

## Neues Verbraucherrecht 2014 – Änderungen bei Widerrufsrecht & Co.

- Überblick zu Gesetzesänderungen -

Zum 13. Juni 2014 ändert sich durch die Umsetzung der Verbraucherrichtlinie in deutsches Recht das E-Commerce-Recht.

Dieses Whitepaper nennt

- [rechtliche Grundlagen](#)
- [mögliche Fehler](#)
- [Praxishinweise](#)

Aufgrund einer europäischen Richtlinie (der so genannten Verbraucherrichtlinie) werden sich in naher Zukunft wesentliche Änderungen im Bereich des Widerrufsrecht und der Widerrufsbelehrung ergeben.

Am 14. Juni 2013 hat der Bundestag die gesetzlichen Neuregelungen beschlossen.

**Das Gesetz tritt zwar erst am 13. Juni 2014 in Kraft.**

**In diesem Whitepaper geben wir einen Überblick über die wesentlichen gesetzlichen Änderungen. Dieses Whitepaper ersetzt jedoch keine Beratung im Einzelfall.**

### Teil 1: Neue Informationspflichten für E-Commerce-Anbieter

Der Gesetzgeber sieht vor, dass neue Informationspflichten für E-Commerce-Anbieter geschaffen werden. Grundsätzlich sieht der Gesetzgeber vor, dass zukünftig im Bereich des Fernabsatzrechtes wichtige Informationspflichten durch den Anbieter gegenüber dem Kunden und damit Verbrauchern zu erfüllen sind.

Dies sind im Einzelnen folgende:

1. die **wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen** in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren und Dienstleistungen angemessenen Umfang,
2. seine **Identität**, beispielsweise seinen Handelsnamen sowie die **Anschrift** des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, und gegebenenfalls seine **Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse** sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt,
3. zusätzlich zu den Angaben gemäß Nummer 2 die **Geschäftsanschrift des Unternehmers** und gegebenenfalls die **Anschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt**, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann, falls diese von der Anschrift unter Nummer 2 abweicht,
4. den **Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen** einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in den Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle **zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten** und alle sonstigen Kosten, oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzliche Kosten anfallen können,
5. im Falle eines **unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags den Gesamtpreis**; dieser umfasst die pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten und wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden ebenfalls die monatlichen Gesamtkosten; wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben,
6. die **Kosten für den Einsatz der für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationstechnik**, sofern dem Verbraucher Kosten berechnet werden, die über die Kosten für die bloße Nutzung der Fernkommunikationstechnik hinausgehen,

7. die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem sich der Unternehmer verpflichtet, die Waren zu liefern oder die Dienstleistung zu erbringen, und gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden,
8. das Bestehen eines gesetzlichen **Mängelhaftungsrechts für die Waren**,
9. gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von **Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien**,
10. gegebenenfalls bestehende **einschlägige Verhaltenskodizes** gemäß Artikel 2 Buchstabe f der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22) und wie Exemplare davon erhalten werden können,
11. gegebenenfalls die **Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung** unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
12. gegebenenfalls die **Mindestdauer der Verpflichtungen**, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,
13. gegebenenfalls die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die **Stellung einer Kaution oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten** verlangen kann, sowie deren Bedingungen,
14. gegebenenfalls die **Funktionsweise digitaler Inhalte**, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,
15. gegebenenfalls, soweit wesentlich, die **Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard und Software**, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein dürfte, und
16. gegebenenfalls die **Möglichkeit des Zugangs zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren**, dem der Unternehmer unterworfen ist, und die Voraussetzungen für diesen Zugang.

Nachfolgend werden wir auf einige der vorgenannten Regelungen genauer eingehen:

#### **A. Information zu „Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts für die Waren“**

Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Kunden frühzeitig darüber informieren, dass Gewährleistungsrechte für die angebotenen Waren bestehen

und wie lange die Frist zur Geltendmachung solcher Ansprüche ist. Ein Hinweis darauf, dass gesetzliche Gewährleistungsrechte bestehen, sollte klar und deutlich formuliert sein und möglichst einfach gehalten werden.

