemente sind im E-Commerce regelmäßig mit rechtlichen Risiken behaftet. Ob ein Countdown-Element zulässig ist, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab. **Problematisch können Countdown-Elemente insbesondere sein, wenn sie:**

- Verbraucher zu einer sofortigen Entscheidung drängen,
- einen irreführenden Zeitdruck erzeugen,
- den Eindruck einer letzten Gelegenheit vermitteln, etwa durch Formulierungen wie „Nur noch heute Abend!“ oder „Letzte Chance!“, oder
- mit Knappheitsmeldungen oder Preisreduzierungen kombiniert werden.



EuGH: Bearbeitungspauschalen nicht zwingend Teil des Gesamtpreises

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in einem aktuellen Urteil entschieden, dass eine **Bearbeitungspauschale, die der Verbraucher durch Erreichen eines Mindestbestellwerts vermeiden kann,**

nicht in den Gesamtpreis einzurechnen ist (EuGH, Urteil vom 26. März 2026 – C-62/25).

Ein Onlinehändler hatte auf seiner Website neben der Preisangabe per Sternchenhinweis erläutert, dass **unterhalb eines Bestellwerts von EUR 29,- eine zusätzliche Bearbeitungspauschale** („Kleinstmengenauflage“) anfallt. Der Verbraucherzentrale Bundesverband hielt die Preisangabe für unlauter und verlangte, dass die Bearbeitungspauschale bereits in den ausgewiesenen Produktpreis eingerechnet werden müsse. Der mit diesem Verfahren befasste Bundesgerichtshof (BGH) legte dem EuGH daraufhin diese Frage zur Vorabentscheidung vor.

Der EuGH entschied, dass die Bearbeitungspauschale zwar Teil der wirtschaftlichen Gegenleistung sei. Sie sei aber **nicht obligatorisch, weil der Verbraucher sie vermeiden könne, indem er den Mindestbestellwert erreiche**. Aus diesem Grund sei die Bearbeitungspauschale nicht in den Gesamtpreis einzurechnen.

Zur Begründung führte der EuGH aus, **Ziel der Gesamtpreisangabe** sei es, dass Verbraucher Preise einfach vergleichen könnten. Ein separat ausgewiesener Produktpreis zuzüglich klar angegebener Bearbeitungspauschale ermögliche dem Verbraucher weiterhin einen **transparenten Vergleich**. Dies gelte zumindest insoweit, als Verbraucher deutlich erkennen könnten,

- ob und in welcher Höhe eine Bearbeitungspauschale anfällt, und
- ob der Mindestbestellwert so bemessen ist, dass die Bearbeitungspauschale nicht faktisch bei jeder Bestellung anfällt.

Formulierung „Kündigungswunsch“ genügt nicht

Unternehmen dürfen die Kündigung ihrer Kunden nicht durch missverständliche Formulierungen oder technische Hürden erschweren: Derjenige, der Verträge online abschließen kann, muss sie auch unkompliziert online kündigen können.

Im Mittelpunkt einer **Entscheidung des OLG Schleswig** stand die Gestaltung einer Online-Kündigungsseite eines Mobilfunk-anbieters (Urteil vom 04. März 2026 – 6 U 42/25). Auf der Online-Kündigungsseite wurde Verbrauchern nach Eingabe ihrer Daten mitgeteilt, dass zunächst lediglich der **Eingang ihres „Kündigungswunsch“** bestätigt und dieser „Auftrag“ anschließend geprüft werde.

Das OLG Schleswig sah darin eine **wettbewerbswidrige Irreführung** für Verbraucher. Nach Auffassung des Gerichts vermittelt die Formulierung „Kündigungswunsch“ den – **fälschlichen – Eindruck, die Erklärung des Kunden sei noch nicht verbindlich** und müsse zunächst vom Unternehmen bearbeitet oder geprüft werden. Das Gericht stellte jedoch klar: Eine Kündigung ist eine einseitige Willenserklärung, die keiner Zustimmung oder Freigabe des Unternehmens bedarf.

In seiner Entscheidung setzte sich das Gericht nicht nur mit einzelnen Begrifflichkeiten auseinander, sondern betrachtete die konkrete Gestaltung der Kündigungsseite. Dabei bewertete das Gericht **besonders kritisch, dass nach Abgabe des Kündigungswunsch nicht unmittelbar die Kündigungsschaltfläche angezeigt wurde**, sondern zunächst erneut auf die Möglichkeit der Kündigung per Telefon hingewiesen wurde – einschließlich einer

hervorgehobenen Telefonnummer des Unternehmens und des Hinweises, dass auf diesem Wege zugleich die Rufnummernmitnahme möglich sei. Nach Ansicht des Gerichts konnte dadurch beim Verbraucher der Eindruck entstehen, eine telefonische Kündigung sei sicherer oder einfacher als die elektronische Kündigung.

Das Urteil verdeutlicht, dass die gesetzlichen **Anforderungen an die Kündigungsschaltfläche** nicht nur formal erfüllt werden müssen. Vielmehr muss der gesamte Kündigungsprozess klar, verständlich und ohne unnötige Hürden ausgestaltet sein. Die Entscheidung des OLG Schleswig stärkt damit die Rechte von Verbrauchern.

Unternehmen sollten daher missverständliche **Begriffe wie „Kündigungswunsch“ oder „Anliegen“ oder im Zusammenhang mit Kündigungsmöglichkeiten vermeiden**. Darüber hinaus sollten sie ihre Website so gestalten, dass für den Verbraucher klar erkennbar ist, wie die Kündigung wirksam erklärt werden kann.



Ihre Ansprechpersonen



Dr. Christiane Hoffbauer
Rechtsanwältin, Partnerin
T +49 211 60035-230
christiane.hoffbauer@orka.law



Dr. Philipp Mels
Rechtsanwalt, Partner
T +49 211 60035-180
philipp.mels@orka.law



Felix Meurer
Rechtsanwalt, Salary Partner
T +49 30 509320-117
felix.meurer@orka.law



Jeannette Herkenrath
Rechtsanwältin, Senior Associate
T +49 211 60035-234
jeannette.herkenrath@orka.law



Leonie Kolyvas
Rechtsanwältin, Associate
T +49 211 60035-182
leonie.kolyvas@orka.law



Rafael Wolter, Lic. en droit (LL.B.)
Rechtsanwalt, Associate
T +49 211 60035-183
rafael.wolter@orka.law

One Team.
One Goal.

