von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Eine Neuerung, die alle Händler betrifft: Der Widerrufsbutton soll kommen!

Die Europäische Union plant die Einführung eines Widerrufsbuttons für alle Fernabsatzverträge. Dabei soll der Händler dem Verbraucher künftig eine neue Schaltfläche online bereitstellen, mittels derer dieser den geschlossenen Vertrag „per Knopfdruck“ widerrufen kann. Worum es im Detail geht und warum diese neue Funktion, die dann jeden Online-Händler betreffen dürfte, in der Praxis erhebliche Probleme bereiten wird, erläutern wir im Folgenden.

A. Schon wieder was Neues?

Online-Händler sind bereits gewohnt, dass für sie regelmäßig erheblicher Aufwand durch gesetzgeberische Aktivitäten anfällt. Die rechtlichen Rahmenbedingungen des Online-Handels sind seit Jahren sehr dynamisch und auch für die Zukunft ist nicht abzusehen, dass hier Ruhe einkehren wird.

Bereits seit dem 01.07.2022 müssen etwa Unternehmer, die entgeltliche Dauerschuldverhältnisse mit Verbrauchern eingehen (z.B. Anbieten eines kostenpflichtigen Email-Services durch einen Mailprovider, der monatlich abgerechnet wird) einen sogenannten Kündigungsbutton zur Verfügung stellen. Damit soll dem Verbraucher eine einfache Möglichkeit an die Hand gegeben werden, einen ebenfalls online geschlossenen Vertrag direkt online rechtssicher wieder beenden zu können.

Das Gute an daran: Der Kündigungsbutton tangiert den „normalen“ Online-Händler so gut wie nicht, da Online-Händler nur in seltenen Fällen überhaupt Dauerschuldverhältnisse abschließen (etwa bei Warenabonnements).

Geht es nach der Europäischen Union, wird jedoch bald jeder Online-Händler mit einer ganz ähnlichen Thematik „beglückt“ werden: Der Widerrufsbutton soll kommen. Dieser wird – da für nahezu jeden Fernabsatzvertrag im Bereich des Warenverkaufs auch ein Widerrufsrecht besteht – dann fast jeden Online-Händler beschäftigen.

Durch diesen angedachten Widerrufsbutton sollen Verbraucher künftig online geschlossene Verträge ganz einfach durch „Drücken“ des Buttons wirksam widerrufen können.

Ähnlich wie bei dem Kündigungsbutton wird auch beim Widerrufsbutton der Ansatz verfolgt, dass die Auflösung des Vertrags genau so leicht möglich sein soll wie dessen Abschluss.

B. Wie kommt es dazu?

Der ursprüngliche Ansatz der Europäischen Kommission ging dahin, den Widerrufsbutton nur für im Fernabsatz geschlossene Verträge über Finanzdienstleistungen einzuführen, da solche Verträge in aller Regel komplex ausgestaltet und dadurch vom Verbraucher schwer durschaubar seien und deren Auflösung durch Widerruf Verbraucher vor Probleme stellen könne.

Dieser Ansatz der Kommission aus dem Mai 2022 wurde nun erheblich ausgeweitet:

Der Ausschuss der Ständigen Vertreter hat in einem Kompromissvorschlag vom 24.02.2023 neben kleineren technischen Änderungen bezüglich der Gestaltung des Widerrufsbuttons eine Ausweitung der „Widerrufsbuttonpflicht“ hin auf alle Fernabsatzverträge vorgeschlagen.

Mit anderen Worten: Während nach dem Ansatz der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2022 dem normalen Online-Händler das Thema „Widerrufsbutton“ egal sein konnte (da nur für Finanzdienstleistungen relevant), ist nun durch die Intervention des Ausschusses der Ständigen Vertreter in 2023 plötzlich nahezu jeder Online-Händler von dem Thema betroffen.