Neben der Möglichkeit, im Rahmen der Informationspflichten (Kundeninformationen) auf die gesetzlichen Gewährleistungsrechte hinzuweisen, besteht für den Onlinehändler weiterhin die Möglichkeit, im Rahmen der einzelnen Produktdarstellungen den Hinweis aufzunehmen.

#### **B. Information zu Liefertermin**

Wichtig ist auch die gesetzliche Neuregelung des Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB.

Der Onlinehändler ist zukünftig verpflichtet, einen Termin zwingend zu nennen, bis zu dem er die jeweils bestellte Ware des Verbrauchers liefern muss oder aber die versprochene Dienstleistung erbringen muss.

Hintergrund ist, dass der jeweilige Kunde des Onlinehändlers, der Verbraucher ist, erfahren soll, wann die Ware bei ihm eintrifft, bzw. die Dienstleistung erbracht wird.

Zwingend ist dabei nicht die Angabe eines konkreten Datums, sondern wie bisher die Angabe der Lieferzeitraumes.

Der Beginn der Lieferfrist darf dabei nach dem Willen des Gesetzgebers nicht von einem Ereignis abhängig gemacht werden auf das nur der Unternehmer in seinem Machtbereich Einfluss hat.

Dies kann zum Beispiel die rechtliche erforderliche Erklärung der Annahme des Angebotes des Kunden hinsichtlich einer Warenbestellung oder einer Inanspruchnahme einer Dienstleistung sein.

Diese erfolgt in der Regel mit der automatisierten Bestellbestätigung oder mit einer gesonderten E-Mail.

Die entsprechende Einflussmöglichkeit des Onlinehändlers, diese Annahmeerklärung in Form der Bestätigung zu schicken, kann keinen Einfluss auf die entsprechende Lieferzeit haben.

### **C. Information über Lieferbedingungen**

Ebenso ist erforderlich, dass über die so genannten Liefer- und Leistungsbedingungen informiert wird. Diese gesetzliche Verpflichtung ergibt sich aus Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB.

Es müssen also Informationen dahingehend erfolgen, welches Unternehmen mit dem Transport von Waren beauftragt ist, und welche verschiedenen Versandarten ggf. durch den Kunden ausgewählt und durch das Transportunternehmen erbracht werden.

### **D. Information über das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien**

Diese gesetzliche Verpflichtung ergibt sich aus Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 9 EGBGB.

Hier gibt es eine wesentliche Änderung für den Onlinehandel, der zwingend beachtet werden muss.

Bisher ist es insbesondere hinsichtlich der Werbung mit Garantie in dem Angebot von Waren und Dienstleistungen unter der zusätzlichen Darstellung auch einer durch den Onlinehändler eingeräumten eigenen Garantie und auch einer Herstellergarantie möglich, differenziert zwischen

Darstellungen im Onlineshop und auf anderen Verkaufsplattformen (zum Beispiel eBay) zu werben.

Für die Werbung mit Garantien im Onlineshop hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass neben der reinen plakativen Bewerbung (zum Beispiel 3 Jahre Garantie) nicht auf die Garantiebedingungen hingewiesen werden muss.

Hier reicht es nach der Rechtsprechung aus, diese Garantiebedingungen ggf. erst nach Vertragsabschluss durch gesonderte per E-Mail oder sonstige Art und Weise übermittelten Dokumente hinzuweisen, oder aber Garantieerklärungen auch der Warensendung beizulegen.

Dies ändert sich zum 13. Juni 2014.

Es wird dann zu einem Gleichklang zwischen Onlineshops und sonstigen Verkaufsplattformen kommen.

Onlinehändler müssen, wenn und soweit Sie eine eigene Garantie oder eine Herstellergarantie einräumen, auch im Rahmen des Onlineshops die Garantiebedingungen klar und deutlich für den Verbraucher erkennbar darstellen.

Wenn und soweit Sie mit einer Herstellergarantie werben wollen, so stellen Sie die Garantiebedingungen in dem entsprechenden Angebot unmittelbar selbst dar.

Die Möglichkeit der Verlinkung auf die entsprechenden Garantiebedingungen ist auch möglich, soweit der Link klar und deutlich gekennzeichnet ist und dauerhaft gewährleistet ist, dass sich hinter dem Link auf die Internetseite des Herstellers auch tatsächlich immer die Garantiebedingungen konkret für das beworbene Produkt befinden.

