# Kfz-Kaufvertrag trotz falsch beschriftetem Bestellbutton

1. **Beschriftet ein Kraftfahrzeughändler die Schaltfläche, mit der ein Verbraucher eine auf den Erwerb eines Neuwagens gerichtete Onlinebestellung abgibt, lediglich mit „Bestellen“, genügt dies nicht den Anforderungen des § 312j III 2 BGB. Dieser Verstoß steht dem Zustandekommen eines Kaufvertrags aber jedenfalls dann nicht entgegen, wenn der Verbraucher den Onlineshop des Händlers zielgerichtet aufsucht, um einen Neuwagen zu erwerben, die auf den Erwerb gerichtete Bestellung auch abgibt und die damit verbundene Verpflichtung zur Zahlung des Kaufpreises für ihn offenkundig ist. In einem solchen Fall ist § 312j IV BGB teleologisch zu reduzieren; zumindest aber ist es dem Verbraucher nach Treu und Glauben (§ 242 BGB) verwehrt, sich auf § 312j IV BGB zu berufen.**

2. **Verwendet ein Kraftfahrzeughändler beim Abschluss von Neuwagenkaufverträgen mit Verbrauchern im Fernabsatz eine selbst formulierte Widerrufsbelehrung und gibt er darin seine Postanschrift sowie seine E-Mail-Adresse an, ist die zusätzliche Angabe seiner Telefonnummer nicht erforderlich. Dies gilt jedenfalls dann, wenn die Telefonnummer des Händlers ohne Weiteres auf dessen Internetseite zugänglich ist (im Anschluss an BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VII-I ZR 143/24, NJW 2025, 1268 = juris Rn. 5 ff.).**

OLG Braunschweig, Urteil vom 18.12.2025 – 9 U 71/25

**Sachverhalt:** Der Kläger kaufte von der Beklagten mit Vertrag vom 16.03.2022 einen neuen Tesla Model Y zum Peis von 57.970 €. Bei dem Kaufvertrag handelt es sich um einen Fernabsatzvertrag im Sinne des § 312c I BGB. Die dem Kläger erteilte Widerrufsbelehrung enthielt nicht die – zu diesem Zeitpunkt auf der Internetseite für Kundenkontakte angegebene – Telefonnummer der Beklagten.

Nachdem der Kläger seine Vertragserklärung widerrufen hatte, nahm er die Beklagte auf Rückabwicklung des mit ihr geschlossenen Kaufvertrags in Anspruch. Er stützte dieses Verlangen zudem darauf, dass der Kaufvertrag unwirksam sei, weil die Bestellung des Fahrzeugs über eine Schaltfläche erfolgt sei, die entgegen § 312j III 2 BGB lediglich mit „Bestellen“ beschriftet gewesen sei.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen, weil sie zwar zulässig, aber unbegründet sei.

Soweit der Kläger die Klage geändert habe, indem er einen weiteren Streitgegenstand – die Unwirksamkeit des Kaufvertrags wegen der nicht gesetzeskonform beschrifteten Bestellfläche – in den Rechtsstreit eingeführt habe, sei diese Klageänderung sachdienlich, weil dadurch ein weiterer Prozess vermieden werde. Sie sei demnach nach § 263 Fall 2 ZPO zulässig.

Der Kläger habe jedoch keinen Anspruch auf Rückzahlung des Kaufpreises aus § 355 III 1, § 357 I BGB gegen die Beklagte. Er habe den Widerruf nicht innerhalb der 14-tägigen Widerrufsfrist erklärt. Die verlängerte Widerrufsfrist des § 356 III BGB sei nicht einschlägig, weil die Beklagte den Kläger ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt habe.

Die fehlende Angabe der Telefonnummer stehe einer ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung nicht entgegen. Die Beklagte habe eine selbst formulierte Widerrufsbelehrung genutzt. Weder der Wortlaut noch der systematische Kontext oder der Zweck der Regelung des Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie[1]Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 25.10.2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, ABl. 2011 L 304, 64. und des Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB erforderten die Angabe der Telefonnummer bei einer selbst formulierten Widerrufsbelehrung. Durch die Angabe ihrer Postanschrift und ihrer E-Mail-Adresse habe die Beklagte dem Kläger eine schnelle und effiziente Möglichkeit zur Kontaktaufnahme eingeräumt. Unabhängig davon sei die fehlende Angabe einer Telefonnummer nicht geeignet gewesen, den Kläger von einem rechtzeitigen Widerruf abzuhalten; sie stehe daher dem Anlaufen der Widerrufsfrist nicht entgegen.

Ein Belehrungsfehler ergebe sich auch nicht aus den Angaben zur Erstattungsfähigkeit der Bestellgebühr. Die Beklagte habe den Kläger während des Bestellvorgangs ausdrücklich und rechtlich zutreffend darauf hingewiesen, dass ihm die Bestellgebühr im Falle eines wirksamen Widerrufs oder Rücktritts erstattet werde.

Der Kläger habe gegen die Beklagte auch keinen Anspruch auf Rückzahlung des Kaufpreises aus § 812 I 1 Fall 1 BGB. Die Parteien hätten einen wirksamen Kaufvertrag geschlossen. Zwar genüge die Gestaltung des Bestellbuttons mit der Beschriftung „Bestellen“ nicht den Anforderungen des § 312j III BGB, wonach die Bestellsituation so zu gestalten sei, dass ein Verbraucher eine zahlungspflichtige Bestellung ausdrücklich bestätigen müsse. Indes folge daraus nicht die Unwirksamkeit des Vertrags. Der Begriff des „Nichtzustandekommens“ im Sinne des § 312j IV BGB sei europarechtskonform entsprechend der Regelung in Art. 8 II Unterabs. 2 Satz 3 der Verbraucherrechterichtlinie und – im Einklang mit der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (Urt. v. 30.05.2024 – C-400/22, ECLI:EU:C:2024:436 – Conny) – dahin auszulegen, dass der Vertrag schwebend unwirksam sei und der Verbraucher ihn bestätigen könne. Der Kläger habe ein Fahrzeug gegen Entgelt erwerben wollen. Er habe nicht geltend gemacht, dass er aufgrund der Bestellschaltfläche bezweifelt habe, eine Zahlungsverpflichtung einzugehen. Dies widerspräche auch jeder Lebenserfahrung. Unabhängig davon sei es dem Kläger nach § 242 BGB verwehrt, sich auf § 312j III und IV BGB zu berufen, da § 356 III 2 BGB aufzeige, innerhalb welcher zeitlichen Grenze es der Billigkeit entspricht, sich aus formalen Gründen vom Vertrag zu lösen.

Mit seiner dagegen gerichteten Berufung hat der Kläger geltend gemacht, dass der streitgegenständliche Kaufvertrag gemäß § 312j IV BGB nichtig sei. Jedenfalls aber habe er seine Vertragserklärung wirksam – innerhalb der verlängerten Widerrufsfrist des § 356 III BGB – widerrufen.

Die Beklagte hat das Urteil des Landgerichts verteidigt. Ergänzend hat sie ausgeführt, das Vorbringen des Klägers zu § 312j III, IV BGB sei erstinstanzlich eine unzulässige Klageänderung gewesen, der sie widersprochen habe. Der Kläger habe – was unstreitig ist – gewusst, dass die von ihm gewollte Bestellung kostenpflichtig sei. Sein Klagebegehren liege daher außerhalb des Schutzzwecks des § 312j III, IV BGB. Die Regelung sei teleologisch zu reduzieren. Dafür spreche auch der vorliegende Geschehensablauf: Der Kläger habe sich zunächst in einer App registrieren lassen müssen, sodann habe er Schritte zur Zulassung des Fahrzeugs unternehmen, den Kaufpreis zahlen und später das Fahrzeug entgegennehmen müssen. Ihm sei es nach § 242 BGB verwehrt, sich auf die vermeintliche Unwirksamkeit des Vertrags wegen der Schaltflächengestaltung zu berufen.

Die Berufung hatte keinen Erfolg.

**Aus den Gründen:** II. Die zulässige Berufung ist unbegründet.

Das Urteil des Landgerichts erweist sich auch gemessen an den Ausführungen in der Berufungsbegründung, den Schriftsätzen des Klägers vom 19.11.2025 und vom 24.11.2025 sowie dem Vorbringen in der mündlichen Verhandlung vom 26.11.2025 als zutreffend. Der Kläger hat keinen Rechtsfehler der angefochtenen Entscheidung im Sinne des § 546 ZPO aufzeigen können, der sich im Ergebnis zu seinen Ungunsten ausgewirkt hat. Darüber hinaus rechtfertigen die vom Senat gemäß § 529 I ZPO seiner Entscheidung zugrunde zu legenden Tatsachen eine vom Landgericht abweichende Bewertung der Sach- und Rechtslage zugunsten des Klägers im Ergebnis nicht.

Die Klage ist zulässig, jedoch unbegründet. Der Kläger hat gegen die Beklagte weder aufgrund des von ihm erklärten Widerrufs (dazu unter 1) noch aufgrund der Gestaltung der Schaltfläche zum Absenden der Bestellung (dazu unter 2) einen Anspruch auf Rückzahlung des Kaufpreises. Mangels Hauptanspruchs hat er auch keinen Anspruch auf Zinsen und vorgerichtliche Rechtsanwaltskosten.

1. Die Rüge der Berufung, das Landgericht habe fehlerhaft verkannt, dass die Widerrufsfrist mangels ordnungsgemäßer Belehrung nicht in Gang gesetzt worden und der Kläger deshalb widerrufsberechtigt war, verhilft ihr nicht zum Erfolg. Dem Kläger stehen die geltend gemachten Ansprüche auf Rückzahlung des geleisteten Kaufpreises des mit der Beklagten geschlossenen Online-Fahrzeugkaufvertrags über das streitgegenständliche Fahrzeug gemäß §§ 357 I, 355 III BGB sowie auf Zahlung der vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten mangels wirksamen, fristgerechten Widerrufs nicht zu.

Nachdem der Kläger den streitgegenständlichen Kaufvertrag als Verbraucher online, mithin im Rahmen eines Fernabsatzgeschäfts im Sinne von § 312c BGB abgeschlossen hatte, stand ihm ein Widerrufsrecht gemäß §§ 312g I, 355 I BGB binnen einer 14-tägigen Widerrufsfrist nach § 355 II BGB ab Übergabe des streitgegenständlichen Fahrzeugs am 23.11.2022 (S. 26 der Klageschrift) beziehungsweise am 26.11.2022 (S. 5 Rn. 8 und S. 18 Rn. 53 der Klageerwiderung) zu (§ 356 II Nr. 1 lit. a BGB). Diese Frist war zum Zeitpunkt seiner Widerrufserklärung – unabhängig davon, ob die Übergabe am 23. oder am 26.11.2022 stattgefunden hat – am 20.11.2023 (S. 34 der Klageschrift) abgelaufen, sodass er kein Widerrufsrecht mehr hatte.

Die 14-tägige Widerrufsfrist beginnt zwar bei Fernabsatzverträgen gemäß § 356 III 1 BGB nicht, bevor der Unternehmer den Verbraucher entsprechend den Anforderungen des Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB unterrichtet hat, wobei in diesem Fall eine Höchstwiderrufsfrist von 12 Monaten und 14 Tagen nach Übergabe der Ware gemäß § 356 III 2 BGB besteht. Allerdings findet diese Vorschrift keine Anwendung, weil die von der Beklagten verwendete und dem Kläger mit der Bestellvereinbarung vom 16.03.2022 nebst ihren Alwelgemeinen Geschäftsbedingungen übersandte Widerrufsbelehrung (Anlage K1.5 zur Klageschrift vom 17.12.2023) den genannten gesetzlichen Anforderungen entsprochen hat. Die fehlende Angabe der Telefonnummer (dazu unter a), die Angaben zur Erstattbarkeit der Anzahlung (dazu unter b), die fehlende Belehrung über die Höchstdauer des Widerrufsrechts (dazu unter c), die Informationen dazu, wann ein Widerrufsrecht besteht (dazu unter d), die Angaben zu den Rücksendekosten (dazu unter e), die Wertersatzklausel (dazu unter f), die fehlenden Angaben zu den üblichen Fahrzeugrückgabemodalitäten (dazu unter g) und die etwaig nicht funktionierende Faxnummer (dazu unter h) begründen keinen Fehler in der Widerrufsbelehrung, der sich auf den Lauf der Widerrufsfrist auswirkt. Ein anderer Fristbeginn ergibt sich auch nicht aus der vorherigen Übersendung der Fahrzeugpapiere (dazu unter i aa) und der etwaigen Nachlieferung der Ultraschallsensoren (dazu unter i bb). Die Widerrufsbelehrung ist auch nicht aus anderen Gründen unwirksam. Eine Vorlage an den Europäischen Gerichtshof ist nicht geboten (dazu unter j).

