

BGH: „Kauf auf Rechnung“ kann irreführend sein

26.12.2025, 08:27 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *MTR Legal Rechtsanwälte Pressearchiv*



Urteil des Bundesgerichtshofs vom 11. September 2025 – Az. I ZR 14/23

Zahlungsmodalitäten sind mehr als nur die Art und Weise wie bestellte Ware bezahlt werden kann. Sie können auch eine Werbewirkung haben, wie der Bundesgerichtshof mit Urteil vom 11. September 2025 feststellte (Az. I ZR 14/23). Bei der Zahlungsabwicklung kommen unterschiedliche Verfahren wie das TAN-Verfahren beim Online-Banking oder das NFC-Verfahren beim Mobile Payment zum Einsatz, die eine wichtige Rolle für die Sicherheit der Transaktionen spielen. Auch die anfallenden Gebühren sind ein relevanter Aspekt, den Händler und Kunden bei der Auswahl und Bewerbung von Zahlungsarten berücksichtigen sollten. Demnach kann bspw. die Bewerbung mit einem „bequemen Kauf auf Rechnung“ einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht darstellen, wenn die Bedingungen für diese Zahlungsart für den Verbraucher nicht klar ersichtlich sind.

Der BGH hat mit dieser Entscheidung die Transparenzpflichten im Online-Handel geschärft. Wer bspw. mit einer „bequemen Zahlungsart“ oder anderen Vorteilen wirbt, muss die Verbraucher auch über die Bedingungen dafür frühzeitig informieren und nicht erst im Verlauf des Bestellvorgangs. Ein Beispiel für eine irreführende Bewerbung wäre, wenn ein Onlineshop mit „kostenloser Kreditkartenzahlung“ wirbt, aber im Bestellprozess plötzlich zusätzliche Gebühren verlangt. In solchen Fällen entsteht für Verbraucher der Nachteil, dass sie sich auf die beworbene Zahlungsart verlassen und erst spät von versteckten Kosten oder Einschränkungen erfahren. Ansonsten kann ein Verstoß gegen die Informationspflichten vorliegen, so die Wirtschaftskanzlei MTR Legal Rechtsanwälte, die u.a. im IT-Recht berät.

Einführung in den Online-Handel

Der Online-Handel, auch als E-Commerce bekannt, hat sich in den letzten Jahren zu einer der wichtigsten Säulen des modernen Handels entwickelt. Durch die Digitalisierung und die ständige Verfügbarkeit des Internets sind die traditionellen Grenzen des Einzelhandels nahezu aufgehoben worden. Kunden können heute Waren und Dienstleistungen bequem von zu Hause oder unterwegs aus bestellen und bezahlen – unabhängig von Öffnungszeiten oder Standort. Diese neue Form des Handels bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, sowohl für Kunden als auch für Unternehmen.

Ein wesentlicher Aspekt des E-Commerce ist die Vielfalt der verfügbaren Zahlungsarten. Ob Kreditkarte, Lastschrift

oder andere moderne Bezahlssysteme – die Auswahl an Zahlungsmethoden ist groß und trägt maßgeblich zur Popularität des Online-Handels bei. Kunden schätzen die Flexibilität, mit der sie ihre Einkäufe bezahlen können, und Unternehmen profitieren von der Möglichkeit, ihre Waren einem breiten Kundenstamm anzubieten. Die Bedeutung des Online-Handels wächst stetig, da immer mehr Menschen die Vorteile des bequemen und sicheren Einkaufens im Internet für sich entdecken.

Werbliche Hervorhebung der Zahlungsarten

Der vorliegende Fall betraf die Frage, inwieweit Online-Händler Zahlungsarten wie den Rechnungskauf werblich hervorheben dürfen, ohne Verbraucher in die Irre zu führen. Ein großer Online-Versandhandel hatte mit dem Slogan „Bequemer Kauf auf Rechnung“ geworben. Allerdings hatte er nicht sofort sichtbar darüber aufgeklärt, dass dafür eine Bonitätsprüfung erforderlich ist. Die Verbraucherzentrale Hamburg sah darin eine Irreführung der Verbraucher. Sie argumentierte, die Aussage sei irreführend, da der Rechnungskauf tatsächlich nur unter bestimmten Voraussetzungen angeboten werde – insbesondere nach einer Bonitätsprüfung. Verbraucher könnten durch den Werbespruch annehmen, der Rechnungskauf stehe ihnen generell und ohne Einschränkungen offen. Als Beispiel für eine andere Zahlungsart, die ebenfalls beworben werden könnte, lässt sich die Nachnahme nennen, bei der Kunden erst bei Lieferung bezahlen.