Im Onlineshop selbst sind die Garantiebedingungen für den Verbraucher wie folgt auszustatten.

- Frist zur Geltendmachung der Garantie
- Adressat möglicher Garantieansprüche
- Form der Geltendmachung der Garantie
- Mögliche Bedingungen der Garantie (Nachweise, Belege, Ausschlussgründe für den Garantiefall)

#### **E. Angabe einer Telefonnummer als Kontaktaufnahmemöglichkeit**

Ebenfalls zu beachten ist, dass zukünftig für den Onlinehändler die Angabe einer Telefonnummer Pflichtvoraussetzung ist. Diese gesetzliche Verpflichtung ergibt sich aus Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB.

Die Aufnahme der Telefonnummer sollte zweckmäßigerweise im Impressum erfolgen.

Daneben sollte um für den Verbraucher die erforderliche Transparenz walten zu lassen, ggf. überlegt werden, einen gesonderten Button im Rahmen der Onlineshop-Darstellung zu wählen, in dem die Telefonnummer klar und deutlich dargestellt ist.

Ebenfalls sollten entsprechende eingeschränkte Erreichbarkeiten klar und deutlich dargestellt werden.

Erfolgt keine Einschränkung, so kann ggf. der Verbraucher davon ausgehen, 24 Stunden am Tag und 7 Tage die Woche dort Supportmitarbeiter des Onlinehändlers zu erreichen.

#### **F. Weiteres**

Im Übrigen sieht der Gesetzgeber vor, dass der Unternehmer und somit der Anbieter,

der im Fernabsatz tätig ist, die Beweislast für die Erfüllung der vorgenannten Informationspflichten trägt.

Hinsichtlich der Informationen zum Widerrufsrecht ist grundsätzlich vom Gesetzgeber gewünscht, dass über das Bestehen des Widerrufsrechts informiert wird.

Besteht ein solches Recht nicht, oder erlischt es vorzeitig, ist ebenfalls umfangreich und klar darüber zu informieren.

Sämtliche Informationen muss der Unternehmer dabei vor Abgabe der Vertragserklärung in klarerer und verständlicher Weise zur Verfügung stellen.

Dies bedeutet, dass die Vorgaben zum einen im Rahmen der Shopdarstellung umgesetzt werden müssen und zum anderen auch die Rechtstexte unter Umständen angepasst werden müssen.

Ferner setzt der Gesetzgeber voraus, dass neben der Darstellung im Onlineshop auch diese Informationen sämtlichst dem Verbraucher in Form eines „dauerhaften Datenträgers“ zur Verfügung gestellt wird und diesem übermittelt werden muss.

Unter dem dauerhaften Datenträger ist auch eine E-Mail zu verstehen.

#### **Praxistipp:**

Sämtliche Informationen sollten somit spätestens mit der Bestellbestätigungs-E-Mail oder aber mit der Bestätigung des Vertragsschlusses und der entsprechenden E-Mail dem Kunden per E-Mail übermittelt werden.

Hier bietet sich an, die sämtlichen Informationspflichten als Kombination zusammen mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu übermitteln und damit ein entsprechendes Dokument vorzuhalten.

## Teil 2: Alles Neu beim Widerrufsrecht

Auch im Bereich des Widerrufsrechts gibt es umfassende Neuerungen.

Eine weitere wesentliche Änderung ist, dass es zukünftig europaweit ein **14-tägiges Widerrufsrecht** geben wird.

In Deutschland gibt es daher keine Änderungen.

Für E-Commerce-Anbieter, die in andere Staaten der EU liefern, wird es zukünftig Vereinfachungen durch eine einheitliche Frist geben.

### **A. Kunde kann zukünftig nicht mehr durch Rücksendung der Waren Widerruf erklären**

Jedoch wird die Ausübung des Widerrufsrechts einer Änderung unterworfen.

Zukünftig wird der Widerruf nur noch dann möglich sein, wenn dieses ausdrücklich gegenüber dem Unternehmer, also Ihnen als Onlineshopbetreiber, erklärt wird.

Die bisherige Möglichkeit nach deutschem Recht, auch durch Rücksendung der Waren das Widerrufsrecht auszuüben, fällt zukünftig ersatzlos weg.

