

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) -

Stellungnahme zum Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts, insbes. zur Widerrufsfunktion

Berlin, den 01.08.2025

Ansprechpartnerin: Daniela Bleimaier, daniela.bleimaier@bevh.org

Der **Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)** repräsentiert als die Interessenvertretung der Branche der in Deutschland aktiven Online- und Versandhändler Unternehmen aller Größen und aller denkbaren Handelsformen (Online, Multichannel, Katalog, TV-Shopping, Plattformhändler und -betreiber). Die Mitglieder des bevh stehen für mehr als 80% des gesamten Branchenumsatzes. Darüber hinaus sind dem Verband mehr als 130 Dienstleister aus dem Umfeld der E-Commerce-Branche angeschlossen.

Mit der neuen Pflicht zur Einführung einer Widerrufsfunktion für digital abgeschlossene Kaufverträge führt die EU eine überflüssige Doppelstruktur im Onlinehandel ein. Das Recht auf Widerruf und Retoure konnte noch nie so einfach und schnell ausgeübt werden wie heute. Denn bereits heute bestehen in vielen Geschäftsmodellen einfache und etablierte Wege, über die Verbraucher ihr Widerrufsrecht ausüben können. Händler erkennen etwa die Anmeldung einer Retoure oder die Erstellung eines Versandlabels als Widerruf an – auch bei Teilrücksendungen. Über Kundenkonten können Nutzer ihre Bestellungen einsehen, Rücksendungen initiieren und erhalten automatisch eine Bestätigung per E-Mail. Dieses Verfahren ist sicher, effizient und transparent. Die nun vorgesehene Widerrufsfunktion ist nicht nur nutzlos, sondern ist weder rechtskonform umsetzbar noch verbraucherfreundlich.

Hierzu führen wir im Einzelnen aus:

A. Einheitliche Formulierung auch in der Gesetzesbegründung

Wir begrüßen ausdrücklich, dass der Richtlinienentwurf sowie der Diskussionsentwurf des BMJ mit dem Begriff „Widerrufsfunktion“ bewusst breitere Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen als ein starrer „Button“, wie er etwa bei der „Kündigungsschaltfläche“ für Dauerschuldverhältnisse

verwendet wird. Diese Unterscheidung ist für Onlinehändler in der Erfüllung der Vorgaben besonders wichtig – es sollte hier keinesfalls zu einer Gleichsetzung kommen. Aus diesem Grund sollte auch in der Gesetzesbegründung stringent von “Widerrufsfunktion” gesprochen werden und nicht von “Button”, da die Begründung oftmals als Auslegungshilfe herangezogen wird.

B. Spielraum in der Ausgestaltung der Widerrufsfunktion klarstellen, Art. 1 Nr. 6 GÄndVVVR-E

1. Teilwiderruf ermöglichen

Bei der Regelung zur Widerrufsfunktion hat sich der Gesetzgeber stark an der Kündigungsschaltfläche orientiert. Hierbei wurden jedoch die Unterschiede zwischen Dauerschuldverhältnissen und dem Onlinekauf von Produkten verkannt. Gerade im Fashion-Bereich bestellen Kunden oft mehrere Kleidungsstücke zur Auswahl und schicken einzelne Produkte wieder zurück.

Urteile zu der aktuell bestehenden Kündigungsschaltfläche legen den Wortlaut des § 312k Abs. 2 BGB sehr stringent dahingehend aus, dass keine weiteren Punkte abgefragt werden dürfen, als die gesetzlich vorgesehenen. Daher ist zu befürchten, dass Gerichte die Vorgaben des § 356a BGB-E ebenso streng auslegen werden. Dies hätte zur Folge, dass einem Teilwiderruf nicht hinreichend Rechnung getragen werden könnte.