Zur Begründung der Ausweitung wird angeführt:

> “
>
> Durch eine Schaltfläche für den Widerruf oder eine ähnliche Funktion werden die Verbraucher stärker für ihr Recht auf Widerruf und die Möglichkeiten des Rücktritts von einem Vertrag sensibilisiert. Bei Fernabsatzverträgen ist es generell wichtig, dass es nicht aufwändiger ist, von dem Vertrag zurückzutreten, als ihn zu schließen.
>
> Um denVerbraucherschutz weiter zu stärken, wird im Kompromisstext vorgeschlagen, die Anwendung der Schaltfläche für den Widerruf nicht nur auf Finanzdienstleistungen zu beschränken. Stattdessen sollen die einschlägigen Bestimmungen in dem allgemeinen Kapitel der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher aufgenommen und damit ein horizontaler Anwendungsbereich für im Fernabsatz geschlossene Verträge geschaffen werden.
>
> ”

Bereits am 02.03.2023 nahm der Rat der Europäischen Union den Kompromissvorschlag ohne Änderungen an .

Die Anpassungen sollen durch eine Änderungsrichtlinie zur Änderung der Verbraucherrechterichtlinie (VRRL) 2011/83/EU erfolgen.

Das Europäische Parlament dürfte sich noch Ende März mit dem Thema Widerrufsbutton befassen. Wird die Änderungsrichtlinie vom Parlament dann ohne Änderungen hin zu einer Beschränkung auf Verträge über Finanzdienstleistungen erlassen, müssen sich Online-Händler auf eine Umsetzung des Widerrufsbuttons im Rahmen ihrer Auftritte bis spätestens zweieinhalb Jahre später einstellen.

Durch eine verlängerte Umsetzungsfrist bestehen statt der üblicherweise 24 Monate hier 30 Monate Zeit

bis zur zwingenden Anwendung der angedachten Neuerungen in den Mitgliedsstaaten.

Eines lässt sich jetzt schon festhalten: Die verpflichtende Einführung des Widerrufsbuttons für alle Fernabsatzverträge wird mit einem erheblichen, technischen Umstellungsaufwand für nahezu jeden Händler und Anbieter von Shopsystemlösungen verbunden sein.

C. Was genau ist der Widerrufsbutton und wer ist davon betroffen?

Einfach gesprochen handelt es sich bei dem geplanten Button um eine Online-Schaltfläche, die dem Verbraucher während der laufenden Widerrufsfrist vom Händler bereitzustellen ist. Durch die Betätigung dieser z.B. mit der Beschriftung „Vertrag widerrufen“ zu versehenden Schaltfläche wird der Widerruf des geschlossenen Vertrags erklärt. Quasi auf Knopfdruck soll der Verbraucher sich vom online geschlossenen Vertrag wieder lösen können.

Der Widerrufsbutton kann als Spiegelbild zum Bestellbutton (meist mit „Zahlungspflicht bestellen“ oder „Kaufen“ bezeichnet) gesehen werden. Während mit dem Bestellbutton der Vertragsschluss von Seiten des Verbrauchers eingeleitet wird, soll er mit dem Widerrufsbutton wieder beseitigt werden können:

> “
>
> Bietet der Unternehmer neben den anderen vorhandenen Widerrufsmöglichkeiten (wie etwa das in Anhang 1 Teil B vorgesehene Formular) die Möglichkeit, Fernabsatzverträge über eine Online-Benutzeroberfläche (wie etwa eine Website oder eine Anwendung) zu schließen, so sollte er dafür Sorge tragen müssen, dass der Verbraucher diesen Vertrag über eine Schaltfläche oder eine ähnliche Funktion auf derselben Benutzeroberfläche widerrufen kann.
>
> Damit sollte sichergestellt werden, dass es für die Verbraucher genauso leicht ist, einen Vertrag zu widerrufen wie ihn abzuschließen. Dazu muss der Unternehmer auf der Online-Benutzeroberfläche, auf der der Vertrag geschlossen wird, eine Schaltfläche oder eine ähnliche Funktion bereitstellen, die auf die Möglichkeit zum Widerruf hinweist.
>
> ”

Wird der aktuelle Stand des Vorschlags zu EU-Recht, dann wird zweieinhalb Jahre später nahezu jeder deutsche Online-Händler mit der (technischen) Umsetzung des dann verpflichtenden Widerrufsbuttons konfrontiert werden.

Denn immer dann, wenn für den online geschlossenen Fernabsatzvertrag ein Widerrufsrecht besteht, muss auch der Widerrufsbutton implementiert und angezeigt werden.

Dazu soll die VRRL, die bereits zum 13.06.2014 das europäische Kauf- und Ecommerce-Recht auf den Kopf gestellt hat, geändert werden. Im neuen Artikel 11a ist dann detailliert geregelt, welche Funktionen und Informationen im Rahmen des neuen Widerrufsbuttons künftig vom Unternehmer vorzuhalten sein werden.