### **B. Rückgaberecht entfällt**

Zugleich wird auch das Rückgaberecht, das bisher in Deutschland noch möglich ist, ersatzlos gestrichen.

#### **Praxistipp:**

E-Commerce-Anbieter, die aktuell das Rückgaberecht anbieten, müssen ab In-Kraft-treten der gesetzlichen Neuregelungen auf das Widerrufsrecht umstellen.

### **C. Neu: Formular für Ausübung des Widerrufsrechts muss zwingend angeboten werden**

Für die Erklärung des Widerrufs gegenüber dem E-Commerce-Anbieter stellt der Gesetzgeber ein Formular zur Verfügung, das der Verbraucher verwenden kann, jedoch nicht muss.

Im Gegenzug wird jedoch der E-Commerce-Anbieter dazu verpflichtet, ein entsprechendes Formular zur Verfügung zu stellen.

Dieses Formular sieht aktuell in Form des Musters wie folgt aus (**Achtung: Nachfolgendes Musters kann ohne Prüfung nicht zwingend verwendet werden**):

<p>Muster-Widerrufsformular (Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.) An Mustermann GmbH, Musterstraße 1, 22334 Bad Musterberg Fax: 0815/0815815 E-Mail: <a href="mailto:muster@muster-mustermann.com">muster@muster-mustermann.com</a> Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*)/ die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*) Bestellt am (*)/erhalten am (*)</p> <p>_____ Name des/der Verbraucher(s)</p> <p>_____ Anschrift des/der Verbraucher(s)</p> <p>_____ Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)</p> <p>_____ Datum</p> <p>(*) Unzutreffendes bitte streichen</p>
--

Neben der Möglichkeit, dieses Formular per E-Mail, Telefax oder per Post an den E-Commerce-Anbieter zurück zuschicken, kann dieser jedoch auch dem Kunden die Möglichkeit eröffnen, über ein Formular, das über das entsprechende E-Commerce-Angebot zur Verfügung gestellt werden muss, den Widerruf auszuüben.

Zwingend ist jedoch für den E-Commerce-Anbieter, dass dieser den Zugang der Widerrufserklärung durch den Kunden auf einen „dauerhaften Datenträger“ bestätigen muss.

Als dauerhafter Datenträger wird dabei durch den Gesetzgeber ausdrücklich die Möglichkeit eingeräumt, dass dies eine E-Mail sein kann. Dies dürfte auch die zweckmäßigste Möglichkeit sein, mit entsprechenden Widerrufserklärungen umzugehen. Daneben bleibt selbstverständlich auch die Möglichkeit, den Zugang des Widerrufs per Post zu bestätigen.

#### **Praxistipp:**

Schaffen Sie in Ihrem E-Commerce-Angebot die Möglichkeit, dass der Kunde das Formular zum Widerruf ausfüllen kann und bestätigen Sie den Eingang nach Absendung per E-Mail. Aber Vorsicht: Im Streitfall sollten Sie den Eingang des Widerrufs nachweisen können. Daher muss dies archiviert werden.

#### **D. Neu: Widerrufsbelehrung ändert sich**

Aufgrund der Neuregelung des Beginns der Widerrufsfrist wird es auch eine Widerrufsbelehrung geben.

Für E-Commerce-Anbieter ist dies keine neue Entwicklung, da in den letzten Jahren einige Male eine Änderung vorgenommen wurde.

Hier ist das größte Potential für wettbewerbsrechtliche Abmahnung vorhanden, wenn am 13. Juni 2014 noch eine Widerrufsbelehrung verwendet wird, die nicht dem aktuellen Gesetzesstand entspricht. Die Gerichte sehen in solchen falschen

Widerrufsbelehrungen in vielen Fällen zwingende Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht.

