PRESSEINFORMATION

Wien, 16. September 2025

VKI: „Direktwerbungs“-Klauseln von Notino sind gesetzwidrig

Drei Klauseln und die Geschäftspraktik der Online-Parfümerie sind laut OLG Wien unzulässig

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hatte im Auftrag des Sozialministeriums die Online-Parfümerie Notino Deutschland und Österreich GmbH (Notino) geklagt. Gegenstand der Klage waren drei Klauseln, wovon zwei Klauseln Maßnahmen zur „Direktwerbung“ regelten – unter anderem den Erhalt von Werbematerialien. Das Oberlandesgericht (OLG) Wien bestätigte die Rechtsansicht des VKI und erklärte alle drei eingeklagten Klauseln sowie die Geschäftspraktik von Notino für unzulässig. Das Urteil ist rechtskräftig.

Im Bestellprozess auf der Homepage von Notino (www.notino.at) fanden sich drei Klauseln, die das OLG Wien für unzulässig erklärte.

Die erste vom VKI beanstandete Klausel sah vor, dass Kund:innen aktiv ein Kästchen („Mit dieser Bestellung möchte ich keine Informationen zu Veranstaltungen, Neuigkeiten oder Gutscheine erhalten“) anklicken müssten, um keine Zusendungen zu erhalten. „Kund:innen müssten aus der voreingestellten Zustimmung zur Datenverarbeitung aktiv ‚herausoptieren‘ und das ist unzulässig, wie auch das OLG Wien bestätigt“, erläutert VKI-Juristin Mag. Marlies Leisentritt. Das OLG Wien spricht klar aus, dass eine wirksame Einwilligung eine bestätigende, aktive Handlung voraussetzt, die damit nicht gegeben ist.

In einer zweiten Klausel hielt Notino – für den Fall der entgeltlichen Versicherung einer Sendung – fest, dass die Kund:innen bei Beschädigung oder Verlust einer Sendung nicht auf eine Lösung innerhalb der gesetzlichen Frist warten müssten. Die Klausel vermittelt dem OLG Wien zufolge Verbraucher:innen einen falschen Eindruck von der Rechtslage. „Das Konsumentenschutzgesetz regelt nämlich ohnehin, dass die Gefahr des Verlusts oder der Beschädigung der Ware beim Versendungskauf erst dann auf die Verbraucher:innen übergeht, wenn die Ware an diese abgeliefert wurde“, so Marlies Leisentritt weiter.

Eine dritte Klausel betraf sogenannte „Warenkorbabbrecher-Mails“. Mit dieser Re-Marketing-Maßnahme sollten potenzielle Kund:innen, die den Bestellvorgang nicht abgeschlossen haben, erneut angesprochen und zum Kaufabschluss animiert werden. Auch diese Klausel beurteilte das OLG Wien als unzulässig.

Darüber hinaus kennzeichnete Notino den Kauf-Button in der Bestellmaske mit „jetzt bestellen“. Diese Geschäftspraktik erfüllt laut OLG Wien jedoch nicht die gesetzlichen Vorgaben. Demnach muss die

Schaltfläche oder Funktion gut lesbar ausschließlich mit den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer gleichartigen, eindeutigen Formulierung gekennzeichnet sein, die Verbraucher:innen klar macht, dass mit der Bestellung eine Zahlungsverpflichtung gegenüber dem Unternehmer verbunden ist.

„Durch die Klagstätigkeit des VKI konnte erneut sichergestellt werden, dass Konsumentenschutzbestimmungen eingehalten werden und Konsument:innen keiner unaufgeforderten Direktwerbung ausgesetzt sind“, zeigt sich VKI-Juristin Marlies Leisentritt über das rechtskräftige Urteil erfreut.

SERVICE: Das Urteil im Volltext gibt es auf www.verbraucherrecht.at/Notino092025.

RÜCKFRAGEHINWEIS FÜR MEDIENANFRAGEN:

VKI-Pressestelle, Tel.: +43 676 852270 256, E-Mail: presse@vki.at