Der Händler verteidigte sich damit, dass es sich lediglich um eine werbliche Anpreisung handle und der Hinweis auf die Bonitätsprüfung im Bestellprozess deutlich erfolge. Auch bei der Nachnahme als alternative Zahlungsart können bestimmte Voraussetzungen und zusätzliche Gebühren anfallen, die für den Kunden relevant sind.

Verkaufsförderung durch Zahlungsart

BGH betont Werbewirkung von Zahlungsarten im Online-Handel

Nachdem die Vorinstanzen die Klage abgewiesen hatten, landete der Fall vor dem Bundesgerichtshof. Der BGH hob die Entscheidung des Berufungsgerichts auf und verwies die Sache zur erneuten Verhandlung zurück. Damit ist zwar noch nicht abschließend entschieden, ob die konkrete Werbung des Händlers unzulässig war, der BGH hat jedoch die rechtlichen Maßstäbe präzisiert, an denen sich künftige Entscheidungen orientieren müssen. Er stellte klar, dass die Bewerbung bestimmter Zahlungsarten grundsätzlich eine Form der Verkaufsförderung darstellen kann und damit den Regeln des Wettbewerbsrechts unterliegt.

Der Verkauf von Produkten ist sowohl im eigenen Onlineshop als auch auf einem Marktplatz wie eBay oder Amazon das zentrale Ziel, wenn Zahlungsarten hervorgehoben werden. Neben dem eigenen Onlineshop bieten Marktplätze Händlern eine alternative Plattform, um ihre Produkte einem breiteren Kundenkreis anzubieten.

Damit knüpft der BGH an eine Vorabentscheidung des Europäischen Gerichtshofs in der Sache an (Az. C-100/24). Danach kann die Hervorhebung einer bestimmten Zahlungsart wie z.B. der Rechnungskauf als Angebot zur Verkaufsförderung gelten, wenn sie dem Verbraucher einen erkennbaren Vorteil suggeriert, der seine Kaufentscheidung beeinflussen kann. Zahlungsmodalitäten sind damit nicht nur technische Abwicklungsformen, sondern können einen erheblichen Werbewert haben.

Verletzung der Informationspflichten

Der BGH führte weiter aus, dass in dem vorliegenden Fall zwar keine Irreführung der Verbraucher gemäß § 5 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) vorliegt. Es könne aber eine Verletzung der Informationspflichten nach § 5a UWG vorliegen, wenn dem Verbraucher wesentliche Informationen vorenthalten werden, die er für eine informierte geschäftliche Entscheidung benötigt. Ob ein Vorbehalt wie die Bonitätsprüfung beim Rechnungskauf eine solche wesentliche Information darstellt, hänge davon ab, ob dieser Vorbehalt für die Kaufentscheidung relevant ist. In diesem Zusammenhang besteht die Anforderung, dass Transparenz und rechtzeitige Information über die angebotenen Zahlungsarten und Zahlungsmodalitäten gewährleistet werden, damit Verbraucher ihre Entscheidung auf Grundlage aller relevanten Informationen treffen können.

Besonders wichtig sei dabei der Zeitpunkt und die Art der Information, so der BGH. Der Hinweis auf eine Bonitätsprüfung dürfe nicht erst spät im Bestellprozess oder in schwer auffindbaren Fußnoten erscheinen. Werde in der Werbung der Eindruck erweckt, eine Leistung stehe allgemein und bedingungslos zur Verfügung, müsse ein einschränkender Hinweis klar, verständlich und frühzeitig erfolgen. Eine nachgeschobene Information genüge regelmäßig nicht.

Online-Shops und ihre Bedeutung

Online-Shops sind das Herzstück des E-Commerce und haben die Art und Weise, wie wir einkaufen, grundlegend verändert. Sie ermöglichen es Kunden, Produkte und Dienstleistungen rund um die Uhr zu erwerben, ohne die eigenen vier Wände verlassen zu müssen. Für Händler bieten Online-Shops die Möglichkeit, ihre Waren und Dienstleistungen nicht nur lokal, sondern auch national und international zu vermarkten. Die Nutzung eines Online-Shops eröffnet Unternehmen neue Wege, ihre Zielgruppen zu erreichen und ihren Kundenstamm zu erweitern.

