

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

Widerrufsrecht und Informationspflichten 2022: Welche Änderungen auf Online-Händler zukommen

Die kaufrechtlichen Neuerungen im neuen Jahr sind noch in aller Munde, schon steht die nächste Gesetzesänderung in den Startlöchern. Auch das fernabsatzrechtliche Widerrufsrecht wird im Jahr 2022 im Zuge des sog. „New Deal for Consumers“ einer gesetzlichen Änderung unterzogen. Hinzu kommen noch Änderungen bei den Informationspflichten. Online-Händler müssen unter anderem ab dem 28.05.2022 eine neue Widerrufsbelehrung und ein neues Widerrufsformular verwenden. Welche Änderungen auf Online-Händler konkret zukommen, erläutern wir Ihnen in diesem Beitrag.

I. Gesetzgeberischer Hintergrund

Im Zuge des sog. „New Deal for Consumers“ soll das EU-Verbraucherrecht angesichts der zunehmenden Gefahr von EU-weiten Verstößen stärken und den EU-Verbraucherschutz im Hinblick auf die Marktentwicklungen modernisieren.

Ausfluss der europäischen Bestrebungen war die Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften (RL (EU) 2019/2161, sog. Modernisierungsrichtlinie oder auch Omnibusrichtlinie genannt).

Die EU-Mitgliedstaaten hatten den verbindlichen Auftrag, die Vorgaben der Modernisierungsrichtlinie bis zum 28.11.2021 als nationales Gesetz zu veröffentlichen und ab dem 28.05.2022 anzuwenden.

Der deutsche Gesetzgeber hat die Vorgaben aus der Modernisierungsrichtlinie (soweit diese die Änderungen der Verbraucherrechte-Richtlinie betreffen) mit [Gesetz](#) vom 10.08.2021 in deutsches Recht umgesetzt.

Kennen Sie auch schon die bevorstehenden Änderungen in der Preisangabenverordnung?

Durch die Modernisierungsrichtlinie werden unter anderem auch die Vorgaben in der **Preisangabenverordnung** geändert, die Änderungen können [hier](#) im Detail nachlesen.

Ab dem 28.05.2022 [entfällt im Rahmen der Grundpreisangabe](#) die Möglichkeit, bei Waren, deren Nenngewicht oder Nennvolumen üblicherweise 250 Gramm oder 250 Milliliter nicht übersteigen, von den Einheiten 1 Kilogramm bzw. 1 Liter auf 100 Gramm bzw. 100 Milliliter abweichen zu dürfen, ersatzlos. Der Grundpreis muss bei derartig angebotenen bzw. beworbenen Waren zwingend auf 1 Kilogramm bzw. 1 Liter bezogen angegeben werden.

Zudem werden nach dem neu eingeführten § 11 Preisangabenverordnung Online- (und Offline-)Händler verpflichtende Informationen über Preisermäßigungen zur Verfügung stellen müssen. Näheres zu

diesen Informationspflichten können Sie in [diesem Beitrag](#) nachlesen.

II. Die Änderungen im Überblick

Ab dem 28.05.2022 werden insbesondere die folgenden Änderungen für Online-Händler relevant:

- Änderungen zum Widerrufsrecht (und der Widerrufsbelehrung bzw. des Widerrufsformulars) für den Warenverkauf
- Änderungen beim Widerrufsrecht für Dienstleistungen und bei digitalen Inhalten
- Änderungen beim Wertersatz im Widerrufsfall
- Änderungen der Informationspflichten im Fernabsatz

Im Folgenden stellen wir die kommenden Änderungen im Detail vor.

III. Die Änderungen im Detail

1. Änderungen zum Widerrufsrecht (und der Widerrufsbelehrung bzw. des Widerrufsformulars) für den Warenverkauf

Die Rechtsfolgen des Widerrufsrechts sind in § 357 i.V.m. § 355 BGB für Fernabsatzverträge geregelt. Durch die Modernisierungsrichtlinie werden die bisherigen Absätze 5 und 6 von § 357 BGB-Neu in den Absätzen 5 bis 7 neu strukturiert und ein neuer Absatz 8 wird angefügt.

Die bisher in den Absätzen 7 bis 9 getroffenen Regelungen über den bei Widerruf zu leistenden Wertersatz werden aus Gründen der Übersichtlichkeit in den neu einzufügenden § 357a BGB-Neu verschoben.