Der Beginn der **Widerrufsfrist** wird zukünftig neu nach § 356 Abs.3 BGB wie folgt geregelt:

“Die Widerrufsfrist beginnt

1. bei einem Kaufvertrag oder einem sonstigen auf den entgeltlichen Erwerb einer Ware gerichteten Vertrag,
  - a) bei dem der Verbraucher mehrere Waren im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat, die getrennt geliefert werden, wenn der Verbraucher oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die letzte Ware erhalten hat,
  - b) bei dem die Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken geliefert wird, wenn der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück erhalten hat,
  - c) der auf die regelmäßige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum gerichtet ist, wenn der Verbraucher oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die erste Ware erhalten hat,
  - d) der nicht unter Buchstaben a bis c fällt, sobald der Verbraucher oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht Frachtführer ist, die Waren erhalten hat [...]“

Jedoch beginnt die Widerrufsfrist gemäß der geplanten gesetzlichen Regelungen nicht vor dem Zeitpunkt, bevor der E-Commerce-Anbieter seine Informationspflichten zum Widerrufsrecht gegenüber dem Kunden erfüllt hat.

Wie Sie den vorgenannten Gestaltungshinweisen aus der Gesetzesbegründung entnehmen können, wird zukünftig es unter Umständen je nach Waren und Lieferangebot zu differenzierten Betrachtungen kommen müssen.

Der Gesetzgeber sieht vor, dass der Fristbeginn für das Widerrufsrecht und dessen Ausübungsmöglichkeiten auf die konkrete Bestellsituation im Onlineshop Bezug nimmt.



Es gibt daher folgende Alternativen:

- **Kunde bestellt eine Ware oder mehrere Waren werden in einer Bestellung geliefert**

Beginn der Lieferungsfrist ist in dem Zeitpunkt, in dem der Kunde die Ware in Besitz genommen hat.

- **Eine Bestellung von mehreren Waren und getrennte Lieferung**

In diesem Fall sieht der Gesetzgeber vor, dass die Widerrufsfrist durch die Inbesitznahme der zuletzt gelieferten Ware beginnt.

- **Bestellung einer Ware, die in mehreren Teillieferungen oder Teilbereichen geliefert wird**

Hier sieht der Gesetzgeber vor, dass mit der letzten Teillieferung bzw. Lieferung des letzten Stückes einer bestellten Ware und dessen Inbesitznahme durch den Kunden als Verbraucher die Widerrufsfrist beginnt.

- **Abo-Commerce**

Für den Abo-Commerce sieht der Gesetzgeber vor, dass die Widerrufsfrist mit der Inbesitznahme der ersten Warenlieferung beginnt. Soweit so gut.

Aufgrund der vorgenannten gesetzgeberischen Vornahme besteht nunmehr die Schwierigkeit eine konkrete Widerrufsbelehrung zu schaffen.

Der E-Commerce-Anbieter muss nunmehr schon zukünftig vor Vertragsschluss prüfen, wie er die Waren an den Verbraucher ausliefern möchte.

Am einfachsten ist es, wenn und soweit die Lieferung von mehreren Waren in einer Bestellung erfolgt.

Dann kann die entsprechende Widerrufsbelehrung konkret ausgestaltet werden.

Hat der E-Commerce-Anbieter jedoch nicht immer die Möglichkeit im Vorhinein zu wissen, ob Waren aus einer Bestellung in einer Auslieferung geliefert werden, so steht er vor der Problematik, hier die Widerrufsbelehrung konkret durch die verschiedenen oben genannten Alternativen gestalten zu müssen.

Hier besteht die Möglichkeit, zum einen mehrere Anknüpfungspunkte zum Beginn der Widerrufsfrist in der Widerrufsbelehrung aufzunehmen.

Die wäre jedoch entgegen dem Handeln und Vorgaben des Gesetzgebers, der eine alternative Auswahl nicht vorsieht.

Dies hätte die Folge, dass der E-Commerce-Anbieter die durch den Gesetzgeber vorgesehene Privilegierung der Muster-Widerrufsbelehrung aus den gesetzlichen Vorgaben verliert mit der Folge, dass hier ein erhebliches Abmahnpotenzial für Mitbewerber entsteht.

Die weitere Alternative wäre, mehrere Widerrufsbelehrungen vorzuhalten für den Fall, dass verschiedene Bestellsituationen bzw. Liefersituationen eintreten können.

Auch hier besteht erhebliches Abmahnpotenzial dahingehend, dass der E-Commerce-Anbieter im Detail voraussehen muss, ob und inwieweit er die Teillieferung vornimmt oder nicht.

Wie Sie sehen, besteht hier noch erhebliche Unklarheit bei der konkreten Ausgestaltung, die in den verbleibenden ca. 3 Monaten bis zur Gesetzesumsetzung noch überwunden werden müssen.