Wir fordern daher, in § 356a Abs. 2 BGB-E die Möglichkeit des Teilwiderrufs zu berücksichtigen. Dies könnte entweder dadurch erfolgen, dass durch die Einfügung eines “insbesondere” klargestellt wird, dass weitere Informationen abgefragt werden können. Alternativ sollte der Katalog in § 356a Abs. 2 BGB-E durch einen weiteren Punkt ergänzt werden, der beispielsweise lauten könnte:

4. ggf. Angaben zu den Sachen, auf die sich der Widerruf beziehen soll

Dadurch wird der Prozess des Widerrufs gegenüber der Bestellung auch nicht erschwert.

Alternativ regen wir an, zumindest in den Erwägungsgründen stärker hervorzuheben, dass Händler im Rahmen der Widerrufsfunktion auch Teilwiderrufe ermöglichen können sollen.

Dies ist insbesondere wegen folgender Konstellationen notwendig:

a) Problemfall Erlöschen des Widerrufsrechts

Für einzelne Produkte sieht das Gesetz in § 312g Abs. 2 BGB vor, dass kein Widerrufsrecht besteht oder dies vorzeitig erlischt, bspw. personalisierte Produkte oder Hygieneprodukte. Werden sie jedoch mit standardisierten Produkten zusammen bestellt, müsste künftig eine Widerrufsfunktion angeboten werden. Damit wird jedoch der Eindruck vermittelt, dass nicht nur die standardisierten, sondern auch die individualisierten Aufträge jederzeit rückgängig gemacht werden könnten, was irreführend und falsch ist.

Dem Kunden wird damit suggeriert, alle Positionen seiner Bestellung uneingeschränkt zurücksenden zu können. Fehlt es dann an einer technischen Lösung für den Widerruf einzelner Produkte aus diesen gemischten Warenkörben, könnten den Unternehmen beispielsweise aus der Onlineprint-Industrie oder dem Kosmetikbereich Schäden in nicht absehbarem Ausmaß entstehen. Neben einem deutlich höheren Kommunikationsaufwand für die Klärung der nicht rechtmäßig widerrufenen Artikel entsteht sehr viel Unmut auf Kundenseite.

b) Schutz der Händler vor Missbrauch

Es steht zu befürchten, dass durch die Einführung der Widerrufsfunktion Missbrauch oder zumindest Missverständnisse weiter zunehmen können. Da die Widerrufsfunktion nach dem Wortlaut nicht zwischen Widerruf des gesamten Vertrages und Teilwiderrufen differenziert, besteht die Gefahr, dass Verbraucher über die Widerrufsfunktion nun den gesamten Vertrag widerrufen, aber nur einen Teil der Ware zurücksenden. Wenn dann die Rücksendung beim Versanddienstleister untergeht, müssten im Zweifel Händler den Betrag für den gesamten Einkauf zurückzahlen. Denn gemäß § 355 Abs. 3 BGB tragen Händler die Gefahr für die Rücksendung und ein Nachweis, dass der Verbraucher nur einen Teil zurückgesendet hat, gelingt erfahrungsgemäß nicht.

2. Datenabfrage zur Identifizierung des Vertrags: Rechtssichere Standardisierung und Datenschutz

Die aktuelle Fassung des Entwurfs lässt offen, welche konkreten Angaben zur Vertragsidentifikation abgefragt werden dürfen und müssen. Hier besteht erheblicher Auslegungsbedarf im Hinblick auf die DSGVO und den Grundsatz der Datensparsamkeit (Art. 5 Abs. 1 lit. c DSGVO):

Es sollte klargestellt werden, dass die Abfrage von Name und Bestell- oder Vertragsnummer zumutbar und zulässig ist, ggf. ergänzt um ein optionales Freitextfeld zur näheren Spezifizierung (z. B. bei Teilwiderruf oder bei unklaren Fällen, s. oben). Diese Lösung stellt sicher, dass dem Verbraucher keine unnötigen Hürden entstehen, gleichzeitig aber Missbrauch und nutzlose Bearbeitung von Widerrufen verhindert werden können.