Denn nach dem am 02.03.2023 vom Rat der Europäischen Union angenommenen Kompromissvorschlag gilt künftig:

> *Bei Fernabsatzverträgen, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden, stellt der Unternehmer sicher, dass der Verbraucher den Vertrag über dieselbe Online-Benutzeroberfläche widerrufen kann, indem er eine Schaltfläche oder eine ähnliche Funktion nutzt. Die Schaltfläche oder ähnliche Funktion ist lesbar mit den Worten ‚Vertrag widerrufen' oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung gekennzeichnet. Die Schaltfläche für den Widerruf oder ähnliche Funktion wird auf der Online-Benutzeroberfläche hervorgehoben platziert und ist für den Verbraucher leicht zugänglich.*

Aus den Erwägungsgründen des Kompromissvorschlags geht hervor, dass der Widerrufsbutton während der gesamten (laufenden) Widerrufsfrist hervorgehoben platziert und für den Verbraucher leicht zugänglich verfügbar sein muss.

Aus Erwägungsgrund 25 ergibt sich, dass insbesondere solche Unternehmer von der neuen Pflicht erfasst werden, die Fernabsatzverträge über Webseiten oder Apps schließen.

Damit wird die angedachte Pflicht jeden Online-Händler, der (auch) mit Verbrauchern Fernabsatzverträge über einen eigenen Onlineshop schließt, treffen. Mit anderen Worten: Jeder „normale" Onlineshop wird – kommt der Widerrufsbutton wie geplant – massiven Umstellungsaufwand dahingehend haben.

Ausgenommen von der neuen Pflicht sind dagegen in jedem Fall reine B2B-Konstellationen, wie etwa B2B-Onlineshops, in denen Verbraucher gar nicht bestellen können.

Ferner dürften davon solche Vertragsgestaltungen ausgenommen sein, bei denen der Fernabsatzvertrag nicht über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen wird, also etwa bei einem Vertragsschluss im Wege individueller Kommunikation z.B. per Email, Kontaktformularnachricht oder per Telefon.

Neben eigenen Onlineshops dürften auch Vertragsschlüsse über Online-Verkaufsplattformen, wie etwa Amazon oder eBay künftig die Darstellung eines Widerrufsbuttons erfordern. Dies kann aber mangels technischer Möglichkeiten dann nicht der Händler selbst, sondern nur der jeweilige Plattformbetreiber technisch realisieren.

D. Welche Informationen sind dabei anzugeben bzw. abzufragen?

Damit der über den Widerrufsbutton erklärte Widerruf auch dem jeweils zu widerrufenden Vertragsverhältnis zugeordnet werden kann, müssen natürlich gewisse Identifizierungsmerkmale vom Verbraucher geliefert bzw. vom Händler abgefragt werden.

Zur Erleichterung kann auch eine Bestätigung bereits in einem Kundenkonto hinterlegter Daten (wo

Name und zu widerrufende Bestellung ja in aller Regel bereits gespeichert sind) angeboten werden (nach einem Login in das entsprechende Kundenkonto).

Allerdings dürfte es nicht zulässig sein, den künftigen Widerrufsbutton erst nach einem obligatorischen Login in ein bestehendes Kundenkonto anzuzeigen.

In Artikel 11a der angedachten Neufassung der VRRL heißt es dazu in dessen Absatz 2:

> Die Nutzung der Schaltfläche oder der ähnlichen Funktion ermöglicht es dem Verbraucher, eine Widerrufserklärung abzugeben, indem folgende Informationen bereitgestellt oder bestätigt werden:
>
> a) Name des Verbrauchers;
> b) Bezeichnung des Vertrags;
> c) Angaben zum elektronischen Kommunikationsmittel, mit dem die Bestätigung des Widerrufs dem Verbraucher übermittelt wird.