a) Soweit die Berufung sich zur Begründung einer gemäß § 356 III 1 BGB verlängerten Widerrufsfrist auf die Unwirksamkeit der Widerrufsbelehrung beruft, weil sie keine Telefonnummer der beklagten Unternehmerin enthält, unter der der Widerruf erklärt werden kann, hat sie keinen Erfolg. Dass die Beklagte in der Widerrufsbelehrung ihre Telefonnummer nicht angegeben hat, führt, wie das Landgericht zutreffend entschieden hat, nicht zur Unwirksamkeit der Widerrufsbelehrung. Die Telefonnummer ist keine Pflichtangabe (dazu unter aa). Die Gestaltung der Widerrufsbelehrung durch die enumerative Auflistung einiger Kommunikationsmittel für den Widerruf ist nicht irreführend (dazu unter bb).

aa) Aus Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB, der als Umsetzung des Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie richtlinienkonform auszulegen ist, ergibt sich die Erforderlichkeit der zusätzlichen Angabe einer Telefonnummer des Unternehmers nicht, wenn der Unternehmer – wie die Beklagte – eine selbst formulierte Widerrufsbelehrung verwendet, in der er seine Postanschrift sowie seine E-Mail-Adresse als beispielhafte Kommunikationsmittel für den Widerruf mitteilt. Dies gilt erst recht, wenn – wie hier – die Telefonnummer des Unternehmers ohne Weiteres und an mehreren Stellen, unter anderem im Impressum, auf seiner Internetseite zugänglich gewesen ist (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, NJW 2025, 1268 = juris Rn. 5 ff.). Wie der Bundesgerichtshof in seinem Beschluss vom 25.02.2025 ausgeführt hat, ergibt sich eine solche Verpflichtung des Unternehmers – auch nach der streitgegenständlich nicht einschlägigen, aber im Rahmen einer Auslegung heranzuziehenden Neufassung der Verbraucherrechterichtlinie durch die Richtlinie (EU) 2019/2161 – weder aus dem (unverändert gebliebenen) Wortlaut des Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie und der entsprechenden nationalen Regelung des Art. 246a § 1 II Nr. 1 EGBGB noch aus der systematischen, historischen und verfassungs- beziehungsweise europarechtskonformen Auslegung der Norm oder aus ihren Regelungszielen (dazu unter (1)). Dies gilt auch unter Berücksichtigung der (früheren) Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und des Gerichtshofs der Europäischen Union, insbesondere ihrer „EIS-Entscheidung“ (dazu unter (2)) und der weiteren vom Kläger zitierten Rechtsprechung zur Telefonnummer als vermeintlicher Pflichtangabe in einer Widerrufsbelehrung (dazu unter (3)).

(1) Gemäß § 356 III 1 BGB, der ausdrücklich und ausschließlich auf Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB verweist, hängt der Beginn der Widerrufsfrist (nur) von der Erfüllung der in dieser Norm ausgeführten („widerrufsbezogenen“) Informationspflichten ab, die darin bestehen, den Verbraucher, dem ein Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen nach § 312g I BGB zusteht, „über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts gemäß § 355 I BGB sowie das Muster-Widerrufsformular in der Anlage 2“ zu informieren. Dem Begriff „Verfahren“ – auch wenn er beschreiben soll, „auf welche Art und Weise der Widerruf durchgeführt wird“ und damit „an welche Empfängeradresse“ – ist nicht zu entnehmen, welche Kommunikationsmittel in der Widerrufsbelehrung, die – wie hier – auf die Musterwiderrufsbelehrung in der Anlage 1 (= Anhang I Teil A der Verbraucherrechterichtlinie) nicht (bzw. nicht vollständig) zurückgreift, für die Erklärung des Widerrufs anzugeben sind (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 6).

Anhaltspunkte im Kontext der Regelungen der Verbraucherrechterichtlinie dafür, dass der europäische Gesetzgeber eine Verpflichtung des Unternehmers zur zusätzlichen Nennung seiner Telefonnummer für eine solche Widerrufsbelehrung statuieren wollte, sind nicht ersichtlich. Ausdrückliche Regelungen in diesem Sinne hat der Gesetzgeber in Art. 6 I lit. c oder Art. 5 I lit. b der Richtlinie vorgesehen, während er ein entsprechendes Erfordernis bei den Anforderungen an eine Widerrufsbelehrung in Art. 6 I lit. h der Richtlinie nicht aufgenommen hat (BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 7).

Es sind keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, diesbezüglich eine planwidrige Regelungslücke bei den Anforderungen des Art. 6 I lit. h der Richtlinie anzunehmen und durch ergänzende Auslegung von einer den allgemeinen Informationspflichten und der Musterwiderrufsbelehrung aus der Anlage 1 EGBGB beziehungsweise des Anhangs I Teil A der Richtlinie entsprechenden Verpflichtung zur Angabe der Telefonnummer bei einer Widerrufsbelehrung auszugehen, die von einer Musterwiderrufsbelehrung (teilweise) abweicht. Dass der europäische Gesetzgeber eine identische Formulierung für Art. 6 I lit. h der Richtlinie bewusst nicht gewählt hat, obwohl er dies ohne Weiteres hätte tun können, wird durch die Neuregelungen durch die Richtlinie (EU) 2019/2161[2]Richtlinie (EU) 2019/2161 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27.11.2019 zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union, ABl. 2019 L 328, 7. (die durch Gesetz vom 10.08.2021[3]Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der EU-Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union und zur Aufhebung der Verordnung zur Übertragung der Zuständigkeit für die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 auf das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, BGBl. I 2021 S. 3483 mit Wirkung zum 28.05.2022 umgesetzt wurde) gestützt. Diese hat aus den Art. 6 I lit. c und lit. d und den Gestaltungshinweisen zu der Widerrufsbelehrung im Anhang I Teil A der Verbraucherrechterichtlinie bei der Angabe der Telefonnummer den Zusatz „gegebenenfalls“ beziehungsweise „soweit verfügbar“ weggestrichen, während Art. 6 I lit. h unverändert geblieben ist (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 14 m. w. N.). Sollte der europäische Gesetzgeber es gewollt haben, hätte er spätestens bei der Neufassung des Art. 6 I lit. c der Verbraucherrechterichtlinie Gelegenheit gehabt, die Verpflichtung des Unternehmers zur Mitteilung seiner Telefonnummer als Teil der erforderlichen widerrufsbezogenen Informationspflichten aufzunehmen.

Gegen die Auffassung, dass sich aus Art. 246a § 1 II 2 EGBGB in Verbindung mit der Anlage 1 entnehmen lasse, welche Angaben für die ordnungsgemäße Widerrufsbelehrung erforderlich sind, spricht der Wortlaut, wonach der Unternehmer seine Informationspflichten durch die Übermittlung des ausgefüllten, in der Anlage 1 vorgesehenen Musters erfüllen „kann“. Auch folgt aus dem Wort „diese“ (Informationspflichten) nicht zwingend, dass sämtliche Angaben aus dem Muster aus der Anlage 1 erforderlich und Maßstab für die Erfüllung der Pflichten aus Art. 246a § 1 II 1 EGBGB wären. Anhaltspunkte dafür, dass der (europäische) Gesetzgeber – entgegen dem Wortlaut – durch die Gestaltung der Musterwiderrufsbelehrung in Anhang I Teil A zu Art. 6 IV der Richtlinie einen „Mindeststandard“ beziehungsweise eine Regelung für diejenigen Fälle treffen wollte, bei denen sich der Unternehmer einer solchen Widerrufsbelehrung nicht bedient, sind nicht ersichtlich. Aus der systematischen Stellung der Musterwiderrufsbelehrung als Anlage zum Gesetz beziehungsweise als Anhang der Richtlinie ist zu entnehmen, dass sie den allgemeinen Vorgaben des Art. 246a § 1 II 1 EGBGB beziehungsweise Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie nachgelagert und deshalb nicht geeignet ist, allgemeine Vorgaben zu definieren (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 8).

Dem Regelungstext ist die Wahlfreiheit des Unternehmers zu entnehmen, eine nach den Anforderungen des Art. 246a § 1 II 2 EGBGB beziehungsweise Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie frei formulierte Widerrufsbelehrung oder eine nach dem Muster in der Anlage 1 beziehungsweise im Anhang I Teil A erstellte Widerrufsbelehrung zu verwenden. Die Benutzung des Musters mit den entsprechenden Gestaltungshinweisen ist fakultativ. Die Unternehmer können ihre eigenen Texte verwenden und auf die Schutzwirkung des Art. 246a § 1 II EGBGB verzichten (Grüneberg/*Grüneberg,* BGB, 84. Aufl. [2025], Art. 246a § 1 EGBGB Rn. 8).

Daraus folgt eine Einschränkung der schutzwürdigen Interessen des Verbrauchers nicht. Die Auswahl des für die Erfüllung der Informationspflichten beweisbelasteten Unternehmers hat prozessuale Konsequenzen. Im Falle der Verwendung einer individuellen Widerrufsbelehrung besteht die gesetzliche Fiktion der Informationspflichterfüllung gemäß Art. 6 IV der Verbraucherrechterichtlinie nicht.

Schließlich ist die von der Beklagten verwendete Widerrufsbelehrung vor dem Hintergrund des vom Unionsgesetzgeber mit Art. 6 I der Richtlinie verfolgten Regelungsziels nicht zu beanstanden. Durch die europäische Regelung soll die Übermittlung an den Verbraucher vor Vertragsabschluss sowohl von Informationen über dessen Vertragsbedingungen und -folgen, um ihm die Entscheidung zu ermöglichen, ob er sich vertraglich an einen Unternehmer binden möchte, als auch von Informationen, die zur ordnungsgemäßen Vertragserfüllung und zur Ausübung seiner Rechte, insbesondere seines Widerrufsrechts, erforderlich sind, sichergestellt werden (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VII-I ZR 143/24, juris Rn. 9 ff. m. w. N.). Für eine schnelle und effiziente Kommunikation mit einem im Internet tätigen Unternehmer – wie der Beklagten – ist nicht erforderlich, dass in der Widerrufsbelehrung neben einer E-Mail-Adresse und einer Postanschrift die Telefonnummer angegeben wird (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 13). Dass für den Kläger dadurch nicht gewährleistet gewesen wäre, mit der Beklagten schnell in Kontakt zu treten, ist nicht ersichtlich, zumal ihm weitere Kommunikationswege, wie zum Beispiel ein Telefonat unter der im Internet ohne Weiteres zu findenden Telefonnummer, nicht verwehrt gewesen wären. Die in der Widerrufsbelehrung angegebenen Kommunikationswege stellen sich zudem für einen Verbraucher günstiger dar als ein Telefonat. Bei einem mit der Post versandten Brief, einem Telefax oder einer E-Mail ist der Zeitpunkt einer (ggf. rechtzeitigen) Abgabe der Widerrufserklärung leichter zu beweisen, als wenn der Widerruf telefonisch erklärt wird (vgl. hierzu auch Erwägungsgrund 44 der Verbraucherrechterichtlinie sowie BT-Drucks. 17/12637, S. 60). Dies kann vorliegend insbesondere im Hinblick auf den hohen Wert des Kaufgegenstands ein Entscheidungskriterium bei der Wahl des Übermittlungsweges sein. Auch hat der Kläger seine Widerrufserklärung der Beklagten per E-Mail übersandt (vgl. S. 34 der Klageschrift).

(2) Soweit sich der Kläger für die Unwirksamkeit der Widerrufsbelehrung der Beklagten auf die „EIS-Rechtsprechung“ des Europäischen Gerichtshofs (EuGH, Urt. v. 14.05.2020 – C-266/19, ECLI:EU:C:2020:384 = NJW 2020, 2389 – EIS) und die dazugehörige Entscheidung des I. Zivilsenats des Bundesgerichtshofs vom 24.09.2020 – I ZR 169/17, juris – berufen und darauf hingewiesen hat, sind diese Entscheidungen auf den vorliegenden Fall nicht übertragbar. Sie begründen keine Verpflichtung der Beklagten zur zusätzlichen Angabe der Telefonnummer als Wirksamkeitsvoraussetzung der streitgegenständlichen Widerrufsbelehrung.

Die „EIS-Entscheidung“ des Bundesgerichtshofs vom 24.09.2020 ist im Kontext der Beurteilung von Informationspflichten des Unternehmers generell und insbesondere aus wettbewerbsrechtlicher Sicht ergangen, was der Bundesgerichtshof in seinem Beschluss vom 25.02.2025 klargestellt hat (BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 26), und ihr lag eine andere Fallkonstellation zugrunde. Etwas anderes ergibt sich – entgegen der Ansicht des Klägers (S. 19 der Berufungsbegründung) – nicht daraus, dass der Bundesgerichtshof bei seiner Entscheidung das Merkmal der „Spürbarkeit“ in § 3 I UWG herangezogen hat.