Bisher war es umstritten, ob Online-Händler in ihrer Widerrufsbelehrung **zwingend** eine **Telefonnummer** angeben müssen. Grund hierfür sind die Gestaltungshinweise zur Widerrufsbelehrung in Anhang I der europäischen Verbraucherrechte-Richtlinie (RL 2011/83/EU).

Dort lautete die Vorgabe zur Angabe der Telefonnummer bislang wie folgt:

“

*"Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, **soweit verfügbar**, Ihre Telefonnummer, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse ein. [Hervorhebung durch den Zitierenden]"*

”

Die Modernisierungsrichtlinie setzt nunmehr die Angabe einer Telefonnummer als zwingende Pflichtangabe in der Widerrufsbelehrung um.

Der neue Gestaltungshinweis sieht vor, dass in jedem Fall eine Telefonnummer anzugeben ist (und nicht mehr nur „soweit verfügbar“).

Der neue Gestaltungshinweis lautet nunmehr wie folgt:

“

"Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift, Ihre Telefonnummer und Ihre E-Mail-Adresse ein."

”

Der Gesetzgeber streicht den einschränkenden Hinweis „soweit verfügbar“ aus Anhang I der Verbraucherrechte-Richtlinie.

Hierdurch wird nun klargestellt, dass der Online-Händler zukünftig verpflichtet ist, in seiner Widerrufsbelehrung immer eine **Telefonnummer** und **E-Mail-Adresse** anzugeben.

Darüber hinaus wird aus dem vorbenannten Gestaltungshinweis (und damit aus der Muster-Widerrufsbelehrung und dem Muster-Widerrufsformular) die Möglichkeit gestrichen, die Widerrufserklärung mittels **Fax** abzugeben. Die Angabe einer Faxnummer ist somit zukünftig für Online-Händler **nicht mehr verpflichtend**.

Schon gewusst?

Auf Vorlage des BGH an den EuGH entschied Letzterer (Urteil vom 14.05.2020 - C-266/19), dass eine „**verfügbare**“ Telefonnummer anzugeben ist. Eine Telefonnummer sei dann verfügbar, wenn sie der Gestalt auf der Website zu finden ist, dass dem Durchschnittsverbraucher suggeriert wird, dass der Unternehmer diese Nummer für seine Kontakte mit Verbraucher nutzt.

Dies sei unter anderem dann der Fall, wenn sie auf der Website unter „Kontakt“ angegeben wird. Das Gericht sei doch keine Pflicht, einen Telefonanschluss einzurichten oder eine Telefonnummer anzugeben, die nicht entsprechend genutzt wird.

Diese Rechtsprechung ist vor dem Hintergrund der neuen gesetzlichen Vorgaben nicht mehr praxisrelevant.

2. Änderungen beim Widerrufsrecht für Dienstleistungen und bei digitalen Inhalten

Die Erlöschensgründe für das Widerrufsrecht für **Dienstleistungsverträge** im Fernabsatz wird aus Gründen der Übersichtlichkeit neu gefasst.

Hiernach erlischt das Widerrufsrecht bei einem Dienstleistungsvertrag

- der den Verbraucher **nicht** zur Zahlung eines Preises verpflichtet, wenn der Unternehmer die Dienstleistung vollständig erbracht hat (Hinweis: Handelt es sich bei der Dienstleistung um ein Dauerschuldverhältnis, so zum Beispiel bei einem Vertrag mit einem E-Mail-Provider oder einem „Sozialen Netzwerk“, ist die Dienstleistung nicht bereits bei erstmaliger Bereitstellung vollständig erbracht);

- der den Verbraucher **zur Zahlung eines Preises verpflichtet**, mit der vollständigen Erbringung der Dienstleistung, wenn der Verbraucher vor Beginn der Erbringung ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Erbringung der Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, bei einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag die Zustimmung auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt wurde und der Verbraucher seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass sein Widerrufsrecht mit vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer erlischt.