Nach Eingabe der vorgenannten Daten bzw. der Option der Bestätigung entsprechender, bereits vom Händler gespeicherter Daten soll dann die verbindliche Abgabe der Widerrufserklärung nach Absatz 3 des geplanten Art. 11a VRRL durch „Drücken" des Widerrufsbuttons erfolgen, der mit den Worten „Jetzt widerrufen" oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist:

> *Die Widerrufserklärung wird übermittelt, indem eine Schaltfläche für die Bestätigung oder eine ähnliche Funktion genutzt wird. Die Schaltfläche für die Bestätigung oder ähnliche Funktion ist lesbar mit den Worten ‚Jetzt widerrufen' oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung gekennzeichnet.*

Wird der Button vom Verbraucher betätigt, hat dieser alles aus seiner Sicht Erforderliche getan, um das ihm zustehende Widerrufsrecht auszuüben. Nun ist der Händler am Zug.

E. Was passiert nach „Drücken" des Widerrufsbuttons?

Sobald der Verbraucher seinen Widerruf via Button erklärt hat, ist der Händler gefragt.

Der geplante Art. 11a der VRRL sieht sowohl vor, dass die erfolgreiche Übermittlung der Widerrufserklärung nebst Datum und Uhrzeit zu bestätigen ist (Absatz 4), als auch, dass der Unternehmer den Inhalt der Widerrufserklärung nebst Datum und Uhrzeit deren Eingangs bei ihm auf einem dauerhaften Datenträger zu bestätigen hat (Absatz 5):

> (4) Sobald der Verbraucher die Schaltfläche für die Bestätigung oder ähnliche Funktion nutzt, erhält er automatisch eine Bestätigung für die Übermittlung der Widerrufserklärung, einschließlich des Datums und der Uhrzeit.
>
> (5) Der Unternehmer bestätigt dem Verbraucher unverzüglich den Inhalt der Widerrufserklärung, einschließlich des Datums und der Uhrzeit ihres Eingangs, auf einem dauerhaften Datenträger.

Während die erste Pflicht wohl durch eine entsprechende Meldung bzw. Bestätigungsseite direkt online erfüllt werden kann, bedingt die zweite Pflicht zumindest die Übersendung einer entsprechenden Bestätigungsemail.

F. Welche Probleme werden in der Praxis bestehen?

Leider lauern nach Auffassung der IT-Recht Kanzlei gleich eine ganze Menge an Praxisproblemen, welche die korrekte Implementierung des Widerrufsbuttons durch den Händler erheblich erschweren dürften.

I. Wertung Widerrufsrecht Ja/Nein muss getroffen werden

So wird der Händler künftig eine rechtliche Wertung treffen müssen, ob dem Käufer in Bezug auf die getätigte Bestellung überhaupt ein Widerrufsrecht zusteht.

Dies kann etwa dann nicht der Fall sein, wenn der Käufer gar nicht in Verbrauchereigenschaft bestellt. Bei einem B2B-Geschäft besteht kein gesetzliches Widerrufsrecht.

Zum anderen ist ein Widerrufsrecht auch dann ausgeschlossen, wenn ein gesetzlicher Ausnahmetatbestand gegeben ist. So ist das gesetzliche Widerrufsrecht etwa ausgeschlossen bei Verträgen zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind oder zur Lieferung von Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde.

Sowohl bei der Einordnung, ob dem Kunden „persönlich“, als auch „sachlich“ ein Widerrufsrecht zusteht, bestehen durch zahlreiche Grenzfälle in der Praxis häufig Unsicherheiten.

Künftig wird der Unternehmer hier aber frühzeitig Farbe bekennen müssen. Stuft er einen privaten Vielfachbesteller etwa (fälschlich) als Unternehmer ein und zeigt diesem keinen Widerrufsbutton an, könnte dies abmahnbar sein. Stellt er einem (auf den ersten Blick nicht als solchen erkennbaren) Unternehmer den Widerrufsbutton zur Verfügung, könnte dieser möglicherweise darin die Einräumung eines vertraglichen Widerrufsrechts sehen.

Gleiches Spiel bei den gesetzlichen Ausnahmen vom Widerrufsrecht; hier kann sich der Händler ebenso leicht in die Nesseln setzen.

II. Anzeige während des Laufs der Widerrufsfrist

Ferner ergibt sich aus dem Entwurf, dass der Widerrufsbutton während der Widerrufsfrist anzuzeigen ist. Daraus lässt sich nicht eindeutig entnehmen, ob es unzulässig sein soll, den Button auch noch bei bereits abgelaufener Widerrufsfrist anzuzeigen.