In dem genannten Fall hatte das beklagte Unternehmen die mit ihm beim Vertrieb von Erotikartikeln über das Internet in Wettbewerb stehende Klägerin wegen der Verwendung einer Widerrufsbelehrung ohne Telefonnummer in ihrem Internetauftritt gemahnt. Prüfungsgegenstand der Revision war, ob die im Internetauftritt der Klägerin verwendete und von der Beklagten beanstandete, nach dem Muster der Anlage 1 zu Art. 246a § 1 II 2 EGBGB erstellte Widerrufsbelehrung gegen § 312d I 1 BGB und Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 und Satz 2 EGBGB in Verbindung mit Anlage 1 EGBGB verstoßen hatte und damit gemäß §§ 3, 4 Nr. 11 UWG a.F. wettbewerbswidrig war (vgl. BGH, Beschl. v. 07.03.2019 – I ZR 169/17, juris Rn. 8).

Der Bundesgerichtshof hat in diesem Kontext als Vorabentscheidungsersuchen an den Europäischen Gerichtshof zur Auslegung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher zwei Fragen gestellt (BGH, Beschl. v. 07.03.2019 – I ZR 169/17, juris). Sie beschränkten sich darauf, ob eine Telefonnummer „im Sinne des Gestaltungshinweises zur Musterwiderrufsbelehrung gemäß Anhang I Teil A der Richtlinie 2011/83/EU ‚verfügbar‘“ sei, „wenn der Unternehmer die Telefonnummer im Rahmen des Impressums nennt oder auf der Startseite seines Internetauftritts klar und deutlich darstellt“ (Vorlagefrage 1) beziehungsweise „wenn der Unternehmer den Telefonanschluss zwar geschäftlich nutzt, aber nicht für den Abschluss von Fernabsatzverträgen verwendet und daher auch nicht zur Rückabwicklung von Fernabsatzverträgen in Form einer Entgegennahme von Widerrufserklärungen vorhält“ (Vorlagefrage 2).

Der Europäische Gerichtshof sollte mithin Art. 6 I lit. h und IV in Verbindung mit Anhang I Teil A der Verbraucherrechterichtlinie auslegen, der in dieser Fassung unter den „Gestaltungshinweisen“ zur Musterwiderrufsbelehrung unter „2“ vorsah, dass der Unternehmer Namen, Anschrift und – „soweit verfügbar“ – die Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse einfügen sollte (vgl. Anhang I Teil A der Richtlinie 2011/83/EU vom 25.10.2011) und in Art. 6 I lit. c der Richtlinie zur Regelung der „allgemeinen Anforderungen“ an die Informationspflichten vorsah, dass der Verbraucher „gegebenenfalls“ über die Telefonnummer informiert werden sollte.

Die entsprechende Antwort des Europäischen Gerichtshofs vom 14.05.2020 bezog sich also lediglich und ausdrücklich auf diese bestimmte, vom streitgegenständlichen Fall unterschiedliche Fallgestaltung. Er hat ausgeführt, dass Art. 6 I lit. c der Verbraucherrechterichtlinie dahin auszulegen sei, „dass die nach dieser Bestimmung ‚gegebenenfalls' anzugebende Telefonnummer eines Unternehmers, in einer Situation, in der sie dergestalt auf seiner Website zu finden ist", als „verfügbar" anzusehen ist und in einem solchen Fall zur Verfügung gestellt werden muss, „damit der Verbraucher ihm seine etwaige Entscheidung, von dem Widerrufsrecht Gebrauch zu machen, auf diesem Weg mitteilen kann". Die dadurch definierte „verfügbare" Telefonnummer gehörte zu den Informationen, die nach dem damals geltenden Art. 6 I lit. c und lit. h und IV der Richtlinie in Verbindung mit Anhang I Teil A der Richtlinie 2011/83/EU „gegebenenfalls" zur Kontaktaufnahme mit dem Unternehmer anzugeben waren (vgl. EuGH, Urt. v. 14.05.2020 – C-266/19, ECLI:EU:C:2020:384 = NJW 2020, 2389 Rn. 40 – EIS).

Der Bundesgerichtshof hat auf dieser Grundlage entschieden, dass die in § 312d BGB und in Art. 246a EGBGB enthaltenen Regelungen über die Informationen, die die Unternehmer den Verbrauchern in Fällen zu geben haben, in denen diesen ein Widerrufsrecht nach § 312g I BGB zusteht, dem Schutz der Verbraucher dienende Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG a.F. (§ 3a UWG n.F.) darstellen (vgl. BGH, Urt. v. 24.09.2020 – I ZR 169/17, juris Rn. 22), dass die im Internetauftritt der dortigen Klägerin verwendete (Muster-)Widerrufsbelehrung gegen § 312d I 1 BGB und Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 und Satz 2 in Verbindung mit Anlage 1 EGBGB verstoßen hat, weil sie an der dafür vorgesehenen Stelle des Informationsformulars keine Telefonnummer des Unternehmens auswies, obwohl dieses einen geschäftlich genutzten, "verfügbaren" Telefonanschluss unterhielt (BGH, Urt. v. 24.09.2020 – I ZR 169/17, juris Rn. 29 f.), und dass dieser Verstoß „im Sinne des § 3 I UWG a.F." geeignet war, die Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen (BGH, Urt. v. 24.09.2020 – I ZR 169/17, juris Rn. 32).

Die Entscheidung enthält jedoch keine Aussage darüber, wann die Widerrufsfrist nach § 356 III BGB beginnt oder ob die Nichtangabe der Telefonnummer bei Verwendung einer Musterwiderrufsbelehrung das Anlaufen der 14-tägigen Widerrufsfrist hindert. Auch die streitgegenständliche Frage, ob die Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung auch dann anzugeben ist, wenn der Unternehmer nicht auf die Musterwiderrufsbelehrung zurückgreift, hat der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung vom 24.09.2020 nicht behandelt.

Etwas anderes ergibt sich nicht daraus, dass der Bundesgerichtshof in dem Vorlagebeschluss auch auf Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie Bezug genommen hat (S. 14 f. der Berufungsbegründung); insbesondere ist nicht deswegen von einem Gleichklang bei der Auslegung der Vorschriften zur Musterwiderrufsbelehrung und zur Widerrufsinformation auszugehen. Gesetzliche Vorgaben und Anlagen zu Gesetzen wie die Musterwiderrufsbelehrung sind ihrer systematischen Stellung nach – wie ausgeführt – grundlegend verschieden.

Anderes folgt – entgegen der Ansicht des Klägers (S. 18 der Berufungsbegründung) – auch nicht aus der zweistufigen Prüfung der Verwendung einer Musterwiderrufsbelehrung. Folge der Nichtverwendung des Musters ist die Überprüfung des Inhalts der individuellen Widerrufsbelehrung anhand der allgemeinen Maßstäbe, die sowohl der nationale als auch der europäische Gesetzgeber – wie ausgeführt – in den Gesetzesnormen und nicht ausgelagert in der Musterwiderrufsbelehrung (vgl. dazu auch BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 21) festgelegt haben.

Auch die weiteren Argumente des Klägers (vgl. S. 18 der Berufungsbegründung) zum Inhalt der sogenannten EIS-Entscheidung rechtfertigen keine andere Bewertung. Weder ist die Annahme gerechtfertigt, dass die EIS-Entscheidung sich nicht mit dem Privileg des Musters befasst habe und bei anderer Würdigung obsolet gewesen wäre. Die sogenannte EIS-Entscheidung ist allein „zur Frage einer Wettbewerbswidrigkeit im Sinne der §§ 3 I, 4 Nr. 11 UWG a.F. wegen der fehlenden Angabe einer Telefonnummer in einer Musterwiderrufsbelehrung und der Spürbarkeit dieses Verstoßes im Sinne von § 3 I UWG a.F.“ ergangen (BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 26). Noch verfängt der Einwand eines Zirkelschlusses (S. 18 der Berufungsbegründung). Der Kläger beruft sich insofern erneut lediglich auf sein eigenes Verständnis des Inhalts der sogenannten EIS-Entscheidung, welches aber nicht zutreffend ist. Die Angabe der Telefonnummer ist – wie ausgeführt – weder aufgrund nationaler noch europäischer Regelungen eine Pflichtangabe.

(3) Soweit der Kläger sich daneben auf die Rechtsprechung des Oberlandesgerichts Hamm (Beschl. v. 03.03.2015 – 4 U 171/14), des Oberlandesgerichts Frankfurt a. M. (Beschl. v. 04.02.2016 – 6 W 10/16) und des Oberlandesgerichts Schleswig (Urt. v. 10.01.2019 – 6 U 37/17) beruft, ergibt sich aus den vorstehenden Ausführungen, warum der Bundesgerichtshof mit überzeugender Begründung die Telefonnummer nicht als Pflichtangabe ansieht. Insoweit ist die Rechtsfrage nunmehr höchstrichterlich geklärt. Dass die Oberlandesgerichte dies trotz der zeitlich nachfolgenden Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs anders bewerten, ist nicht ersichtlich. Das Oberlandesgericht Stuttgart (Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 12/24, BeckRS 2025, 3662 Rn. 34; Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 36/24, BeckRS 2025, 3663 Rn. 32; Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 57/24, BeckRS 2025, 3664 Rn. 46) und das Oberlandesgericht Celle (Beschl. v. 19.03.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 4662 Rn. 5) haben sich der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs angeschlossen.

bb) Der Bundesgerichtshof hat mit seinem Beschluss vom 25.02.2025, auf den zur Vermeidung von Wiederholungen verwiesen wird, bereits höchstrichterlich geklärt, dass der Umstand, dass ein Unternehmer in der Widerrufsbelehrung beispielhaft zwar seine Postanschrift sowie seine E-Mail-Adresse, nicht jedoch seine – auf seiner Internetseite bereits mitgeteilte und unschwer zugängliche – Telefonnummer angegeben hat, sich nicht auf die Befähigung des Verbrauchers auswirkt, den Widerruf rechtzeitig innerhalb der vierzehntägigen Widerrufsfrist des § 355 II BGB, Art. 9 II lit. b der Verbraucherrechterichtlinie zu erklären. Der Unternehmer hat – wie bereits ausgeführt – dem Verbraucher Kommunikationsmittel zur Verfügung gestellt, über die er schnell mit ihm in Kontakt treten und effizient mit ihm kommunizieren konnte, ohne dabei die Möglichkeit eines Telefonats auszuschließen oder den Verbraucher insoweit irrezuführen (BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 25).

Mit der verwendeten Widerrufsbelehrung wird durch ein Auslassen der Telefonnummer beziehungsweise der Mitteilung, dass der Widerruf auch telefonisch erfolgen kann, auch nicht der Eindruck erweckt, dass ein fernmündlich erklärter Widerruf nicht rechtswirksam möglich wäre. Sie enthält ausdrücklich lediglich Möglichkeiten einer „eindeutigen Erklärung“ des Widerrufs, wie durch den Zusatz „z. B.“ betont wird. Nach dem allgemeinen Sprachgebrauch kann eine „Erklärung“ auch mündlich abgegeben werden (vgl. OLG Koblenz, Urt. v. 29.04.2025 – 9 U 1116/24, juris Rn. 47). Anhaltspunkte dafür, dass der Widerruf durch Formvorschriften erschwert werden sollte, sind nicht ersichtlich. Aus der Verwendung von „z. B.“ und der Information, dass der Verbraucher das Musterformular nutzen kann, aber nicht nutzen muss, folgt mit der erforderlichen Deutlichkeit, dass es einer bestimmten Form des Widerrufs nicht bedarf (vgl. OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 65). Dass die Beklagte durch die Widerrufsbelehrung einen solchen Eindruck (insbesondere bei dem Kläger) erweckt hätte und er den Widerruf deshalb nicht rechtzeitig (fernmündlich) erklärt hätte, wird nicht im Ansatz vorgetragen. Ein fernmündlicher Widerruf wäre ihm problemlos möglich gewesen. Die Beklagte hatte an mehreren Stellen auf ihrer Internetseite – unter anderem im Impressum – ihre „geschäftlich genutzte Telefonnummer“ angegeben.

Soweit der Kläger einwendet, der Verbraucher müsse die Nummer zunächst suchen, was die Ausübung des Widerrufsrechts rechtswidrig erschwere (vgl. S. 9 der Berufungsbegründung), dringt er damit nicht durch. Selbst im Falle eines nicht funktionierenden Kommunikationsmittels ist zu erwarten, dass ein verständiger Durchschnittsverbraucher einen weiteren Übermittlungsversuch für seine Widerrufserklärung – sogar unter Nutzung eines anderen Kommunikationsmittels – durchführt (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 13). Dann ist es für einen Verbraucher aber erst recht zumutbar, eine leicht auffindbare Telefonnummer herauszusuchen.

b) Soweit der Kläger einwendet, die Angaben zu der Erstattbarkeit der Anzahlung seien irreführend, ist dem nicht zu folgen und steht dies deshalb dem Anlaufen der Widerrufsfrist nicht entgegen.

aa) In der Widerrufsbelehrung hat die Beklagte den Kläger zutreffend über die Erstattbarkeit der Anzahlung informiert. Dort heißt es (Anlage K1.5):

> „Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen *alle Zahlungen*, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, …“ (Hervorhebung durch den Senat).