### **E. Neu: Höchstgrenze für die Dauer der Widerrufsfrist**

Neu ist ebenfalls, dass der Gesetzgeber gesetzlich geregelte Höchstgrenzen für die Dauer der Widerrufsfrist einräumt.

Bisher gab es keine klaren und eindeutigen gesetzlichen Regelungen.

Zukünftig wird es jedoch so sein, dass die Widerrufsfrist spätestens für 12 Monate und 14 Tage nach „Vorliegen der Voraussetzungen für den Fristbeginn“ erlischt.

Hält der E-Commerce-Anbieter also alle rechtlichen Vorgaben zum Fristbeginn ein, so ist somit zukünftig ein Ende der Widerrufsmöglichkeiten absehbar.

### **F. Rückabwicklung nach Widerruf wird neu geregelt**

Für die Rückabwicklung des geschlossenen Kaufvertrages nach Ausübung des Widerrufsrechts werden neue detaillierte Rechtsfolgen für den Kunden aber auch den E-Commerce-Anbieter geregelt.

So sieht der Gesetzgeber vor, dass eine Frist von 14 Tagen für die Rückgewährung beider Leistungen eingeräumt wird.

**Neu ist somit für den E-Commerce-Anbieter, dass er zur Rückzahlung des erhaltenen Kaufpreises und zzgl. angefallener Versandkosten nunmehr innerhalb von 14 Tagen verpflichtet ist.**

Diese schlechte Nachricht für die E-Commerce-Anbieter wird jedoch durch eine weitere gute Nachricht aufgehoben, nämlich der Gesetzgeber sieht nunmehr ausdrücklich vor, dass der E-Commerce-Anbieter ein Zurückbehaltungsrecht für die

Rückzahlung der vorgenannten Zahlung hat, bis er die Ware erhalten hat oder aber der Verbraucher die Absendung der Waren an den E-Commerce-Anbieter nachweist.

Ferner sieht der Gesetzgeber vor, dass für die Rückzahlung des Kaufpreises und ggf. angefallener Versandkosten dasselbe Zahlungsmittel verwendet werden muss, wie auch bei der Zahlung verwendet wurde.

Ausnahmsweise kann dies anders sein, wenn eine anderweitige Vereinbarung zwischen den Kaufvertragsparteien vorliegt und zusätzlich keine weiteren Kosten für die Verwendung eines anderen Zahlungsmittel zu Lasten des Kunden entsteht.

### **G. In Zukunft: Sie tragen immer die Hinsendekosten, der Kunden die Kosten der Rücksendung**

Zukünftig wird es ebenfalls so sein, dass der E-Commerce-Anbieter die Kosten der Hinsendung trägt.

Dabei ist hier zu beachten, dass nur die so genannten regulären Versandkosten getragen werden, jedoch nicht zusätzlich anfallende Versandzusatzleistungen wie zum Beispiel Expresszuschläge.

Zukünftig wird es auch so sein, dass der Kunde immer die Kosten der Rücksendung zu tragen hat, unabhängig davon, welchen Warenwert die Rücksendung hat.

Dies ist auch eine wesentliche Änderung gegenüber der geltenden Rechtslage in Deutschland.



Ob Sie diese gesetzliche Vorgabe auch tatsächlich umsetzen oder aber dem Kunden die kostenfreie Rücksendung ermöglichen, ist Ihnen freigestellt und letztendlich eine Frage der Kundenfreundlichkeit.

Hinsichtlich der Tragung der Rücksendekosten gibt es eine Besonderheit:

Für den Fall, dass die Ware, die nach dem Widerruf und dessen Erklärung zurückgeschickt werden soll, nicht paketversandfähig ist, muss der E-Commerce-Anbieter die Kosten für die Rücksendung der Waren angeben.

Dies dürfte im Einzelfall höchst problematisch werden.

Oftmals ist es für den E-Commerce-Anbieter gar nicht möglich, diese Kosten genau zu beziffern, da diese von den konkret bestellten Waren und zum Beispiel dem Gewicht oder dem Ort der Verwendung abhängen.