3. Widerrufsfunktion nur über Kundenkonto anzuzeigen muss zulässig sein

Nach unserer Auffassung ergibt sich weder aus der Richtlinie noch aus dem GÄndVVVR-E eine Pflicht zur Anzeige einer Widerrufsschaltfläche außerhalb eines Login-Bereichs, was wir sehr begrüßen. Ein verpflichtender Zugang zur Funktion ohne Login ist nicht erforderlich und auch nicht rechtskonform umsetzbar:

a) “während des Laufs der Widerrufsfrist”

Gemäß dem Wortlaut muss die vorgesehene Widerrufsfunktion während der gesamten Widerrufsfrist leicht auffindbar, deutlich erkennbar und dauerhaft angezeigt werden. Demnach dürfte aus rechtlicher Sicht die Widerrufsfunktion ausschließlich während der jeweils laufenden Widerrufsfrist für eine konkrete Bestellung eingeblendet werden – andernfalls besteht die Gefahr, dass Verbraucher durch eine irreführende Darstellung fälschlich annehmen, ihr Widerrufsrecht bestünde noch.

Um dem gerecht zu werden, ist eine eindeutige Identifizierung des Kunden notwendig. Die Plattform oder der Online-Shop muss eindeutig wissen, welcher Kunde eingeloggt ist und welche Käufe diesem konkret zugeordnet werden können. Nur so kann verlässlich entschieden werden, ob für eine bestimmte Bestellung überhaupt noch ein Widerrufsrecht besteht – und ob die Funktion angezeigt werden darf.

Im Kundenkonto kann ebenfalls die Konstellationen berücksichtigt werden, in den Kunden an mehreren Tagen bestellen. Denn hier laufen mehrere Kaufverträge parallel mit unterschiedlichen Widerrufsfristen. Hier kann es leicht zu Missverständnissen zwischen Händlern und Kunden kommen. Auch hier ist ein wesentlicher Unterschied zu den Dauerschuldverhältnissen gegeben. Daher bedarf es im Hinblick auf die Erkennung der Kunden bei dem Schalten der Widerrufsfunktion eines „Mehr“ als bei der „Identifizierung“ bei Dauerschuldverhältnissen.

Die technische Erkennung des Nutzers ist damit Voraussetzung für eine rechtssichere Umsetzung.

b) Unlautere Irreführung vermeiden

Die Widerrufsfunktion erst im Kundenkonto anzuzeigen, löst ein weiteres Problem: Wenn dem Verbraucher nach Ablauf seiner Widerrufsfrist dennoch die Widerrufsfunktion angezeigt wird, stellt dies eine unlautere Irreführung im Sinne des § 5 Abs. 2 Nr. 7 UWG dar. Händler stehen nun also vor dem Dilemma, dass sie sich wettbewerbswidrig verhalten, wenn sie die gesetzlichen Vorgaben aus § 356a BGB-E umsetzen müssen.

c) Technische Sicherheit

Ein öffentlicher Zugriff ohne Authentifizierung birgt zudem erhebliche Risiken. Ohne Login wären massenhafte Bot-Angriffe, DDoS-ähnliche Angriffe oder unautorisierte Dritt-Eingaben möglich. Solche Missbrauchsszenarien könnten Onlineshops ernsthaft schädigen – etwa durch Überlastung der Systeme oder gezielte Störungen. Das Vertrauen der Kunden in den Onlineshop würde dadurch erheblich beeinträchtigt.

d) freiwillige Rückgabemöglichkeiten

Viele Unternehmen gewähren neben dem gesetzlich vorgesehenen Widerrufsrecht vielfach freiwillige Rückgabemöglichkeiten über 14 Tage hinaus (z. B. 30 oder 100 Tage). Das belegt, dass die Unternehmen die Verbraucherrechte bereits jetzt sehr ernst nehmen und ohnehin entgegenkommen. Unsere Mitgliedsunternehmen sehen in der Neugestaltung eine mögliche zusätzliche Abmahngefahr, wenn es hier zu einer Vermischung der unterschiedlichen Rechte käme und Verwirrung bei Verbrauchern, wenn sie über die Widerrufsfunktion nur den Widerruf geltend machen können, nicht aber die freiwillige Rückgabemöglichkeit.