Daraus folgt, dass die Bestellgebühr erkennbar erstattungsfähig ist.

bb) Soweit der Kläger sich auf die E-Mail der Beklagten als letzten Kontakt nach dem Bestellabschluss beruft (S. 22 f. der Berufungsbegründung), fehlt es an einer Relevanz für die Frage, ob der Inhalt der zuvor erteilten Widerrufsbelehrung gesetzeskonform ist.

Zwar ist anerkannt, dass auch bei einer zunächst ordnungsgemäßen Belehrung des Verbrauchers über das Widerrufsrecht nach Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 und Nr. 3 EGBGB sich der Unternehmer hierauf nicht berufen kann, wenn er den Verbraucher durch eine weitere – formal oder inhaltlich nicht ordnungsgemäße – Belehrung irregeführt oder von einer rechtzeitigen Ausübung seines Rechts abgehalten hat (vgl. BGH, Urt. v. 20.05.2021 – III ZR 126/19, juris Rn. 15 m. w. N.). Die Voraussetzungen sind vorliegend indes nicht gegeben.

Bei den Angaben in der Bestätigungsmail handelt es sich im Gegensatz zu der Entscheidung des Bundesgerichtshofs vom 20.05.2021 – III ZR 126/19 – nicht um eine weitere, formal oder inhaltlich nicht ordnungsgemäße Belehrung, die die erteilte Widerrufsbelehrung – gegebenenfalls schon allein wegen des Widerspruchs zur vorangegangenen Belehrung (vgl. BGH, Urt. v. 18.10.2004 – II ZR 352/02, juris Rn. 17) – insgesamt fehlerhaft macht.

Die von dem Kläger gerügten Angaben der Beklagten zur Frage der Erstattbarkeit der Anzahlung im Falle des Widerrufs sind von der Widerrufsbelehrung räumlich hinreichend deutlich abgesetzt. Die Widerrufsbelehrung ist ausdrücklich als solche gekennzeichnet und auf einer separaten Seite der Vertragsurkunde enthalten. Im Gegensatz zu dem vom Bundesgerichtshof entschiedenen Fall enthält sie nicht über Verlinkungen Verweise, die den Eindruck erwecken, dass die jeweiligen Informationen ebenfalls zu der Widerrufsbelehrung gehören und mit ihr eine Einheit bilden. Eine weitere Information in einer per E-Mail übersandten Bestellbestätigung erweckt für sich genommen nicht den Eindruck, dass sie zur vorherigen Widerrufsbelehrung gehört oder als eine eigenständige, weitere Widerrufsbelehrung zu verstehen ist (vgl. hierzu OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 79 f.).

Das gilt auch für die in der Klageschrift aufgeführten Angaben während des Bestellprozesses (vgl. S. 22 f. der Klageschrift). Dort heißt es – ausweislich des von dem Kläger exemplarisch angeführten Screenshots – im Einklang mit der Widerrufsbelehrung, dass ein Rückerstattungsanspruch „auch beim Vorliegen von gesetzlichen Widerrufs- und Rücktrittsrechten“ besteht. Dass die Information erst im dritten Satz des unmittelbar nachfolgenden „Sternchenhinweises“ enthalten ist, begründet nicht die Gefahr, dass der Verbraucher hinsichtlich der Erstattbarkeit der Anzahlung beziehungsweise der Bestellgebühr in die Irre geführt wird. Das Lesen und Verstehen eines „Sternchenhinweises“ ist für einen verständigen Verbraucher zumutbar (vgl. OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 73 f.).

Soweit die Beklagte die Einbehaltung der Bestellgebühr ausweislich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Falle der Stornierung als pauschalierten Schadensersatz vorsieht, hat sie zu verstehen gegeben, dass sie das nur „vorbehaltlich anderweitiger entgegenstehender gesetzlicher Regelungen“ – mithin nicht im Falle der Ausübung eines Widerrufsrechts – umsetzen wird (Anlage K1.2, vierter Absatz). Zudem ist eine Stornierung der Bestellung nicht mit einem Widerruf gleichzusetzen (vgl. dazu auch die Ausführungen unter II 1 f bb). Sollte die Beklagte sich bei der Bearbeitung von Widerrufen dazu in Widerspruch setzen (vgl. S. 26 der Klageschrift), ist das – unabhängig davon, ob ihr Verhalten rechtlich tragfähig ist – für die Frage, ob ihre Widerrufsbelehrung den gesetzlichen Anforderungen entspricht, nicht maßgeblich.

c) Dem Anlauf der Widerrufsfrist steht nicht die fehlende Belehrung über die Höchstdauer des Widerrufsrechts entgegen.

Die Höchstdauer des § 356 III 2 BGB gehört nicht zu den Pflichtangaben, über die der Unternehmer den Verbraucher aufzuklären hat. Ebenso wie eine Information, dass die Widerrufsfrist nur beginnt, wenn der Verbraucher ordnungsgemäß aufgeklärt worden ist, wäre auch ein Hinweis auf die Höchstfrist eine bloße Förmelei, unter der die Verständlichkeit der Widerrufsbelehrung leiden würde (vgl. OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 87). Das Kammergericht hat in seiner Entscheidung vom 23.07.2024 – 27 U 20/24, juris Rn. 53 – überzeugend ausgeführt, warum die Höchstfrist nicht zu den Fristen gehört, über die gemäß § 356 III 1 BGB und Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB zu unterrichten ist:

> „Zu den Fristen gehört vor allem eine klare Information über den Beginn und die Dauer der Widerrufsfrist und darüber, dass zur Fristwahrung die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt (MünchKomm-BGB/*Wendehorst,* 9. Aufl. [2022], § 312d Rn. 54 m. w. N.; BeckOK-BGB/*Martens,* Stand: 01.05.2024, Art. 246a § 1 EGBGB Rn. 29). Hier hat der Unternehmer auf die tatsächliche Rechtslage hinzuweisen (MünchKomm-BGB/*Wendehorst,* a. a. O., § 312d Rn. 54 m. w. N.). Dabei sind zum einen die eigentliche Widerrufsfrist von 14 - Tagen und zum anderen der Fristbeginn anzugeben. Der Verbraucher muss aufgrund der Belehrung ohne Schwierigkeiten verstehen können, binnen welchen Zeitraums er sein Widerrufsrecht ausüben kann (BeckOK-BGB/*Martens,* a. a. O., Art. 246a § 1 EGBGB Rn. 29). Im konkreten Fall nicht relevante Regelungen über die Widerrufsfrist sind dagegen wegzulassen. Wenn der Unternehmer seine Informationspflichten erfüllt, muss (und darf) er den Verbraucher also etwa nicht auf die Fristverlängerung nach § 356 III BGB hinweisen, weil sonst die Verständlichkeit leiden würde (MünchKomm-BGB/*Wendehorst,* a. a. O., § 312d Rn. 54 m. w. N.), zumal dann über einen Umstand zu unterrichten wäre, der keine Bedeutung hat (vgl. BGH, Urt. v. 05.11.2019 – XI ZR 650/18, BGHZ 224, 1 = NJW 2020, 461 Rn. 36; KG, Beschl. v. 19.10.2020 – 8 U 38/19, juris Rn. 64).“

Den Erwägungen schließt sich der Senat nach kritischer Prüfung an. Eine Belehrung über die Höchstfrist ist unter dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes nicht erforderlich. Die Höchstdauer soll nicht den Verbraucher schützen, sondern dem Unternehmer Rechtssicherheit bringen (vgl. Erwägungsgrund 43 der Verbraucherrechterichtlinie).

d) Soweit die Widerrufsbelehrung einleitend das Bestehen eines Widerrufsrechts an die Verbrauchereigenschaft („Wenn Sie ein Verbraucher sind“) und an die ausschließliche Verwendung von Fernkommunikationsmitteln („und diesen Vertrag ausschließlich unter der Verwendung von Fernkommunikationsmitteln [wie z. B. über das Internet, per Telefon, E-Mail o. ä.] geschlossen haben“) knüpft, genügt sie den gesetzlichen Anforderungen. Es ist nicht erforderlich, dass die Beklagte in der Widerrufsbelehrung ihre Vertragspartner auch im konkreten Einzelfall belehrt, dass sie Verbraucher sind und einen Fernabsatzvertrag geschlossen haben (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 14).

Etwas anderes folgt weder aus dem Wortlaut noch dem Zweck der Regelung.

Gemäß Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB, der als Umsetzung des Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie richtlinienkonform auszulegen ist, ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts nach § 355 I BGB sowie das Muster-Widerrufsformular zu informieren. Daraus ergibt sich – im Einklang mit dem gleichlautenden Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie –, dass der Verbraucher über die Bedingungen für die Ausübung des Widerrufsrechts zu informieren ist, nicht aber, dass die Belehrung eine Angabe enthalten muss, ob im konkreten Einzelfall dem Vertragspartner ein Widerrufsrecht zusteht.

Zweck der Regelung ist es, dass der Verbraucher vor Abschluss eines Vertrags sowohl die Informationen über dessen Bedingungen und Rechtsfolgen als auch die Informationen erhält, die zur ordnungsgemäßen Vertragserfüllung und zur Ausübung seiner Rechte erforderlich sind (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 17). Er soll über das Bestehen des Widerrufsrechts des Verbrauchers und das entsprechende Verfahren informiert werden (BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 17). Dem Informationsbedürfnis trägt eine Widerrufsbelehrung Rechnung, die – wie die der Beklagten – abstrakt darüber Auskunft gibt, unter welchen gesetzlichen Bedingungen ein Widerrufsrecht besteht (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 18). Sie führt dem maßgeblichen normal informierten und angemessen aufmerksamen sowie verständigen Durchschnittsverbraucher hinreichend vor Augen, wann ihm ein Widerrufsrecht zusteht (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 18). Soweit er danach selbst prüfen muss, ob er ein Verbraucher ist und einen Vertrag unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen hat, verkürzt das den von der Richtlinie bezweckten Verbraucherschutz nicht (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 19). Selbst wenn der Unternehmer den Verbraucher im konkreten Einzelfall belehren würde, dass ihm ein Widerrufsrecht zustehe, bestünde ein solches nur, wenn die gesetzlichen Voraussetzungen tatsächlich vorliegen (BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 18). Unabhängig davon ist es gerechtfertigt, dem Verbraucher die Prüfung aufzuerlegen. Er kennt – im Gegensatz zum Unternehmer (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 18) – sämtliche Umstände seines Vertragsabschlusses. Eine Abfrage während des Bestellprozesses, damit die Beklagte den konkreten Einzelfall im Hinblick auf die Verbrauchereigenschaft und das Vorliegen eines Fernabsatzvertrages beurteilen kann, ist weder erforderlich, um eine den gesetzlichen Anforderungen entsprechende Widerrufsbelehrung erteilen zu können, noch würde damit der Verbraucher von einer selbstständigen Prüfung befreit, weil er die Fragen im Rahmen der Selbstauskunft eigenständig beantworten müsste (BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 23).

Unabhängig davon hinderte ein Belehrungsfehler nicht das Anlaufen der Widerrufsfrist, da der maßgebliche verständige Verbraucher durch eine abstrakte an Stelle einer konkreten Belehrung weder irregeführt noch ihm die Möglichkeit genommen würde, sein Widerrufsrecht auszuüben (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 25; BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 29).

Soweit der Kläger sich auf die Rechtsprechung des Oberlandesgerichts Stuttgart beruft, dringt er damit nicht durch. Mit dessen Erwägungen hat sich der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung ebenfalls auseinandergesetzt (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 23) und mit überzeugender Begründung anders entschieden. Das Oberlandesgericht Stuttgart hat Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB und Art. 6 I lit. h der Verbraucherrechterichtlinie dahin gehend verstanden, dass das Erfordernis der Information über das Bestehen des Widerrufsrechts eine Belehrung für den Einzelfall verlange, zumal dem Verbraucher nicht die dem Unternehmer obliegende und jenen vor nicht unerhebliche Schwierigkeiten stellende Prüfung übertragen werden dürfe, ob die gesetzlichen Voraussetzungen für ein Widerrufsrecht vorliegen oder nicht (vgl. OLG Stuttgart, Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 12/24, BeckRS 2025, 3662 Rn. 37 ff., 62 ff.). Diese Bewertung berücksichtigt nicht den Maßstab eines normal informierten und angemessen aufmerksamen sowie verständigen Durchschnittsverbrauchers, den der Europäische Gerichtshof bei der Auslegung von Verbraucherschutzvorschriften heranzieht (vgl. EuGH, Urt. v. 27.02.2025 – C-517/23, ECLI:EU:C:2025:122 = WRP 2025, 583 Rn. 72 – Apothekerkammer Nordrhein). Ihm ist durchaus zuzutrauen, dass er selbst beurteilen kann, ob er Verbraucher ist und ausschließlich Fernkommunikationsmittel für den Vertragsabschluss genutzt hat. Die Begriffe kann er aufgrund der seit Langem bestehenden Rechtslage einordnen, wenn er im Onlinehandel agiert (OLG Celle, Beschl. v. 19.03.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 4662 Rn. 54). Die Zuordnung der Verbrauchereigenschaft ist in aller Regel eindeutig (OLG Celle, Beschl. v. 19.03.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 4662 Rn. 57) und bei Zweifeln kann ihm abverlangt werden, sich zu informieren, wobei ihm die Verbraucherrechterichtlinie Hilfestellungen gibt (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 24). Mithin ist nicht ersichtlich, dass – wie das Oberlandesgericht Stuttgart angenommen hat (vgl. OLG Stuttgart, Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 12/24, BeckRS 2025, 3662 Rn. 62) – der Verbraucher bei Zugrundelegung des relevanten Maßstabes eines verständigen Durchschnittsverbrauchers durch die abstrakte Beschreibung der persönlichen und sachlichen Reichweite des Widerrufsrechts vor „nicht unerhebliche Schwierigkeiten“ gestellt wird.

e) Dem Anlaufen der Widerrufsfrist steht nicht entgegen, dass die Beklagte in ihrer Widerrufsbelehrung unter Berücksichtigung der Art der streitgegenständlichen Ware fälschlicherweise (vgl. § 357 V 1 BGB, der inhaltlich mit der vorliegend maßgeblichen, bis zum 27.05.2022 geltenden Fassung des § 357 VI 1 BGB übereinstimmt) mitgeteilt hat, dass der Verbraucher die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Ware zu tragen habe, und entgegen Art. 246a § 1 II 1 Nr. 2 Halbsatz 2 EGBGB keine Angaben zu den Kosten der Rücksendung gemacht hat.