Einfluss von Benutzerfreundlichkeit und Vertrauen auf das Kaufverhalten

Die Entscheidung für einen Kauf in einem Online-Shop wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst: Neben der Vielfalt der Produkte und attraktiven Preisen spielen auch die angebotenen Zahlungsarten, die Qualität des Kundenservice und die Sicherheit der Transaktionen eine entscheidende Rolle. Kunden profitieren von der Möglichkeit, Preise und Produkte einfach zu vergleichen, Bewertungen anderer Käufer zu lesen und sich umfassend zu informieren, bevor sie eine Bestellung aufgeben.

Vorteile von Online-Shops für Unternehmen und Verbraucher

Für Unternehmen bietet der Online-Handel zahlreiche Vorteile. Durch gezielte Marketingmaßnahmen wie Suchmaschinenoptimierung, Social Media oder E-Mail-Kampagnen können sie ihre Produkte und Dienstleistungen einem breiten Publikum präsentieren. Die direkte Interaktion mit Kunden ermöglicht es, auf deren Wünsche und Anforderungen einzugehen und so die Kundenzufriedenheit zu steigern. Gleichzeitig können Händler durch die Nutzung von Online-Shops ihre Geschäftsprozesse effizienter gestalten und neue Märkte erschließen.

Insgesamt hat der Online-Handel die Bedeutung des Einzelhandels nachhaltig verändert. Die Möglichkeit, jederzeit und überall einzukaufen, die große Auswahl an Produkten und die Flexibilität bei der Bezahlung machen Online-Shops zu einer attraktiven Alternative zum stationären Einzelhandel. Unternehmen, die die Chancen des E-Commerce nutzen, können sich erfolgreich am Markt positionieren und von den vielfältigen Vorteilen dieser Handelsform profitieren.

Transparenz im Online-Handel

Der BGH hat mit dem Urteil die zentrale Bedeutung einer transparenten Verbraucherkommunikation im E-Commerce unterstrichen. Werden Vorteile hervorgehoben, muss auch dargelegt werden, unter welchen Bedingungen diese tatsächlich gelten. Slogans, die Bequemlichkeit, Sicherheit oder besondere Vorteile betonen, bergen ein Risiko, wenn sie nicht vollständig zutreffen und beim Verbraucher Erwartungen wecken können, die durch spätere Bedingungen enttäuscht werden. Besonders bei der Auswahl und Kommunikation von Zahlungsarten tragen Händler eine besondere Verantwortung gegenüber Verbrauchern, um deren Rechte und Interessen zu wahren.

Online-Händler sollten nach der BGH-Entscheidung ihre Kommunikation so gestalten, dass Verbraucher klar, verständlich und frühzeitig über Einschränkungen informiert werden. Ansonsten können Abmahnungen, Unterlassungsansprüche und Bußgelder drohen.

MTR Legal Rechtsanwälte berät umfassend im IT-Recht.

Nehmen Sie gerne Kontakt zu uns auf!

MTR Legal Rechtsanwälte

Kurfürstendamm 11
10719 Berlin
Deutschland

Michael Rainer

+49 221 9999220

info@mtrlegal.com

www.mtrlegal.com

Portrait

MTR Legal Rechtsanwälte ist eine bundesweit und international tätige Full-Service-Wirtschaftskanzlei mit umfassender Expertise im Wirtschaftsrecht. Die Sozietät berät Unternehmen, institutionelle Investoren und vermögende Privatpersonen in den Bereichen Gesellschafts-, Steuer-, Handels-, Vertrags-, Vertriebs-, Kapitalmarkt- und Bankrecht. Proaktiv. Durchsetzungsstark. Erfolgreich. Diese Prinzipien prägen die Arbeitsweise der Kanzlei – vorausschauend, strategisch und wirtschaftlich fokussiert. MTR Legal arbeitet effizient, schnell, präsent und mit leading technology.

Mit Offices in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart sowie Representative Offices in London, Paris, Amsterdam und Singapore ist die Kanzlei international präsent. MTR Legal ist Mitglied im internationalen Netzwerk IR Global und wird regelmäßig von Handelsblatt und Best Lawyers empfohlen.

News-ID: 1296656 • Views: 591 (Stand: 26.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1296656/BGH-Kauf-auf-Rechnung-kann-irrefuehrend-sein.html>