Es ist aber davon auszugehen, dass in einem solchen Fall dann eine Irreführung vorliegt, wird dem Verbraucher so eine an sich gar nicht mehr bestehende Widerrufsmöglichkeit suggeriert.

Das Problem besteht beim Online-Handel darin, dass die Widerrufsfrist „dynamisch" zu bestimmen ist. So ist der Fristbeginn an den Erhalt der (letzten) Ware durch den Verbraucher gekoppelt.

Versteht man die Anforderungen so, dass der Widerrufsbutton nur bis zum Ablauf der Widerrufsfrist anzuzeigen ist und danach „verschwinden" muss, wird dies zu einem immensen Praxisproblem führen:

Der jeweilige Händler müsste wissen, wann die Lieferung den Verbraucher erreicht hat. Andernfalls kann er die Widerrufsfrist nicht korrekt berechnen und zeigt den Button möglicherweise noch an, obwohl das Widerrufsrecht des Verbrauchers bereits verfristet ist.

Mag es bei trackbaren Sendungen wie Paketen noch (mit viel Aufwand) technisch darstellbar sein, aus den Trackingdaten den Fristbeginn zu ermitteln und das Fristende und damit die Anzeigedauer des Button automatisiert zu errechnen, wird dies bei Warensendungen oder gar Briefsendungen unmöglich.

Ferner müsste das System natürlich Wochenenden ebenso wie (lokale) Feiertage kennen und abbilden können, um das Fristende zutreffend zu bestimmen.

Auch bei der zeitlich auseinanderfallenden Lieferung mehrerer, in einer Bestellung zusammen bestellter Waren muss das System schon recht schlau sein, um die Widerrufsfrist korrekt zu bestimmen.

Die Zuordnung des Lieferdatums für eine Darstellung des Widerrufbuttons ausschließlich während laufender Widerrufsfrist dürfte jedoch technisch nur dann möglich sein, wenn ein Kundenkonto angelegt wurde. Bei Gastbestellungen fehlt es wohl an der entsprechenden Zuordenbarkeit.

Hier zeigt sich, dass die Anforderungen, will man diese so wie hier auslegen, vollkommen praxisfremd sind und nur von jemandem aufgestellt werden können, der sich nie mit der Praxis näher beschäftigt hat.

Vorsicht: Viele Händler sind nach wie vor der Meinung, die Widerrufsmöglichkeit würde erst mit Erhalt der Ware beginnen. Dem ist nicht so. Der Verbraucher kann bereits wirksam vor Erhalt der Ware widerrufen, etwa also noch vor deren Versand, z.B. einige Minuten nach seiner Bestellung.

Will man die gewünschte Darstellung des Widerrufsbuttons effektiv auslegen, dann müsste dieser nach hiesiger Auffassung bereits ab Beginn der Widerrufsmöglichkeit (also sofort nach Tätigen der Bestellung) angezeigt werden, und nicht erst ab Beginn der eigentlichen Widerrufsfrist.

III. Missbrauchspotential

Während die Darstellung des Widerrufsbuttons nach dem Login in ein bestehendes Kundenkonto unter Bestätigung bereits gespeicherter Daten eine ausreichende Identifizierung des Erklärenden sicherstellen dürfte, sieht dies bei der reinen Bereitstellung der notwendigen Daten durch den Verbraucher anders aus.

Hier sind Name des Verbrauchers und Bezeichnung des Vertrags grundsätzlich ausreichende Informationen, die zur wirksamen Ausübung des Widerrufsrechts durch Betätigen des Buttons genügen sollen.

Alleine anhand der Angabe dieser Daten dürfte in der Praxis jedoch nicht nachvollziehbar sein, ob es sich bei dem Button-Betätigenden tatsächlich um den Kunden handelt.

Immerhin wird durch das Betätigen des Buttons ein bestehender Vertrag zu Fall gebracht, so dass die Bereitstellung lediglich von Daten in Form des Namens des Bestellers und der Bezeichnung des Vertrags (hier sollte „Kaufvertrag“ reichen) eine Missbrauchsgefahr schaffen.

Jeder, der den Namen des Bestellers kennt könnte so in dessen Namen den Vertrag via Button widerrufen.