Nach § 356 III 1 Fall 1 BGB hängt der Beginn der Widerrufsfrist ausdrücklich (nur) von der Belehrung nach Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB ab, nicht aber von einer zutreffenden Information nach Art. 246a § 1 II 1 Nr. 2 EGBGB (BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 28). Etwas anderes ergibt sich auch nicht aus Art. 10 I der Verbraucherrechterichtlinie (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 28).

Zudem regelt § 357 V BGB (§ 357 VI 1 BGB) die Folgen einer fehlerhaften Belehrung über die Kostentragungspflicht im Hinblick auf die Rücksendekosten abschließend und vorrangig zu den allgemeinen Folgen einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 29; vgl. auch BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 28: „eigenständige Sanktion“). Diese Gesetzessystematik lässt das Oberlandesgericht Stuttgart (vgl. OLG Stuttgart, Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 12/24, BeckRS 2025, 3662 Rn. 58, 69) außer Acht, wenn es einerseits einräumt, dass das Gesetz den Beginn der Widerrufsfrist nicht (unmittelbar) von der Erteilung der Information abhängig macht, sondern dem Unternehmer die Kostenpflicht im Falle einer fehlerhaften Information auferlegt, aber andererseits meint, davon die Frage trennen zu können, welche Folgen sich daraus für den Beginn der Widerrufsfrist ergeben (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 30).

f) Die streitgegenständliche Widerrufsbelehrung ist nicht wegen der Wertersatzklausel in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten oder den Angaben zum Ersatz des Wertverlusts in der Widerrufsbelehrung unwirksam.

aa) Soweit ausweislich der Widerrufsbelehrung der Verbraucher für den Wertverlust der Waren aufkommen muss, „wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist“, entspricht die Regelung den gesetzlichen Vorgaben des § 357a I Nr. 1 BGB.

Die Widerrufsbelehrung ist auch nicht fehlerhaft, soweit sie nicht darauf hinweist, dass die Verpflichtung nur besteht, wenn der Unternehmer den Verbraucher über sein Widerrufsrecht unterrichtet hat (vgl. § 357a I Nr. 2 BGB). Ein solcher Hinweis wäre eine bloße Förmelei, die die Verständlichkeit der Belehrung beeinträchtigte (OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 88).

bb) Soweit der Kläger rügt, die Beklagte habe es unterlassen, darauf hinzuweisen, dass die Fahrzeugzulassung aus ihrer Sicht zu einem „gravierenden Wertersatzanspruch“ führe (S. 30 der Berufungsbegründung), dringt er damit nicht durch.

Zu dem Wertersatz heißt es in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Anlage K1.2, vierter Absatz):

> „Sobald Sie Ihre vollständige Bestellung abgeschickt haben, beginnen wir mit der Vorbereitung und Organisation der Auslieferung Ihres Fahrzeugs. *Bis zur Lieferung Ihres Fahrzeugs* können Sie Ihre Bestellung jederzeit *stornieren.* Sollten Sie Ihre Bestellung *stornieren* oder sollten wir Ihre Bestellung aufgrund einer Vertragsverletzung Ihrerseits stornieren, erkennen Sie an, dass wir womöglich eine von Ihnen bezahlte Bestellgebühr als pauschalierten Schadensersatz einbehalten können, *vorbehaltlich anderweitiger entgegenstehender gesetzlicher Regelungen.* Wenn Sie Ihre Bestellung stornieren, nachdem Sie innerhalb von 48 Stunden nach der Bestellung einen Finanzierungsantrag über Ihr Tesla-Konto gestellt haben und dieser Antrag abgelehnt wurde, wird die Bestellgebühr zurückerstattet. Ungeachtet Ihres Rechts, einen uns tatsächlich entstandenen niedrigeren Schaden nachzuweisen, erkennen Sie an, dass die von Ihnen bezahlte Bestellgebühr einer angemessenen und gerechtfertigten Einschätzung des Schadens entspricht, der uns durch die Bearbeitung Ihrer Bestellung, den Transport, die Weitervermarktung und/oder Weiterveräußerung des Fahrzeugs entsteht. Sofern das Fahrzeug bereits zugelassen war, behalten wir uns das Recht vor, einen über die Bestellgebühr hinausgehenden pauschalierten Schadensersatz zu verlangen, der den geminderten Wert des Fahrzeugs widerspiegelt“ (Hervorhebungen durch den Senat).

Eine Abweichung von § 357a I Nr. 1 BGB ist nicht zu erkennen. Die Klausel ist auf die Möglichkeit der jederzeitigen Stornierung des Kaufvertrags bis zur Lieferung des Fahrzeugs – mithin nicht innerhalb der Widerrufsfrist – und nicht den Widerruf bezogen. Die Wertersatzklausel ist auch hinsichtlich der systematischen Stellung von der Widerrufsbelehrung räumlich getrennt und auf den Fall der Stornierung der Bestellung – nicht auf den Fall des Widerrufs – bezogen. Ein verständiger Durchschnittsverbraucher wird bei dieser präzisen Gestaltung nicht annehmen, im Falle des Widerrufs – im Gegensatz zur Stornierung – Wertersatz zahlen zu müssen. Auf eine etwaige andere Praxis der Beklagten bei der Abwicklung von Widerrufen kommt es nicht an. Das nachträgliche Verhalten – unabhängig davon, ob es überhaupt rechtlich zulässig wäre – ist für die Rechtsfrage, ob eine Widerrufsbelehrung den gesetzlichen Anforderungen entspricht, nicht relevant.

g) Soweit der Kläger rügt, die streitgegenständliche Widerrufsbelehrung erfülle nicht die Anforderungen des Art. 246a § 1 II Nr. 1 EGBGB, weil sie nicht über die von der Beklagten gelebte Widerrufsprozedur, mit der sie erhebliche Hürden nach Erklärung des Widerrufs aufstelle, informiere (S. 30 f. der Berufungsbegründung), stehen die fehlenden Angaben dem Anlaufen der Widerrufsfrist nicht entgegen.

Gemäß Art. 246a § 1 II Nr. 1 EGBGB hat der Unternehmer den Verbraucher über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts sowie das Muster-Widerrufsformular aufzuklären. Es geht um die Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts, damit der Verbraucher über seine Rechte Bescheid weiß, um sie effektiv wahrnehmen zu können. Dem sind die Modalitäten der Rückabwicklung denknotwendig nachgelagert, da sie einen wirksamen Widerruf voraussetzen und mithin nicht den Umfang der Informationspflichten für den zeitlich vorhergehenden Widerruf bestimmen können (vgl. OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 46).

Hinsichtlich der Folgen des Widerrufs sieht das Gesetz insbesondere dann besondere Informationspflichten vor, wenn es für den Verbraucher unter Kostengesichtspunkten – und damit für seine Abwägung, ob sich der Widerruf unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten für ihn rentiert – von Relevanz ist (vgl. Art. 246a § 1 II Nr. 2 und Nr. 3 EGBGB). Eine telefonische Absprache für die Fahrzeugrückgabe, die auch für den Verbraucher den Vorteil hat, dass er nicht gegebenenfalls vor verschlossener Tür steht, oder der konkrete Rückgabeort in Deutschland haben im Vergleich dazu – unabhängig von der Frage, ob die Beklagte solche Vorgaben für die Rückgabemodalitäten überhaupt einseitig verbindlich festlegen kann – ein anderes Gewicht.

h) Dem Anlaufen der Widerrufsfrist steht nicht entgegen, dass – insofern als wahr unterstellt – die auf der Internetseite der Beklagten im Impressum angegebene Faxnummer nicht funktioniert hat, obwohl in der Widerrufsbelehrung die Möglichkeit eines Widerrufs per Telefax genannt ist (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 11).

Der maßgebliche normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher würde bei einer fehlerhaften Angabe einer Faxnummer nicht irregeführt und von einer rechtzeitigen Ausübung des Widerrufsrechts abgehalten, wenn der Unternehmer – wie hier die Beklagte – sowohl seine Postanschrift als auch seine E-Mail-Adresse mitteilt, über die er schnell mit ihm in Kontakt treten und effizient kommunizieren kann (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 13). Vielmehr würde er im Falle eines vergeblichen Übermittlungsversuchs mittels Telefaxes sodann ein effizientes Kommunikationsmittel wählen (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 13), welches der Kläger in Gestalt einer E-Mail auch von vornherein gewählt hat.

Dass der Unionsgesetzgeber unter Beweisgesichtspunkten – im Gegensatz zu einer telefonischen Erklärung – nicht von der Verwendung eines Telefaxes abgeraten hat, hat der Bundesgerichtshof berücksichtigt und ausgeführt, dies habe keine Auswirkung auf die Frage, ob die Faxnummer zu den Pflichtangaben gehört (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 9). Das überzeugt. Ob ein Kommunikationsmittel aufgrund seines Beweiswerts bei der Ausübung des Widerrufsrechts zu bevorzugen ist, bestimmt nicht, welche Informationen der Gesetzgeber als Pflichtangaben festgelegt hat. Danach hat der Unternehmer die Modalitäten der Ausübung des Widerrufsrechts zu benennen, nicht jedoch sämtliche Kontaktmittel aufzulisten. Vielmehr genügt es, wenn er dem Verbraucher ein effizientes Kommunikationsmittel zur Verfügung stellt.

Nach dieser Maßgabe ist die Widerrufsbelehrung auch nicht deswegen fehlerhaft, weil sie nicht ausdrücklich darüber informiert, dass der Widerruf auch gegenüber Anwesenden, beispielsweise bei gleichzeitiger Fahrzeugrückgabe, erklärt werden kann. Unabhängig davon erweckt – wie bereits ausgeführt (vgl. dazu II 1 a bb) – auch nicht die beispielhafte Aufzählung der Kommunikationsmittel den Eindruck, dass ein Widerruf mittels anderer, nicht genannter Kommunikationsmittel ausscheidet. Das gilt auch für die mündliche Erklärung gegenüber Anwesenden. Besondere Formvorgaben für die Erklärung leitet ein verständiger Durchschnittsverbraucher aus der mit „z. B." beginnenden Auflistung von Kommunikationsmitteln nicht ab. Darauf, dass eine „eindeutige Erklärung" dem Vertragspartner gegenüber auch persönlich unter Anwesenden abgegeben werden kann, muss der Unternehmer den Verbraucher nicht hinweisen. Aus der Verwendung von „z. B." und der Information, dass der Verbraucher das Musterformular nutzen kann, aber nicht nutzen muss, folgt mit der erforderlichen Deutlichkeit, dass es einer bestimmten Form des Widerrufs nicht bedarf (OLG Celle, Beschl. v. 05.02.2025 – 7 U 76/24, BeckRS 2025, 1226 Rn. 65).

i) Die Beklagte hat den Kläger auch nicht fehlerhaft über den Fristbeginn für die Ausübung des Widerrufsrechts informiert, indem sie die Ware (das vom Kläger erworbene Fahrzeug) – wie der Kläger meint – in mehreren Teilsendungen oder Stücken im Sinne des § 356 II Nr. 1 lit. c BGB geliefert hat. Teillieferungen dieser Art hat es weder vorliegend gegeben, noch haben die Parteien sie vereinbart.

aa) Die Übersendung der Zulassungspapiere vor Auslieferung des Fahrzeugs ist keine solche Teillieferung. Die Zulassungspapiere sind kein gesondert zu übereignender Teil des Fahrzeugs. Das Eigentum an ihnen folgt analog § 952 BGB dem Eigentum am Fahrzeug (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 27). Es liegt auch fern, dass der Verbraucher annehmen könnte, die Widerrufsfrist beginne bereits vor der Lieferung des Fahrzeugs mit dem Erhalt der Zulassungspapiere (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 27).

bb) Auch die etwaig fehlende Funktionsfähigkeit der Einparkhilfe wegen der Ultraschallsensoren begründet nicht die Annahme, dass die Parteien bei Vertragsschluss Teillieferungen im Sinne des § 356 II Nr. 1 lit. c BGB vereinbart haben und die letzte Teilsendung – das Softwareupdate für das Kamerasystem der Einparkhilfe – noch ausgestanden hat. Ob eine Nachrüstung mit einem Softwareupdate eine Nachlieferung in diesem Sinne ist, kann dahingestellt bleiben. Die Parteien haben jedenfalls bei Vertragsschluss keine Teillieferungen vereinbart.