Für E-Commerce-Anbieter, die nicht paketversandfähige Waren anbieten, ist zur Rechtsklarheit und zur Vermeidung von Abmahnpotenzial anzuraten, die Kosten der Rücksendung für diese Waren immer zu tragen.

Somit kann die bestehende Unklarheit im Rahmen des täglichen Handelns im E-Commerce beseitigt werden.

#### H. Wertersatz

Im Bereich des Wertersatzrechtes wird es zukünftig nur noch einen Wertersatz für einen Wertverlust der Waren geben.

#### J. Neue Ausnahmen vom Widerrufsrecht

Zum Abschluss der Neuregelungen zum Widerrufsrecht ist anzumerken, dass der Gesetzgeber vorsieht, dass es weitergehende und neue Ausnahmen vom Widerrufsrecht geben soll. Ausnahmen werden vom Gesetzgeber für bestimmte Waren und Dienstleistungen vorgesehen, die zwar über den „Fernabsatz“ angeboten werden, dennoch aber nicht den Regelungen zum Widerrufsrecht unterfallen sollen.

Dabei werden folgende neue Ausnahmen vom Widerrufsrecht vorgesehen:

bei Verträgen

- zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des **Gesundheitsschutzes oder der Hygiene** nicht zur Rückgabe geeignet sind und deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde;
- zur Lieferung von Waren, die nach der Lieferung aufgrund ihrer Beschaffenheit **untrennbar mit anderen Gütern vermischt** wurden;
- zur Lieferung **alkoholischer Getränke**, deren Preis beim Abschluss des Kaufvertrags vereinbart wurde, deren Lieferung aber erst nach 30 Tagen erfolgen kann und deren aktueller **Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt**, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat.

Insbesondere im Bereich der Artikel, die den Gesundheitsschutz und die Hygiene betreffen, ist umfangreicher Argumentationsspielraum für die Annahme oder die Ablehnung der Ausnahme vom Widerrufsrecht möglich.

Besonders problematisch wird es auch sein, inwiefern eine Versiegelung rechtswirksam angebracht werden kann.

Unstreitig dürfte sein, dass die entsprechende Versiegelung mit einem Warnhinweis versehen

sein muss, dass der Verbraucher zukünftig sein Widerrufsrecht verliert, wenn er die Versiegelung öffnet.

Dies kann zum Beispiel im Rahmen eines Aufklebers oder eines sonstigen Warnhinweises passieren.

Gerade bei kleineren Produkten dürfte eine solche Hinweismöglichkeit äußerst unmöglich durchsetzbar sein.

Ob und inwieweit zum Beispiel Blisterverpackungen als Siegel anzusehen sind, muss erst durch Gerichte geklärt werden.

Interessant sein dürfte für die Anbieter von alkoholischen Getränken die neue Regelung für solche.

Insbesondere die Anbieter von Weinen dürften hier zukünftig etwas mehr Rechtssicherheit erlangen.

Ebenfalls neu geregelt wird der Ausschluss des Widerrufsrechts bei Downloads aus dem Internet.

Das Erlöschen des Widerrufsrechts ist an drei Voraussetzungen geknüpft:

**Beginn mit Ausführung des Vertrages nach ausdrücklicher Zustimmung und Erklärung des Verbrauchers, dass das Widerrufsrecht mit Beginn der Vertragsausführung verloren wird.**

Somit wird erstmals eine gesetzliche Regelung für den wichtigen Bereich der Downloads geschaffen und insoweit auch die hier für die E-Commerce-Anbieter Rechtsklarheit geschaffen.

### **Teil 3: Kundenhotline und Kosten der Zahlungsart sowie Gewährleistung**

#### **A. Keine kostenpflichtige Kundenhotline**

Zunächst ist anzumerken, dass der E-Commerce-Anbieter zukünftig als Kundenhotline keine kostenpflichtige Telefonnummer mehr anbieten darf.

Grundsätzlich zulässig dürfte für die Zukunft sein, eine Telefonhotline mit folgenden Vorwahlen anzubieten.

- 0800,00800
- Ortsgebundene Rufnummern zu Städten
- Rufnummer für normale Mobildienste
- Persönliche Rufnummer mit der Vorwahl 07100

#### **Praxistipp:**

Im Einzelfall sollte, der Onlinehändler eine 0800er Nummer oder eine Ortsvorwahl wählen, die der Verbraucher unmittelbar und schnell erreichen kann.