IV. Teilwiderrufe können wohl nicht sauber abgebildet werden

In der Praxis kommt es häufig vor, dass der Kunde nicht die gesamte Bestellung widerrufen möchte, sondern nur einen Teil. Dies ist auch im Sinne des Händlers, da wirtschaftlich vorteilhafter als ein vollständiger Widerruf (ggf. sogar mit anschließender Neubestellung).

Hier stellt sich die Frage, wie der stark formalisierte Widerrufsbutton diesem Umstand gerecht werden soll. So müsste die Bezeichnung des Buttons dann angepasst werden in „Vertrag teilweise widerrufen“ und die Darstellung so gestaltet werden, dass der Verbraucher die zu widerrufenden Bestandteile der Bestellung selektieren kann.

Die angedachte „starre“ Gestaltung des Widerrufsbuttons dürfte dem häufigen Bedürfnis an einem Teilwiderruf nicht gerecht werden.

V. Darstellung auf Verkaufsplattformen

Ein großes Fragezeichen wirft die Thematik auf, wenn es um Verkäufe über Plattformen wie Amazon, eBay, etsy usw. geht.

Dort haben die Händler generell keinerlei „Mitspracherecht“, was die technische Gestaltung der Abläufe angeht, da fix vom Plattformbetreiber vorgegeben.

Nach hiesiger Auffassung ist der Entwurf aber so zu verstehen, dass der neue Widerrufsbutton auch im Rahmen solcher Fernabsatzverträge, die über Verkaufsplattformen geschlossen werden, dargestellt werden muss.

Hier werden dann die jeweiligen Plattformbetreiber gefordert sein, rechtzeitig rechtskonforme, technische Lösungen einzubauen, die von den Händlern dann genutzt werden können, damit diese ihren Verpflichtungen nachkommen können.

Fraglich bleibt aber erst Recht bei der Darstellung des Widerrufsbuttons auf Verkaufsplattformen, ob dann Anforderungen wie die fristgebundene Anzeige des Buttons realisiert werden können.

G. Was bleibt zu hoffen?

Den Online-Händlern ist zu wünschen, dass im Europäischen Parlament die Vernunft siegt und der Kompromissvorschlag so abgeändert wird, dass der Widerrufsbutton - wie von Anfang an vorgesehen - ausschließlich für Verträge über Finanzdienstleistungen eingeführt wird.

Es besteht im Bereich fernabsatzrechtlicher Kaufverträge schlicht kein Bedarf für einen weiteren Kanal der Loslösung vom Vertrag im Widerrufsfall.

Dem Verbraucher steht dort bereits seit 2014 offen, ob er

- telefonisch,
- per Email,
- postalisch oder
- ggf. per Fax

seinen Widerruf erklären möchte. Hier sollte für jeden ein Weg dabei sein.

Zudem bekommt er seitdem auch ein Muster-Widerrufs-Formular an die Hand, mittels dessen der den Widerruf nach dem Ausfüllen erklären kann. Die Praxis zeigt, dass selbst dieses stupide Formular vom Verbraucher gar nicht benötigt wird.

Jeder Händler wird bestätigen können, dass auch nach derzeitiger Lage Widerrufe nicht an den zur Verfügung stehenden Kanälen scheitern und es wohl kaum Verbraucher geben dürfte, die nicht im Stande sind, den Widerruf zu erklären und deswegen beim Händler anfragen.

Der Widerrufsbutton für Kaufverträge im Fernabsatz ist damit ein vollkommen unnötiger Ballast für den Ecommerce. Kein Verbraucher benötigt diesen – weiteren – Button. Es gibt keine Anhaltspunkte dafür, dass Verbraucher aktuell mit der Ausübung des Widerrufsrechts überfordert wären.

Schließlich sind die Anforderungen an die Darstellung des Widerrufsbuttons praxisfern und verursachen erheblichen technischen Umstellungsaufwand.

H. Welche Folgewirkungen drohen, wenn der Widerrufsbutton kommt?

Wie bereits dargestellt, schafft bereits die eigentliche Implementierung des (an sich überflüssigen) Widerrufbuttons erheblichen, technischen Aufwand.

Damit nicht genug, werden mit Einführung des Widerrufsbuttons auch wichtige Änderungen bei den Informationspflichten der Händler gegenüber Verbrauchern einhergehen. So wird kein Händler umhinkommen, dann seine Rechtstexte entsprechend anzupassen.