Aus dem Parteivorbringen ergeben sich keine Anhaltspunkte, dass die Parteien sich bei Vertragsschluss darüber geeinigt haben, dass das Fahrzeug zunächst – wegen des Wegfalls der Ultraschallsensoren – ohne funktionierende Einparkhilfe ausgeliefert und später mit einem Softwareupdate nachgerüstet werden soll. Der Kläger hat insoweit vorgetragen, die Beklagte habe „bereits bei Übergabe“ mitgeteilt, dass sie die fehlerhaften Funktionen durch Softwareupdates nachliefern werde (S. 31 der Replik; S. 6 des Schriftsatzes vom 31.08.2024). Das spricht gegen eine zunächst bei Vertragsschluss vereinbarte Teillieferung. Die Fahrzeugübergabe fand mehrere Monate nach dem Vertragsschluss statt.

j) In Anbetracht der höchstrichterlichen Klärung der Rechtsfragen ist keine Vorlage an den Europäischen Gerichtshof im Wege eines Vorabentscheidungsverfahrens gemäß Art. 267 AEUV geboten. Der Bundesgerichtshof hat in seiner Entscheidung vom 22.07.2025 bestätigt, dass er von einem *acte clair* ausgeht, und mit überzeugender Begründung darauf hingewiesen, dass der europäische Gesetzgeber bewusst eine gewisse Einschränkung der Rechtssicherheit hinsichtlich des Inhalts der Widerrufsbelehrungen mit dem Verzicht auf ein verpflichtendes Muster in Kauf genommen hat (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 5 f.).

aa) Auch nach dem – bei der Frage, ob ein *acte clair* anzunehmen ist – anzulegenden unionsweiten Maßstab ist nicht ersichtlich, dass die Gefahr abweichender Entscheidungen innerhalb der Europäischen Union besteht. Es gibt keine Anhaltspunkte dafür, dass in verschiedenen Mitgliedstaaten ein anderes Verständnis der Normen vorherrscht. Der Bundesgerichtshof hat ausführlich und nachvollziehbar begründet, warum er anhand der Regelungsziele und Gesetzessystematik davon ausgegangen ist, dass die Auslegung derart offenkundig ist, dass für einen vernünftigen Zweifel keinerlei Raum bleibt. Ob ein solcher Fall gegeben ist, ist unter Berücksichtigung der Eigenheiten des Unionsrechts, der besonderen Schwierigkeiten seiner Auslegung und der Gefahr voneinander abweichender Gerichtsentscheidungen innerhalb der Union zu beurteilen (EuGH, Urt. v. 06.10.1982 – C-283/81, Slg. 1982, 3417, 3430 f. = ECLI:EU:C:1982:335 = BeckRS 1982, 108239 Rn. 21 – CILFIT) und obliegt mithin den nationalen Gerichten. Anhaltspunkte für Auslegungsfehler sind weder unter rechtlichen Gesichtspunkten noch aufgrund der Gefahr abweichender Gerichtsentscheidungen in anderen Mitgliedstaaten ersichtlich.

Ohne tatsächliche Anhaltspunkte dafür, dass Gerichte eines anderen Mitgliedstaats die streitgegenständlichen Auslegungsfragen anders beurteilen, liefe die Annahme einer generellen Gefahr abweichender Auslegungsergebnisse im Ergebnis darauf hinaus, jede auf europäischen Vorgaben beruhende Norm vor ihrer Auslegung zunächst durch den Europäischen Gerichtshof prüfen lassen zu müssen. Dies widerspräche indes der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs, wonach die nationalen Gerichte das Vorliegen eines *acte clair* selbst prüfen. Zudem hat das Vorabentscheidungsverfahren sehr enge Zulässigkeitsvoraussetzungen, woraus sich bereits ergibt, dass nicht jede offenkundige Auslegungsfrage vor den Europäischen Gerichtshof gebracht werden soll.

bb) Der Bundesgerichtshof hat bei seiner Auslegung auch nicht die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs verkannt. Sowohl seine sogenannte EIS-Entscheidung als auch seine vorherige Rechtsprechung einschließlich des zitierten Urteils vom 10.07.2019 (EuGH, Urt. v. 10.07.2019 – C-649/17, ECLI:EU:C:2019:576 – Amazon EU; vgl. S. 5 der Anhörungsrüge) haben sich nicht mit den vorliegend streitgegenständlichen Fragen auseinandergesetzt. Die Entscheidung vom 10.07.2019 hat die Regelung des Art. 6 I *lit. c* der Richtlinie betroffen, wie auch der Europäische Gerichtshof in seiner EIS-Entscheidung verdeutlicht hat (vgl. EuGH, Urt. v. 14.05.2020 – C-266/19, ECLI:EU:C:2020:384 = NJW 2020, 2389 Rn. 33, 37 – EIS). Ein „Gleichlauf“ der Regelungen in Art. 6 I lit. c und Art. 6 I lit. h der Richtlinie ist der Entscheidung nicht zu entnehmen.

Ein Widerspruch zwischen den verschiedenen Senaten des Bundesgerichtshofs besteht nicht. Der I. Senat hat seine Vorlagefragen auf die Muster-Widerrufsbelehrung beschränkt. Im Tenor des Beschlusses vom 07.03.2019 (BGH, Beschl. v. 07.03.2019 – I ZR 169/17) heißt es:

> „Ist eine Telefonnummer *im Sinne des Gestaltungshinweises zur Muster-Widerrufsbelehrung* gemäß Anhang I Teil A der Richtlinie 2011/83/EU ‚verfügbar‘, wenn …“ (Hervorhebung durch den Senat).

Lediglich darauf hat sich die Antwort des Europäischen Gerichtshofs bezogen. Er hat die Frage damit beantwortet, dass

> „In einem solchen Fall ist Art. 6 I lit. c und lit. h und IV der Richtlinie in Verbindung mit deren Anhang I Teil A dahin auszulegen (ist), dass der Unternehmer, der einem Verbraucher, bevor dieser durch einen Fernabsatzvertrag oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag gebunden ist, die Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts zur Verfügung stellt und *hierbei auf die Muster-Widerrufsbelehrung in Anhang I Teil A zurückgreift,* die betreffende Telefonnummer darin angeben muss, …“ (Hervorhebungen durch den Senat).

Mithin haben sowohl der Bundesgerichtshof als auch der Europäische Gerichtshof verdeutlicht, dass die Anforderungen dann gelten, wenn ein Unternehmer die Muster- Widerrufsbelehrung nutzt. Darüber hinaus haben sie keine Entscheidung getroffen.

cc) Auch die Entscheidung des Oberlandesgerichts Stuttgart steht der Annahme eines *acte clair* nicht entgegen.

Hinsichtlich der Telefonnummer hat es sich der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs angeschlossen (OLG Stuttgart, Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 12/24, BeckRS 2025, 3662 Rn. 34; Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 36/24, BeckRS 2025, 3663 Rn. 32; Urt. v. 11.03.2025 – 6 U 57/24, BeckRS 2025, 3664 Rn. 46).

Auch dessen gegenteilige Rechtsprechung dazu, ob eine konkrete Belehrung für den Einzelfall notwendig ist und ein Fehler in der Widerrufsbelehrung hinsichtlich der Rücksendekosten sich auf den Beginn der Widerrufsfrist auswirkt, gibt keinen Anlass zur Durchführung eines Vorabentscheidungsverfahrens. Hinsichtlich der Rücksendekosten hat der Bundesgerichtshof überzeugend ausgeführt, dass die Entscheidung des Oberlandesgerichts Stuttgart die eindeutige Gesetzessystematik nicht hinreichend berücksichtigt (vgl. BGH, Beschl. v. 22.07.2025 – VIII ZR 5/25, juris Rn. 30). Auch hat er überzeugend begründet, warum das Unionsrecht eindeutig nicht eine konkrete Belehrung für den Einzelfall erfordert, sondern eine abstrakte Belehrung, wann ein Widerrufsrecht besteht, genügt (vgl. die Ausführungen unter II 1 d).

Allein der Umstand, dass eine Rechtsfrage zunächst abschließend höchstrichterlich geklärt werden muss, bedeutet nicht, dass die europarechtskonforme Auslegung zweifelhaft ist. Das Vorabentscheidungsverfahren nach Art. 267 AEUV soll die einheitliche Anwendung des Unionsrechts und dessen Durchsetzung in den einzelnen Mitgliedstaaten gewährleisten. Eine uneinheitliche Anwendung innerhalb eines Mitgliedstaates droht jedoch nicht, wenn zunächst vereinzelt unterschiedlich beantwortete Auslegungsfragen höchstrichterlich geklärt werden. Der Instanzenzug sichert die einheitliche Rechtsprechung innerhalb eines Mitgliedstaats.

Unabhängig davon hat der Bundesgerichtshof mit entsprechenden Verweisen auf die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zutreffend ausgeführt, dass die Frage, ob der Verbraucher seine Rechte unter den im Wesentlichen gleichen Bedingungen ausüben kann, sofern der Unternehmer ihm die Informationen vollständig und zutreffend erteilt hätte, der Prüfung der nationalen Gerichte obliegt (vgl. BGH, Beschl. v. 25.02.2025 – VIII ZR 143/24, juris Rn. 17; EuGH, Urt. v. 21.12.2023 – C-38/21, C-47/21 und C-232/21, ECLI:EU:C:2023:1014 = NJW 2024, 809, Rn. 265 – BMW-Bank). Mithin geht es bei dieser Prüfung – vom Europäischen Gerichtshof bestätigt – nicht um eine Auslegungsfrage im Sinne eines Vorabentscheidungsverfahrens, sondern um die Subsumtion, die stets Aufgabe der Gerichte der Mitgliedstaaten ist.

dd) Unabhängig davon ist das Oberlandesgericht Braunschweig nicht zur Vorlage an den Europäischen Gerichtshof gemäß Art. 267 III AEUV verpflichtet. Es ist nicht das letztinstanzliche Gericht im Sinne dieser Norm. Seine Entscheidungen können bei fehlender Zulassung der Revision im Falle einer erfolgreichen Nichtzulassungsbeschwerde (vgl. § 543 I Nr. 2 ZPO) im Rahmen einer Revision vor dem Bundesgerichtshof überprüft werden. Es ist unschädlich, wenn ein Rechtsmittel der Zulassung durch das Rechtsmittelgericht bedarf, sofern Letzteres – wie bei einer Nichtzulassungsbeschwerde – vor der Entscheidung über die Zulassung eine umfassende Prüfung der im Interesse der Einheit des Unionsrechts erheblichen Gesichtspunkte vornehmen kann (vgl. EuGH, Urt. v. 21.12.2016 – C-119/15, ECLI:EU:C:2016:987 = BeckRS 2016, 109818 Rn. 52 – Biuro podrózy Partner).

2. Der Kläger hat gegen die Beklagte keinen Anspruch auf Rückzahlung des Kaufpreises aus § 812 I 1 Fall 1 BGB.

Über den bereicherungsrechtlichen Anspruch ist zu entscheiden. Die Klage ist insoweit – entgegen der Ansicht der Beklagten – nicht bereits unzulässig. Das Landgericht hat die Klageänderung zu Recht als zulässig betrachtet, weil sie sachdienlich ist. Insoweit wird auf die zutreffenden Ausführungen in den Entscheidungsgründen unter „2.“ Bezug genommen. Unabhängig davon ist das Berufungsgericht an diese Entscheidung gebunden. Gemäß § 268 ZPO ist die Entscheidung, dass die Klageänderung zuzulassen sei, unanfechtbar. Die Regelung soll vermeiden, dass ein Rechtsmittel einer Sachentscheidung die Grundlage entziehen kann (vgl. Zöller/*Greger,* ZPO, 36. Aufl., § 268 Rn. 1) und statuiert daher die Bindung des Rechtsmittelgerichts an die Zulassung von Klageänderungen durch das Ausgangsgericht (vgl. Zöller/*Greger,* a. a. O., § 268 Rn. 16a).