In Bezug auf **nicht** auf einem **körperlichen Datenträger (z.B. CD, DVD, USB, etc.)** befindlichen **digitale Inhalte** erlischt das Widerrufsrecht bei einem Vertrag

- der den Verbraucher **nicht** zur Zahlung eines Preises verpflichtet, wenn der Unternehmer mit der Vertragserfüllung begonnen hat,
- der den Verbraucher **zur Zahlung eines Preises verpflichtet**, wenn der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt, der Verbraucher seine Kenntnis davon bestätigt hat, dass durch seine Zustimmung zu vorstehendem Punkt mit Beginn der Vertragserfüllung sein Widerrufsrecht erlischt und der Unternehmer dem Verbraucher eine Bestätigung nach § 312f BGB zur Verfügung gestellt hat.

3. Änderungen beim Wertersatz im Widerrufsfall

Die Vorschriften über den Wertersatz werden in einem neuen § 357a BGB-Neu verschoben (bislang in § 357 Abs. 7 bis 9 BGB).

Zukünftig regelt diese neue Vorschrift die Frage nach dem Wertersatz bei Waren, Dienstleistungen und digitalen Inhalten.

a) Wertersatz bei Waren

Der Wertersatz bei **Waren** wird zukünftig in § 357a Abs. 1 BGB-Neu geregelt sein. Eine Änderung der Rechtslage ist hiermit allerdings nicht verbunden.

Der Verbraucher hat Wertersatz für einen Wertverlust der Ware zu leisten, wenn

- der Wertverlust auf einen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist, der zur Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Waren nicht notwendig war, und
- der Unternehmer den Verbraucher nach Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche über dessen Widerrufsrecht unterrichtet hat.

b) Wertersatz bei Dienstleistungen

Der Wertersatz bei **Dienstleistungen** wird zukünftig in § 357a Abs. 2 BGB-Neu geregelt und neu strukturiert.

Hiernach ist Wertersatz zu leisten, wenn

- der Verbraucher von dem Unternehmer ausdrücklich verlangt hat, dass mit der Leistung vor Ablauf der Widerrufsfrist begonnen werden soll,
- der Verbraucher das Verlangen auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt hat und
- der Unternehmer den Verbraucher nach Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 und 3 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche ordnungsgemäß informiert hat.

Bei der Berechnung des Wertersatzes ist der vereinbarte Gesamtpreis zu Grunde zu legen. Ist der vereinbarte Gesamtpreis unverhältnismäßig hoch, so ist der Wertersatz auf der Grundlage des Marktwerts der erbrachten Leistung zu berechnen.

Ein Wertersatzanspruch ist nur dann vorgesehen, wenn der Vertrag über die Dienstleistung auch tatsächlich die Zahlung eines Preises durch den Verbraucher vorsieht.

c) Wertersatz bei digitalen Inhalten

Liegt ein Vertrag über den Kauf von **digitalen Inhalten** (die nicht auf einem körperlichen Datenträger verkörpert sind) vor, so hat der Verbraucher nach § 357a Abs. 3 BGB-Neu **keinen** Wertersatz zu leisten.

Auch hier gilt wie schon nach aktueller Rechtslage, dass Online-Händler im eigenen wohlverstandenen Interesse dafür Sorge tragen müssen, dass sie das Widerrufsrecht des Verbrauchers zum Erlöschen bringen.

Geschieht dies nicht und der Verbraucher widerruft den Vertrag, kann der Online-Händler keinen Wertersatzanspruch geltend machen.

Praxistipp - Muster für typische Konfliktsituationen beim Widerrufsrecht:

In der Praxis werden wir häufig mit Fragen von Mandanten konfrontiert, die sich auf bestimmte Konfliktsituationen bei Ausübung des Widerrufsrechts durch den Verbraucher beziehen. Wie kann ich bspw. als Händler reagieren, wenn der Verbraucher die Widerrufsware beschädigt hat? Muss ich wirklich den kompletten Kaufpreis erstatten, wenn die Widerrufsware vom Verbraucher stark abgenutzt wurde? Gerne stellen wir [unseren Mandaten in diesem Spezialbeitrag](#) für diese Fragen Musterschreiben für typische Konfliktsituationen in Zusammenhang mit dem Widerrufsrecht zur Verfügung.

4. Änderungen bei den Informationspflichten im Fernabsatz

Online-Händler sind schon bisher verpflichtet umfassende Informationspflichten (z.B. nach Art. 246a EGBGB) zu erfüllen. Das Gesetz zur Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie ergänzt nunmehr diesen Katalog wesentlich.

a) Informationspflicht bei personalisierten Preisen

Zum ersten Mal sieht ein Gesetz spezifische Regelungen über personalisierte Preise vor. Werden Preise im Online-Shop auf Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert, muss hierauf nach der neuen Vorschrift des Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 6 EGBGB-Neu hingewiesen werden.