Sämtliche weiteren möglichen Telefonnummern sollten im Einzelfall geprüft werden, um diese nach den gesetzlichen Vorgaben noch zulässig verwendet werden dürfen.

#### **B. Kostenbegrenzung für Zahlungsarten und Information dazu**

Hinsichtlich der Kosten der Zahlungsarten, die der E-Commerce-Anbieter dem Kunden anbietet, ist es so, dass nur sehr begrenzt Kosten einer Zahlungsart an den Kunden weitergegeben werden dürfen.

So lautet das Gesetz in § 312 Abs.3 BGB n.F.:

(3) Eine Vereinbarung, durch die ein Verbraucher verpflichtet wird, ein Entgelt zu zahlen, wenn er für die Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten ein bestimmtes Zahlungsmittel nutzt, ist unwirksam, soweit das Entgelt über die Kosten hinausgeht, die dem Unternehmer durch die Nutzung dieses Zahlungsmittels entstehen.“

Zukünftig ist es so, dass eine unentgeltliche Zahlungsart gewählt werden muss, die der Kunde nutzen kann.

Auch zukünftig ist es möglich, bestimmte Zuschläge für Zahlungsarten (zum Beispiel PayPal etc.) zu wählen.

Solche Zuschläge dürfen aber nur dann gewählt werden und gegenüber dem Verbraucher auch vertraglich geltend gemacht werden, wenn die entstehenden Mehrkosten des Onlinehändlers 1:1 an den Kunden weitergegeben werden.

Es müssen somit 1/: die entsprechenden anfallenden Gebühren vom Kunden verlangt werden. Erhöhte Gebühren sind zukünftig unzulässig und können abgemahnt werden.

Im Zusammenhang mit der Zahlung ist auch der neue § 312j Abs. 1 BGB zu berücksichtigen.

Zukünftig muss der Onlinehändler auf seinen Internetseiten spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich angeben, ob Lieferbeschränkungen vorliegen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden.

Der Onlinehändler sollte überlegen, einen entsprechenden gesonderten Button mit der Bezeichnung „Zahlungs- und Versandinformationen“ oder ähnlich auf der Startseite hervorgehoben darzustellen, über die der Verbraucher sämtliche Informationen

zu den Zahlungsarten einholen kann, soweit diese nicht gesondert beworben werden und ob Lieferbeschränkungen vorliegen.

Lieferbeschränkungen können je nach Art und Weise der zum Beispiel bestellten Ware erheblich sein.

Diese gesetzliche Neuregelung begründet natürlich auch für den Onlinehändler die Pflicht, darüber plakativ zu informieren.

#### **Praxistipp:**

Alle E-Commerce-Anbieter, die bisher Kosten für bestimmte Zahlungsarten Ihren Kunden auferlegen, müssen dies ab Geltung der Gesetzesänderung beschränken und insbesondere alle Rechtstexte und Darstellungen entsprechend abändern. Ansonsten drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen.

#### **D. Wenn der E-Commerce-Verkauf ein-oder verbaut wird...**

sieht der Gesetzentwurf ebenfalls Neuregelungen vor, dass der E-Commerce-Anbieter die Kosten des Ausbaus zu tragen hat. Dies entspricht der geltenden Rechtsprechung und gilt aber selbstverständlich nur dann, wenn der Kunde Verbraucher ist und vor allem, wenn ein Fall eines Mangels vorliegt.

Weitere Informationen hierzu erteilt Ihnen gerne:



Herr Rechtsanwalt Rolf Albrecht:

[albrecht@volke2-0.de](mailto:albrecht@volke2-0.de)

Fon: 02306/75684-0

Fax: 02306/75684-11

Bitte beachten Sie, dass dieses Whitepaper lediglich zur Information und Orientierung in dem entsprechenden Bereich des Rechts dient. Das Dokument kann nur als Hilfestellung verwendet werden. Im konkreten Einzelfall sollte eine rechtliche Beratung durch einen Rechtsanwalt in Anspruch genommen werden. Dieses Whitepaper ist nicht dazu gedacht, eine anwaltliche Beratung zu ersetzen. Eine Haftung kann daher nicht übernommen werden.