Jedoch liegen die Voraussetzungen für einen bereicherungsrechtlichen Anspruch nicht vor. Der Kläger hat den Kaufpreis mit Rechtsgrund an die Beklagte geleistet. Die Parteien haben wirksam einen Kaufvertrag über das streitgegenständliche Fahrzeug geschlossen. Soweit ein Verstoß gegen § 312j III BGB vorliegt (dazu unter a), führt dieser im vorliegenden Einzelfall nicht gemäß § 312j IV BGB zur Unwirksamkeit des Vertrags. Die Vorschrift ist teleologisch zu reduzieren und auf den vorliegenden Fall nicht anzuwenden (dazu unter b). Unabhängig davon stellt – bei unterstellter Anwendbarkeit des § 312j IV BGB – das Berufen auf die Unwirksamkeit eine treuwidrige Ausnutzung einer formalen Rechtsposition dar (dazu unter c).

a) Der Beklagten oblag es grundsätzlich im Falle eines – insoweit unterstellten – Fernabsatzvertrags, den Bestellprozess gemäß den Anforderungen des § 312j BGB zu gestalten.

Eine Schaltfläche, die – wie hier – lediglich mit „Bestellen“ (vgl. S. 2 des Schriftsatzes vom 02.04.2025) bezeichnet ist, genügt nicht den Anforderungen des § 312j III BGB. Danach hat ein Unternehmer die Bestellsituation bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, der den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet, so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Dies setzt gemäß § 312j III 2 BGB die Wörter „zahlungspflichtig bestellen“ oder ähnliche Wendungen wie beispielsweise „kostenpflichtig bestellen“, „jetzt kaufen“ (vgl. Grüneberg/*Grüneberg,* a. a. O., § 312j Rn. 9) oder „kaufen“ voraus (BT-Druck. 17/7745, S. 12; *Föhlisch/Stariradeff,* MMR 2014, 738, 739; *Buchmann,* K&R 2014, 756, 758; *Schirmbacher,* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl., § 312j BGB Rn. 61; *Kaufhold,* in: Bräutigam/Rücker, E-Commerce, 2017, 3. Teil B Rn. 15; *v. Wrede* in: Flohr/Wauschkuhn, Vertriebsrecht, 3. Aufl., § 312j BGB Rn. 24; a. A., aber abzulehnen: AG Köln, Urt. v. 28.04.2014 – 142 C 354/13, BeckRS 2014, 10701; MünchKomm-BGB/*Wendehorst,* 10. Aufl., § 312j Rn. 29). Lediglich dann erkennt der Verbraucher aus der Schaltfläche heraus, dass er unmittelbar mit ihrem Anklicken eine Zahlungsverpflichtung eingeht und nicht lediglich zu weiteren Schritten des Bestellprozesses gelangt.

b) Gemäß § 312j IV BGB kommt ein Vertrag nur zustande, wenn der Unternehmer seine Pflicht aus § 312j III BGB erfüllt. Danach steht die Gestaltung der Schaltfläche dem Wortlaut der Norm nach grundsätzlich einem wirksamen Vertragsschluss entgegen.

Die Vorschrift des § 312j III und IV BGB kommt im Streitfall jedoch aufgrund der hier gegebenen Besonderheiten ausnahmsweise nicht zur Anwendung. Der Abschluss eines Kaufvertrags über ein Fahrzeug in einem Onlineshop eines Autohändlers ist nicht vom Schutzzweck dieser Regelung umfasst, wenn der Verbraucher – wie der Kläger – den Onlineshop zielgerichtet zwecks Abschlusses eines bekanntermaßen kostenpflichtigen Vertrags besucht und auch den von ihm gewollten Vertrag abgeschlossen hat.

aa) Die Vorschrift des § 312j BGB, die Art. 8 II und III der Verbraucherrechterichtlinie umsetzt, dient dem Schutz der Verbraucher vor den spezifischen Gefahren des elektronischen Geschäftsverkehrs. Durch die als „Button-Lösung“ bezeichnete Regelung soll sichergestellt werden, dass der Verbraucher vor Abgabe seiner Bestellung auf die Entgeltlichkeit des Vertrags hingewiesen wird. Dadurch sollen Verbraucher vor sogenannten Kosten- oder Abofallen im Internet geschützt werden. Dabei handelt es sich um unseriöse Angebote für Dienstleistungen oder Software, die auf den ersten Blick als kostenfrei erscheinen, jedoch an versteckter Stelle (etwa in Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Unternehmers) Hinweise auf eine Entgeltlichkeit des Angebotes enthalten (vgl. BGH, Urt. v. 19.01.2022 – VII-I ZR 123/21, juris Rn. 54). Im „Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Rechtsverkehr“ (BT-Drucks. 17/7745) heißt es zu der Vorgängervorschrift des § 312g III und IV BGB a.F. zum „Anlass und Ziel des Gesetzesentwurfs“, dass ein besserer Schutz „vor Kostenfallen“ im Internet bezweckt wird. Viele Verbraucher würden das Internet nutzen, um „Informationen zu erhalten“ oder „entgeltfreie Leistungen“ in Anspruch zu nehmen. „Unseriöse Unternehmen“ verschleierten jedoch durch „unklare oder irreführende Gestaltung“ bewusst eine Kostenpflicht. Insbesondere wenn zusätzlich zur gestalterisch hervorgehobenen Freeware „im Kleingedruckten“ oder „versteckt in Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der Verbraucher gleichzeitig eine entgeltpflichtige Leistung oder ein entgeltpflichtiges Abonnement abschließe (vgl. für alles Vorstehende BT-Drucks. 17/7745, S. 6 erster Absatz). In solchen Fällen griffen häufig nicht die weiteren, den Verbraucher schützenden Regelungen wie beispielsweise das Widerrufsrecht aus den §§ 312b, 312d BGB oder die Anfechtungsmöglichkeit nach den §§ 119, 123 BGB (BT-Drucks. 17/7745, S. 6 zweiter Absatz), weil die Verbraucher unter dem „massiven und einschüchternden Druck von Rechtsanwälten und Inkassounternehmen“ dennoch zahlten (BT-Drucks. 17/7745, S. 6 dritter Absatz). Durch die „Buttonlösung“ könne der Verbraucher „zweifelsfrei“ erkennen, dass es um den Abschluss eines entgeltpflichtigen Vertrags gehe (BT-Drucks. 17/7745, S. 7 unter III, erster Absatz). So werde er vor „Täuschung oder Überrumpelung aufgrund einer unklaren, irritierenden oder überraschenden Gestaltung des Bestellprozesses geschützt“ und mache sich die finanziellen Konsequenzen der Bestellung bewusst – manifestiert mit der Bestätigung der eindeutig beschrifteten Schaltfläche. Die Gefahr, in eine Kostenfalle zu geraten und sich „in aggressiver Weise“ geltend gemachter Ansprüche ausgesetzt zu sehen, sinke (BT-Drucks. 17/7745, S. 7, unter III, zweiter Absatz).

Auch der europäische Gesetzgeber hat keine andere Intention mit der Regelung in Art. 8 II der Verbraucherrechterichtlinie verfolgt als der deutsche Gesetzgeber. In Erwägungsgrund 39 der Richtlinie heißt es, dass Verbraucher bei Fernabsatzverträgen, die über Webseiten abgeschlossen werden, in der Lage sein sollen, die Hauptbestandteile des Vertrags vor Abgabe ihrer Bestellung vollständig zu lesen und zu verstehen. In Situationen dieser Art ist sicherzustellen, dass sie den Zeitpunkt erkennen, zu dem sie eine Zahlungsverpflichtung eingehen, was eine unmissverständliche Formulierung – die Beschriftung der Schaltfläche wie in Art. 8 vorgesehen – sicherstellen soll.

Dieser Schutzzweck sowohl der nationalen als auch der europäischen Regelung ist im vorliegenden Einzelfall nicht betroffen. Die Sachlage ist hier eine gänzlich andere als in den Fällen der von der Vorschrift anvisierten sogenannten Abofallen. Ein Button mit der Aufschrift „kostenpflichtig bestellen“ ist zur Unterrichtung über das – offenkundig nicht mit einer versteckten Kostenfalle verbundene – „Geschäftsmodell“ der Beklagten und die daraus resultierenden Rechte und Pflichten nicht notwendig. Wer als Verbraucher – wie der Kläger – einen Onlineshop eines Automobilherstellers mit der Absicht besucht, ein Fahrzeug zu kaufen, weiß um die Entgeltpflicht bei Aufgabe einer Bestellung. Ein Irrtum über die Entgeltlichkeit, vor dem die Regelung des § 312j III und IV BGB schützen soll, ist mithin nach den Umständen des Einzelfalls ausgeschlossen. Der Kläger hat das Internet nicht genutzt, um „Informationen zu erhalten“ oder „entgeltfreie Leistungen“ in Anspruch zu nehmen. Er hat im Bewusstsein der Kostenpflicht ein Fahrzeug bei der Beklagten kaufen wollen. Eine andere Sichtweise trägt er auch nicht vor und widerspräche jeder Lebenserfahrung.

Der von der Beklagten ausgestaltete Vertragsschlussmechanismus „verschleiert“ nicht durch „unklare oder irreführende Gestaltung“ bewusst eine Kostenpflicht. Soweit der Kläger meint, die Beklagte habe ihren Onlineshop „absichtlich so gestaltet, dass Verbraucher eine möglichst geringe Schwelle zum Vertragsschluss“ überschreiten müssten, indem sie „etwa eine vermeintliche Reservierungsgebühr“ in Rechnung stelle, die in Wahrheit Teil des Kaufpreises sei (vgl. S. 3 des Schriftsatzes vom 24.11.2025), ergibt sich daraus keine Verschleierung einer Entgeltlichkeit oder der tatsächlichen Kaufpreissumme, wie es das Geschäftsmodell der unseriösen Anbieter macht, das die Regelungen des § 312j III und IV BGB vereiteln sollen. Der Kaufpreis ist beim streitgegenständlichen Fahrzeugkauf unstreitig im Bestellprozess konkret angezeigt worden. Dass der Bestellprozess den Kauf eines Fahrzeugs mit einem Wert im hohen fünfstelligen, bisweilen sechsstelligen Bereich verberge, ist auch durch den eingereichten Screenshot zur Bestellgebühr widerlegt. Dort wird unmittelbar vor der Bestellgebühr der Kaufpreis von 44.970 € angezeigt. Ein verständiger Durchschnittsverbraucher wird nicht denken, dass er lediglich die als „heute fällig“ bezeichnete Bestellgebühr von 250 € für das Fahrzeug zahlen muss. Im Übrigen soll die Buttonlösung den Verbraucher auf die Entgeltlichkeit des Rechtsgeschäfts hinweisen, damit er sich die finanziellen Konsequenzen vor Augen führt. Die Schaltfläche muss nicht die wirtschaftliche Tragweite des Geschäfts durch erneute Nennung des bereits zuvor dargestellten Kaufpreises vergegenwärtigen.

Soweit der Kläger insoweit meint, die Norm stelle lediglich auf die Schaltfläche ab, weswegen es auf den Gesamtvorgang der Bestellung nicht ankomme, lässt er außer Acht, dass die „Reservierungsgebühr“ nicht auf der Schaltfläche steht, er also selbst einen Teil des Bestellprozesses anführt, um eine vermeintliche Intransparenz aufzuzeigen, die es bei objektiver Betrachtung jedoch nicht gegeben hat. Er hat auch selbst nicht behauptet, von der Höhe des Kaufpreises, den er an die Beklagte nach der Bestellbestätigung gezahlt hat, überrascht gewesen zu sein. Die Beschriftung des Buttons soll das Nichterkennen einer Zahlungspflicht und eine Überrumpelung beim Vertragsschluss vermeiden. Beides ist aber im vorliegenden Einzelfall nicht gegeben. Neben der hinreichend deutlich erkennbaren Kaufpreishöhe ist auch nicht ersichtlich, dass der Kläger dergestalt „überrumpelt“ worden wäre, dass ihm bei Aufgabe der Bestellung über den Button nicht bewusst gewesen wäre, in dem Moment bereits den von ihm gewünschten entgeltpflichtigen Vertrag zu schließen. Dass er die weitere Vertragsabwicklung – Zulassung des Fahrzeugs, Zahlung des Kaufpreises, Entgegennahme des Fahrzeugs – nur aus dem Grund durchgeführt hat, dass er sich dazu verpflichtet gefühlt hat, obwohl er aufgrund einer falschen Beschriftung der Schaltfläche über den Abschluss eines Vertrags ursprünglich in Irrtum gewesen wäre, hat er nicht behauptet. Mithin ist auch der weitere Schutzzweck, dass Verbraucher aufgrund einer „aggressiven“ Anspruchsverfolgung seitens einiger Onlineshop-Betreiber zahlen, nicht einschlägig. Weder hat die Beklagte den Kläger anwaltlich oder durch einen Inkassodienstleister noch aufgrund eigenen, stetigen Drängens zur Fortsetzung des Vertragsabwicklungsprozesses veranlasst. Vielmehr hat der Kläger den zu diesem Zeitpunkt von ihm gewünschten Vertrag selbst abwickeln wollen. Die Schaltflächengestaltung hat insoweit keine von ihm ungewünschte Folge verursacht. Eine Divergenz zwischen dem tatsächlichen Gewollten und dem dann auch Geschehenen, wie sie Anlass der gesetzlichen Regelung gewesen ist, hat es vorliegend mithin nicht gegeben.