Digitale Dienste, Online-Händler und Werbenetzwerke besitzen viele personenbezogene Daten über die Nutzer aus verschiedenen Quellen, so insbesondere aus dem Surfverhalten, den in Endgeräten gespeicherten Daten, den Browsereinstellungen und Aktivitäten, wie zum Beispiel den getätigten Einkäufen.

Sie nutzen diese zur Erstellung von Profilen des Verbrauchers, sog. Profiling. Diese Profile könne sehr präzise sein und genaue Aussagen über das Privatleben des Verbrauchers, seine Neigungen, Vorlieben, Interessen oder Gewohnheiten, sein Zahlungsverhalten, seine Kaufkraft beziehungsweise seine finanzielle Leistungsfähigkeit und Preissensibilität enthalten.

Daher können Unternehmer unter Verwendung eines solchen Profils den Preis für bestimmte Verbraucher oder Verbrauchergruppen mittels einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisieren. Den Verbrauchern soll mit der neu eingeführten Informationspflicht die Möglichkeit gegeben werden, die bei einer automatisierten Entscheidungsfindung bestehenden Risiken, insbesondere die erhebliche Informationsasymmetrie und das Ausnutzen des präzisen Wissens des Unternehmers über den Verbraucher, bei ihrer Entscheidung über den Vertragsschluss zu berücksichtigen.

Damit wird mehr Transparenz und Fairness erreicht. Die Informationspflicht muss in **klarer und verständlicher Weise** und **spezifisch vor Abschluss** des konkreten Vertrags mit dem bestimmten Verbraucher erfolgen.

Sie kann also **nicht** dadurch erfüllt werden, dass der Unternehmer zum Beispiel in seinen **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** generell darauf hinweist, dass Preise gegebenenfalls auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert sein können.

Die Informationspflicht soll **nicht** für Techniken wie die **dynamische Preissetzung** oder die **Preissetzung in Echtzeit** gelten, bei denen sich der Preis in sehr flexibler und schneller Weise in Abhängigkeit von der Marktnachfrage ändert, ohne dass eine Personalisierung auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung erfolgt.

b) Telefonnummer und E-Mail-Adresse als zwingende Kontaktinformationen

Bisher war es umstritten, ob ein Online-Händler im Rahmen seiner Kontaktinformationen eine Telefonnummer angeben muss. Zwar sieht auch schon die bisherige Vorschrift (in Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 N. 2 EGBGB) die verpflichtende Angabe im Impressum vor.

Allerdings handelt es sich hierbei um eine sog. „überschiessende“ Umsetzung der Vorgaben aus der Verbraucherrechte-Richtlinie durch den deutschen Gesetzgeber, denn: die Verbraucherrechte-Richtlinie schrieb bislang lediglich vor, dass ein Online-Händler

“

*"die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, und **gegebenenfalls** seine Telefonnummer [Hervorhebung durch den Zitierenden]"*

”

angeben muss.

Zu dieser Frage hat sich auch der EuGH im Jahr 2019 positioniert gehabt:

Der [EuGH hat mit Urteil vom 10.07.2019 - C-649/17](#) entschieden, dass ein Unternehmer weder verpflichtet ist, vor Abschluss eines Vertrags mit einem Verbraucher im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen stets seine Telefonnummer anzugeben, noch eine Verpflichtung besteht, einen Telefon- oder Telefaxanschluss bzw. ein E-Mail-Konto neu einzurichten, damit die Verbraucher mit ihm in Kontakt treten können.

Durch die Modernisierungsrichtlinie wird nunmehr (durch Änderung der Verbraucherrechte-Richtlinie) die Vorgabe gemacht, dass der Online-Händler

“

"die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer und E-Mail-Adresse"

”

anzugeben hat (das Kriterium „gegebenenfalls“ ist damit gestrichen worden).