Unternehmen müssen in Folge dessen mit zusätzlichem Personalaufwand, erhöhtem Mailversand bis hin zu unnötigem Retouren-Versand rechnen. Das führt zu Mehrkosten ohne ökologischen Mehrwert, die im Übrigen in der Gesetzesbegründung aktuell noch nicht berücksichtigt sind.

e) Login-basierte Umsetzung ist richtlinienkonform

Der Begriff der „leichten Zugänglichkeit“ der Schaltfläche ist im Kontext der Erwägungsgründe zu lesen: Es soll „sichergestellt werden, dass Verbraucher einen Vertrag ebenso leicht widerrufen können, wie sie ihn abschließen können“ (Erwägungsgrund Nr. 37). Wenn die Bestellung über einen Login erfolgt ist, muss dieser Login folglich auch für den Widerruf erforderlich sein dürfen. Dass Verbraucher zum Auffinden der Schaltfläche kein „Verfahren durchführen“ sollen, schließt einen Login ebenfalls nicht aus, soweit der Vertragsabschluss dieses Verfahren ebenfalls erforderte. Die Möglichkeit eines Logins zwecks Identifizierung der Kunden wird von den Erwägungsgründen explizit als zulässige Art der Identifizierung genannt.

C. Neue Informationspflichten und deren Komplexität, Art. 3 Nr. 7 GÄndVVVR-E

Der Entwurf sieht vor, dass Unternehmer in der Widerrufsbelehrung zukünftig nicht nur über das Widerrufsrecht, sondern auch explizit über das Bestehen und die Platzierung der

Widerrufsfunktion informieren müssen (Art. 246a § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 iVm Anlage 1 EGBGB-E). Die entsprechende Ergänzung des Gestaltungshinweises 3 zur Widerrufsbelehrung bringt zusätzliche Komplexität in die Kommunikation gegenüber dem Verbraucher. Durch die Vielzahl an Varianten, wie der Widerruf erklärt werden kann, besteht die Gefahr, dass der Verbraucher statt Klarheit eher noch mehr Verwirrung erfährt. Für Händler bedeutet sie eine zusätzliche Herausforderung bei der laufenden Pflege und rechtssicheren Aktualisierung der Widerrufsbelehrungen. Dieser Umstand birgt somit eine erhöhte Abmahngefahr, ohne dem Verbraucher einen Mehrwert zu bieten.

D. Strenge Sanktionen bei Unsicherheiten in der Normauslegung, Art. 3 Nr. 4 a) bb) ggg) GÄndVVVVR-E

Schließlich ist zu beachten, dass ein Verstoß gegen die Pflicht zur Vorhaltung und sachgemäßen Umsetzung der Widerrufsfunktion als Ordnungswidrigkeit ausgestaltet wird (Art. 246e § 1 Abs. 2 Nr. 14a EGBGB-E), bei welcher Unternehmen mit empfindlichen Bußgeldern (bis zu 4 % des Jahresumsatzes) sanktioniert werden können, sofern sie im Vorjahr mindestens 1,25 Mio. Euro Umsatz erzielten. Angesichts der offenen Umsetzungs- und Auslegungsfragen wäre es aus Sicht eines effektiven, verhältnismäßigen Vollzugs angezeigt, mindestens eine erweiterte Übergangsregelung einzuführen, die sicherstellt, dass Unternehmen bei der Einführung der technischen Lösung anfangs keine unverhältnismäßigen Risiken eingehen müssen und die Behörden Auslegungsspielräume in der Anfangsphase großzügig handhaben.