Auch handelt es sich bei dem vorliegenden Einzelfall nicht um einen solchen, bei dem die weiteren, den Verbraucher schützenden Regelungen nicht gegriffen hätten, wenn der Kläger einen Wunsch zur Vertragslösung gehabt hätte, weil er bei Bestellabschluss überrumpelt worden wäre. In diesem Fall hätte er sowohl fristgerecht das gesetzliche Widerrufsrecht als auch ein vertragliches Stornierungsrecht bis zur Auslieferung ausüben können. Dass er das – wie in der Begründung des Gesetzesentwurfs vorausgesetzt – aufgrund eines „massiven und einschüchternden Drucks von Rechtsanwälten und Inkassounternehmen“ nicht getan, sondern sich zur weiteren Vertragsdurchführung veranlasst gesehen hätte, ist weder vorgetragen noch ersichtlich.

bb) Der teleologischen Reduktion steht auch nicht die Entscheidung des Bundesgerichtshofs vom 09.10.2025 – I ZR 159/24, juris – entgegen.

Die Entscheidung betraf einen Maklervertrag. Bei einem Maklervertrag ist die Frage der Entgeltpflicht regelmäßig komplexer als im Falle eines Kaufvertrags. Einem Käufer eines Fahrzeugs ist stets bewusst, dass er derjenige ist, der den Kaufpreis entrichten muss. Hingegen gibt es im Maklerrecht zwar grundsätzlich das Bestellerprinzip, jedoch die Möglichkeit eines Lohnanspruchs des Maklers gegen beide Vertragsparteien nach § 656c BGB und die Möglichkeit von besonderen Kostenvereinbarungen nach § 656d BGB. Im Gegensatz zum Kaufrecht steht mithin im Maklerrecht nicht von vornherein fest, ob und in welcher Höhe derjenige, der sich bei einem Makler meldet, dessen Kosten zu zahlen hat. In Anbetracht dieser Komplexität festzustellen, ob die Kostenpflicht den Käufer selbst oder den Verkäufer des vermittelten Objekts trifft, erfüllt eine gemäß § 312j III BGB beschriftete Schaltfläche den Gesetzeszweck, dem Verbraucher seine ihm nicht zwingend bekannte Kostenpflicht vor Augen zu führen.

Insoweit ist der dort entschiedene Sachverhalt mit dem vorliegend streitgegenständlichen – trotz ähnlicher wirtschaftlicher Tragweite in Anbetracht einer Maklercourtage von 30.000 € – nicht vergleichbar. Mit der Frage einer teleologischen Reduktion der Regelung des § 312j IV BGB für den Fall, dass dem Verbraucher von vornherein die Entgeltpflicht bekannt ist, hat sich der Bundesgerichtshof auch nicht auseinandergesetzt. Er hat lediglich die Frage der richtlinienkonformen Auslegung der Rechtsfolge dahin gehend entschieden, dass die Norm als Formvorschrift diene und Verstöße mithin die Nichtigkeit des Vertrags zur Folge hätten, weswegen lediglich eine Bestätigung gemäß § 141 BGB bei entsprechendem Erklärungsbewusstsein und Einhaltung der vorgesehenen Form in Betracht komme (vgl. BGH, Urt. v. 09.10.2025 – I ZR 159/24, juris Rn. 32–35, 40, 46–48), soweit die Parteien nicht auf anderem Wege einen wirksamen Vertrag abgeschlossen hätten (vgl. BGH, Urt. v. 09.10.2025 – I ZR 159/24, juris Rn. 50). Indes schließt der Umstand, dass eine Regelung als Formvorschrift zu qualifizieren ist, nicht die Möglichkeit einer teleologischen Reduktion aus. Auch Formvorschriften haben – wie jede andere Norm – einen bestimmten Schutzzweck. Wenn dieser nicht einschlägig ist, kommt grundsätzlich eine teleologische Reduktion der Norm in Betracht, um die Parteien nicht an einer gesetzgeberisch nicht beabsichtigten Rechtsfolge festzuhalten.

c) Selbst wenn anzunehmen wäre, dass der Vertrag nach § 312j IV BGB nichtig ist, kann der Kläger sich aufgrund von § 242 BGB nicht auf die Unwirksamkeit des streitgegenständlichen Vertrags aufgrund eines Verstoßes gegen § 312j III BGB berufen.

Der in § 242 BGB normierte Grundsatz von Treu und Glauben verlangt von den Parteien, bei der Ausübung ihrer Rechte Rücksicht auf die geschützten Interessen des anderen zu nehmen. Das stärkt das Vertrauen auf die Erfüllung bereits bestehender Verpflichtungen und schließt den Missbrauch eines Rechts für Zwecke aus, die diesen Interessen zuwiderlaufen. Eine Reihe von Rechten dient einem bestimmten Zweck. Wird dieser Zweck durch einen Widerspruch zwischen dem Einsatz des Rechts und dem Grund für seinen Bestand verletzt, ist das Recht missbraucht (BeckOGK/*Kähler,* Stand: 01.06.2025, § 242 BGB Rn. 1247). Rechtsmissbräuchlich und damit unzulässig ist beispielsweise die Ausübung von Befugnissen, wenn sie nicht den gesetzlich vorgesehenen, sondern anderen, nicht notwendig unerlaubten, aber funktionsfremden und rechtlich zu missbilligenden Zwecken dient (vgl. BGH, Beschl. v. 10.05.2007 – V ZB 83/06, BGHZ 172, 218 = NJW 2007, 3279 Rn. 12). Auch besteht kein schutzwürdiges Interesse an einer Rechtsausübung, wenn sie den mit ihr verbundenen Zweck verfehlt, weil Sondereigentümer in einer Wohnungseigentümergemeinschaft die planwidrige Ausführung eines Bauwerks monieren, obwohl sie von dieser nicht betroffen sind (vgl. BGH, Urt. v. 20.11.2015 – V ZR 284/14, BGHZ 208, 29 = NJW 2016, 473 Rn. 24). Die Berufung auf einen Formmangel kann treuwidrig sein, wenn sie gegen den Zweck der zugrunde liegenden Norm verstößt – beispielsweise, wenn die Berufung auf die Formnichtigkeit allein auf dem Wunsch beruht, sich vom Vertrag zu lösen, und eine Beeinträchtigung durch den Formmangel ausgeschlossen ist (vgl. BeckOGK/*Kähler,* a. a. O., § 242 Rn. 1647).

Nach dieser Maßgabe beruft sich der Kläger in treuwidriger Weise auf eine formale Rechtsposition, obwohl er nicht vom Schutzzweck der verletzten Norm erfasst ist. Der Verstoß gegen die Formvorschrift des § 312j III BGB hat sich für ihn nicht negativ ausgewirkt, weil er tatsächlich einen entgeltpflichtigen Vertrag über das streitgegenständliche Fahrzeug hat schließen wollen. Insoweit wird auf die Ausführungen unter II 2 b verwiesen. Dass er sich dennoch auf die Nichtigkeit des Vertrags beruft, hat seinen Grund allein in dem Ablauf der Fristen zur Ausübung des gesetzlichen Widerrufsrechts und der vertraglich vereinbarten Stornierungsoption. Im Falle einer nach Vertragsschluss eingetretenen Vertragsreue betreffend einen bewusst und gewollt eingegangenen Vertrag ist der Kläger aber durch diese Möglichkeiten hinreichend geschützt. Wenn die Vertragsreue erst nach Ablauf dieser Fristen eintritt, sieht die Rechtsordnung grundsätzlich keine Möglichkeit der einseitigen Vertragslösung vor, sondern gibt dem Grundsatz *pacta sunt servanda* folgend dem Bestandsinteresse des anderen Vertragsteils den Vorrang. Etwas anderes ist gesetzlich lediglich dann gewollt, wenn ein Vertragspartner „überrumpelt“ oder durch die Gestaltung der ihm gegebenen Informationen getäuscht worden ist. Da dies hier nicht einschlägig ist, stellt sich das Vorbringen des Klägers als ergebnisorientierte Rechtsverfolgung dar, um das grundsätzlich nicht gesetzlich vorgesehene Ziel einer Vertragsrückabwicklung im Ergebnis doch noch zu erreichen. Eine solche Rechtsausübung widerspricht dem Zweck der Regelung des § 312j III und IV BGB, ist mithin missbräuchlich und mit dem Grundsatz von Treu und Glauben (§ 242 BGB) nicht vereinbar.

Dass Vertragsreue Anlass für den Wunsch des Klägers ist, sich vom Vertrag zu lösen, verdeutlicht auch die Widerrufserklärung (Anlage K4.1). In dieser hat der Kläger ausgeführt:

> „Auch wenn ich keine mangelbedingten Ansprüche geltend mache, möchte ich Ihnen mitteilen, womit ich unzufrieden bin und was andere Hersteller besser gelöst haben: Ich bin mit ständigen Softwareproblemen (u. a. Fernlicht, Scheibenwischer, Spurhalteassistent) unzufrieden.“

Mithin ist es ihm zu diesem Zeitpunkt um die Unzufriedenheit mit dem Fahrzeug gegangen, für die das Gesetz Mängelgewährleistungsrechte vorsieht. Die Kenntnisnahme von der Gestaltung der Schaltfläche hat sich für ihn nachträglich lediglich als anderweitige Möglichkeit dargestellt, den Wunsch nach der Vertragsauflösung entgegen dem Schutzzweck der Norm durchzusetzen, obwohl er trotz der Schaltflächengestaltung den Vertrag geschlossen hat, den er ursprünglich und von vornherein hat abschließen wollen.

d) Ein Vorabentscheidungsverfahren zur Auslegung der Richtlinie 2011/83/EU ist nicht geboten. Ihre Zielsetzung ist für die hier entscheidungserheblichen Fragen derart offenkundig, dass für einen vernünftigen Zweifel kein Raum bleibt (vgl. BGH, Urt. v. 19.01.2022 – VIII ZR 123/21, juris Rn. 55; Urt. v. 09.10.2025 – I ZR 159/24, juris Rn. 49).

III. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 I ZPO. …

Die Revision war in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang zuzulassen. Sie dient der Klärung der entscheidungserheblichen Rechtsfragen, ob die Regelung des § 312j IV BGB teleologisch zu reduzieren und nicht anzuwenden ist, wenn ein Käufer den Onlineshop eines Fahrzeugherstellers mit der Absicht des Abschlusses eines bekanntermaßen kostenpflichtigen Kaufvertrags besucht und den gewollten Vertrag tatsächlich abschließt, sowie, ob es dem Käufer in einem solchen Fall jedenfalls gemäß § 242 BGB verwehrt ist, sich auf die (vermeintliche) Unwirksamkeit des Vertrags nach § 312j IV BGB zu berufen. Auch wenn die Entscheidung über den streitgegenständlichen bereicherungsrechtlichen Anspruch auf den konkreten Umständen des Einzelfalls – der Intention des Klägers bei und nach Vertragsschluss sowie der besonderen, mehrschrittigen Vertragsabwicklung – beruht, liegen ihr Rechtsfragen zugrunde, die für eine Vielzahl ähnlich gelagerter Einzelfälle von Relevanz sein können.

Hinsichtlich des auf den Lebenssachverhalt des Widerrufs vom 20.11.2023 gestützten Klageanspruchs liegen die Voraussetzungen für die Zulassung der Revision nicht vor. Die vorliegende Rechtssache hat insoweit keine grundsätzliche Bedeutung (§ 543 II 1 Nr. 1 ZPO). Auch erfordern weder die Fortbildung des Rechts noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung (§ 543 II 1 Nr. 2 ZPO) eine Entscheidung des Revisionsgerichts. Die Rechtsfragen zur Widerrufsbelehrung in den „Tesla“-Fällen sind – wie ausgeführt – bereits höchstrichterlich geklärt, und die Entscheidung steht damit im Einklang.

Hinweis: Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Eine Nichtzulassungsbeschwerde (§ 544 ZPO) und die vom Oberlandesgericht Braunschweig zugelassene Revision sind beim Bundesgerichtshof unter dem Aktenzeichen VIII ZR 1/26 anhängig.

**Probleme beim Autokauf?**

Als spezialisierter Rechtsanwalt helfe ich Ihnen gerne weiter – ganz gleich, ob Sie Käufer oder Verkäufer sind. Interessiert? Nutzen Sie das Kontaktformular auf https://autokaufrecht.info/sofortberatung/ oder rufen Sie mich unverbindlich an

**(0 23 27) 8 32 59-99.**