Denn auch die Informationspflichten der Händler werden sich mit Einführung des Widerrufsbuttons ändern. Der Verbraucher muss dann vom Händler künftig vorvertraglich (auch) über das Bestehen und die Platzierung des Widerrufbuttons informiert werden.

Im Kompromissvorschlag heißt es hierzu, dass Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h der zu ändern geplanten VRRL folgende Fassung erhalten soll:

> *h) im Falle des Bestehens eines Widerrufsrechts die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts gemäß Artikel 11 Absatz 1 sowie das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B und gegebenenfalls Informationen über das Bestehen und die Platzierung der Schaltfläche für den Widerruf oder eine ähnliche Funktion nach Artikel 11a;“*

In der Praxis wird dies dazu führen, dass Widerrufsbelehrung und ggf. AGB eines jeden Online-Händlers an die neue „Buttonlösung“ anzupassen sind. Künftig wird dabei dann neben den bisherigen Widerrufsmöglichkeiten auch auf den Widerruf „via Button“ hinzuweisen sein und – so liest sich der Entwurf – darüber zu informieren sein, wo der Button für den Verbraucher zu erreichen ist (am einfachsten durch eine Verlinkung auf die entsprechende „Buttonseite“.

Wer – ist es dann soweit – seine Rechtstexte nicht an den aktuellen Stand anpasst, dürfte eine falsche, da veraltete Widerrufsbelehrung vorhalten.

Dies führt nicht nur zu Abmahnungen, sondern kann auch zu einem verlängerten Widerrufsfrist von ganzen 12 Monaten und 14 Tagen führen (was sehr ungünstig für den Händler ist).

Sie wünschen sich stets aktuelle Rechtstexte, um Abmahnrisiken zu minimieren und professionell nach außen aufzutreten, insbesondere um Nachteile bei Verträgen mit Verbrauchern durch unwirksame bzw. veraltete Regelungen zu vermeiden?

Die IT-Recht Kanzlei stellt Ihnen gerne stets aktuelle Rechtstexte im Rahmen ihrer Schutzpakete zur Verfügung. Durch den Update-Service bleiben Sie immer auf dem aktuellen rechtlichen Stand.

I. Fazit

Der neue Widerrufsbutton – eine Funktion, die niemand braucht.

Die nicht enden wollende Überregulierung im Bereich des Verbraucherrechts ist an sich schon kritikwürdig. Wenn eine überflüssige Funktion dann noch mit derart praxisfremden Anforderungen wie hier einhergeht, kann man aber nur noch den Kopf schütteln.

Derzeit ist nicht ansatzweise ersichtlich, dass Verbraucher in irgendeiner Form Probleme mit der Ausübung des Widerrufsrechts haben. Das mit dem Widerrufsbutton zu lösende Problem besteht gar nicht.

Die angedachten Formalia führen zudem dazu, dass Händler bzw. Anbieter von Shopsystemen und Verkaufsplattformen massiven technischen Aufwand betreiben werden müssen, um diese wie angedacht abbilden zu können.

Im Bereich von Onlineshops dürfte die angedachte Funktionsweise des Widerrufsbuttons nur dann realisierbar sein, wenn ein Kundenkonto eröffnet worden ist. Ein Zwang zum Kundenkonto ist aber in Bezug auf die Vorgaben der DSGVO problematisch, so dass Shopbetreiber auch Gastbestellungen ermöglicht werden müssen. Ferner dürfte eine Erreichbarkeit des Widerrufsbuttons erst nach Einloggen in ein Kundenkonto nicht im Sinne des Erfinders sein, da – hat der Verbraucher etwa sein Passwort vergessen – ihm der Widerruf wiederum „erschwert“ würde, trotz neuen Buttons.

Es bleibt zu hoffen, dass die anfänglich angedachte Beschränkung auf Verträge über Finanzdienstleistungsverträge im weiteren Gesetzgebungsverfahren wieder aufgegriffen wird.

Wir halten Sie selbstverständlich auf dem Laufenden, was die weitere Entwicklung zum Thema Widerrufsbutton betrifft.

Natürlich werden wir unsere Update-Service-Mandanten zudem rechtzeitig vor Inkrafttreten der geplanten Änderung informieren und mit angepassten, rechtssicheren Rechtstexten versorgen.

Autor:
RA Nicolai Amereller
Rechtsanwalt