Damit ist der Online-Händler in Übereinstimmung mit den zugrundeliegenden europäischen Vorgaben ab Mai 2022 verpflichtet, stets eine **Telefonnummer und E-Mail-Adresse** mitzuteilen.

c) Streichung der Faxnummer als Kontaktinformation

Da aufgrund der technologischen Entwicklungen der Gebrauch von Faxgeräten stark rückläufig ist, wurde die **Verpflichtung** zur Angabe der Faxnummer im Rahmen der Impressumsangaben **gestrichen**.

Zukünftig kann zwar die Faxnummer noch im Rahmen der Impressumsangaben genannt werden, zwingend mitzuteilen ist diese allerdings zukünftig nicht mehr.

d) Angabe anderer Online-Kommunikationsmittel (z.B. Messengerdienste)

Die neue Informationspflicht in Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 EGBGB-Neu sieht vor, dass Online-Händler über andere Online-Kommunikationsmittel (wie z.B. Messengerdienste) zu informieren haben, sofern gewährleistet ist, dass der Verbraucher die Kommunikation auf einem dauerhaften Datenträger speichern kann.

Die Rechtsprechung wird hier noch zu präzisieren haben, welche Formen der Kommunikation unter die neue Informationspflicht fallen. Zu denken wäre hierbei an die Angabe einer Kontaktmöglichkeit über WhatsApp oder über die Social-Media-Kanäle des Online-Händlers.

Wichtig zu wissen: Die Neue Informationspflicht sieht **nicht** vor, dass derartige Online-Kommunikationsmittel geschaffen werden müssen! Sofern diese allerdings eingerichtet sind, ist über diese entsprechend zu informieren.

5. Bei Verstößen drohen Bußgelder!

Online-Händler sollten im eigenen Interesse dafür Sorge tragen, dass die Änderungen betreffend der Widerrufsbelehrung, des Widerrufsformulars und der Informationspflichten rechtzeitig und richtig umgesetzt werden.

Gemäß der neuen **Bußgeldvorschrift** in Art. 246e EGBGB, können im Falle einer Zuwiderhandlung gegen die Informationspflichten zukünftig durch das Bundesamt der Justiz Bußgelder von bis zu 50.000,- Euro verhängt werden. Bei Verstößen die sich in mehreren EU-Staaten auswirken, kann ein Bußgeld von bis zu 4% des Jahresumsatzes des Online-Händlers verhängt werden (wenn der Jahresumsatz im vorausgegangen Geschäftsjahr mehr als 1,25 Millionen Euro betragen hat).

Online-Händler sollten daher unbedingt darauf achten, die Informationen im Online-Shop und auf den verwendeten Online-Marktplätzen an die neuen Vorgaben anzupassen.

Sie möchten rechtlich abgesichert sein? Wenn Sie stets die aktuellsten Rechtstexte mit anwaltlicher Haftung im Einsatz haben möchten, sind unsere [Schutzpakete](#) genau das Richtige für Sie!

IV. Der E-Commerce im steten Wandel - mit unseren Rechtstexten kein Problem!

Das Gesetz zur Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie sieht eine Vielzahl an Änderungen vor. Vor allem die Widerrufsbelehrung und die allgemeinen Informationspflichten gilt es für die bevorstehenden Änderungen fit zu machen.

Das deutsche Umsetzungsgesetz zur Modernisierungsrichtlinie sieht keine Übergangsfrist vor. Das bedeutet für Online-Händler: alle Änderungen, die das Gesetz mit sich bringt, gelten ab dem Tag des Inkrafttretens (= 28.05.2022).

Für Online-Händler bedeutet dies, dass die Änderungen rechtzeitig in den eigenen Rechtstexten vorbereitet werden müssen, um diese sodann pünktlich zum Stichtag online stellen zu können.

Wir werden unseren Mandanten rechtzeitig die aktualisierten Rechtstexte über das Mandantenportal zur Verfügung stellen, damit unsere Mandanten immer auf der rechtlich sicheren Seite sind!

Sie möchten ebenfalls sichere Rechtstexte für Ihre Online-Business verwenden?

Sie sind noch kein Mandant der IT-Recht Kanzlei und möchten künftig auch vom Update-Service profitieren, um in Sachen Rechtstexte und rechtlicher Neuerungen immer auf dem Laufenden zu bleiben? Unsere [Schutzpakete](#) bieten Ihnen eine dauerhafte Rechtssicherheit!

Autor:

RA Jan Lennart Müller
Rechtsanwalt