



PROTECTED SHOPS
Abmahnfrei • Sorgenfrei • Sicher

Whitepaper

Neue rechtliche Spielregeln im Onlinevertrieb

Das ändert sich 2014 für Onlinehändler

Herausgeber: Protected Shops GmbH





Vorworte

Vorwort von Markus Kluge

Verbraucherrechte im Onlinehandel sind seit jeher ein Bereich, der sowohl die Händler als auch die Shopsoftware vor große Herausforderungen gestellt hat. Die bisher gültige Fernabsatzrichtlinie von 1997 (!!) orientierte sich eher an den Anforderungen des Warenverkaufs über Katalog und ließ den einzelnen Mitgliedstaaten bei der Umsetzung in das nationale Recht große Freiheiten.

Niemand konnte in den Zeiten des Katalogs damit rechnen, dass Fernabsatz einmal über Ländergrenzen hinweg stattfinden könnte. Die Folge ist, dass die entsprechenden Regelungen in den verschiedenen Ländern sehr unterschiedlich sind und dass es die Aufgabe der Gerichte ist, die Standards für den Warenvertrieb über das Internet zu definieren.

Unzählige Prozesse, Abmahnwellen und höchstrichterliche Entscheidungen liegen hinter uns und haben in den letzten Jahren unter vielen Schmerzen zu einer zunehmenden Rechtssicherheit geführt. Von einer europäischen Harmonisierung kann aber bei weitem noch nicht die Rede sein, so dass der europäische Gesetzgeber mit der neuen Verbraucherrechterichtlinie den nächsten Schritt zu einem einheitlichen Binnenmarkt geht. Mit wie viel Schmerzen das für den Onlinehändler verbunden ist, wird die Zukunft weisen.

Dieses Whitepaper soll Ihnen helfen, die größten Stolperfallen zu umgehen.

Markus Kluge

Geschäftsführer der Protected Shops GmbH

Vorwort von Peter Höschl

Das Widerrufsrecht sowie die hohen Anforderungen an die Transparenz bei Preisen und Bestellabwicklung hat dem E-Commerce in Deutschland den Weg zur allgemeinen Akzeptanz geebnet.

Nun schafft die EU mit der Neuordnung der Verbraucherrechte Erleichterungen für Händler. So wurden überschießende Regelungen wie das „ewige Widerrufsrecht“ abgeschafft und neben Rechten haben die Verbraucher auch klar definierte Pflichten, beispielsweise bezüglich der Waren-Rückgabe bei Widerruf und Wertausgleich bei Nutzung. Zudem erleichtert die gesetzliche Vereinheitlichung den EU-weiten Handel.

Ich freue mich sehr, als Medienpartner von Protected Shops GmbH, mit dem vorliegenden Whitepaper „Licht ins Dunkel“ der mit den neuen Verbraucherrechterichtlinie einhergehenden Änderungen bringen zu können.

Und wünsche allen Lesern weiterhin viel Erfolg im Onlinehandel.

Peter Höschl

Gründer und Geschäftsführer von shopanbieter.de



Inhalt

Titel	1
Vorworte	2
Inhalt	3
Schnellübersicht: Änderungen beim Widerrufsrecht	4
Schnellübersicht: Neue bzw. geänderte Informationspflichten	5
<i>Generelle Informationspflichten</i>	5
<i>Zusätzlich bei Lieferung „digitaler Inhalte“</i>	5
<i>Speziell im elektronischen Geschäftsverkehr (=Online-Handel)</i>	5
Schnellübersicht: Änderungen sonstiger Pflichten/Verbote	6
Schnellübersicht: Konkreter Handlungsbedarf	7
Einführung	8
Widerrufsrecht	8
<i>Neue Ausnahmetatbestände</i>	8
<i>Gerelle Ausnahme vom Fernabsatzrecht</i>	8
<i>Erlöschen des Widerrufsrechts bei bestimmten Waren</i>	8
<i>Kein Widerrufsrecht</i>	9
<i>Kein Rückgaberecht</i>	9
<i>Eindeutige Widerrufserklärung durch den Verbraucher (Musterformular)</i>	9
<i>Versandkosten (Hin- und Rücksendekosten)</i>	9
<i>Widerrufsfrist</i>	10
Widerrufsfolgen	10
<i>Rückgewähr</i>	10
<i>Wertersatz</i>	10
<i>Widerrufsbelehrung</i>	11
Informationspflichten	12
<i>Angaben bei Lieferung „digitaler Inhalte“</i>	13
<i>Sonstige Angaben</i>	13
<i>Pflichtangaben werden Vertragsbestandteil</i>	14
Weitere wichtige Änderungen	14
<i>Vertragsbestätigung</i>	14
<i>Gängiges und zumutbares aber unentgeltliches Zahlungsmittel</i>	14
<i>Keine zusätzlichen Gebühren (über Grundtarif) für Anrufe des Kunden</i>	15
<i>Kein Opt-Out-Verfahren für die Vereinbarung von Nebenleistungen</i>	15
<i>Preisangabe</i>	15
Rechtsfolgen bei Nichtbeachtung	15
<i>Abmahngefahr</i>	15
<i>Keine Kosten, über die nicht belehrt wurde</i>	16
<i>Schadenersatzanspruch</i>	16
Fazit	16
Anhang: Relevante Themen gerichtlicher Entscheidungen	17
Unternehmensinformationen	18
Autoren	18
Impressum	19



Schnellübersicht: Änderungen beim Widerrufsrecht

- Das Rückgaberecht fällt weg
 - Sie können statt des Widerrufsrechts kein Rückgaberecht mehr einräumen.
- Ein Widerruf muss explizit erklärt werden
 - Die Widerrufserklärung kann nicht mehr durch bloße Rücksendung der Ware an Sie erfolgen.
- Widerrufsformular
 - Sie müssen Ihren Kunden ein vorformuliertes Widerrufsformular zur Verfügung stellen.
 - Der Kunde muss dieses jedoch nicht benutzen, denn:
- Auch eine formlose Widerrufserklärung ist möglich
 - Für die Widerrufserklärung muss keine Form eingehalten werden, sie kann wahlweise auch telefonisch oder online über Ihre Webseite erfolgen.
- Begrenzung der Widerrufsfrist
 - Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage, das Widerrufsrecht entfällt spätestens nach 12 Monaten und 14 Tagen (keine „unendliche Widerrufsfrist“ mehr!).
- Rückgewähr der Leistungen innerhalb von 14 Tagen
 - Die Rückzahlung Ihrerseits muss mittels desselben Zahlungsmittels wie die ursprüngliche Zahlung des Kaufpreises durch Ihren Kunden erfolgen (falls nicht anders vereinbart).
 - Zurückzahlen sind auch die von Ihrem Kunden bereits gezahlten Versandkosten.
 - Sie dürfen die Rückzahlung so lange verweigern, bis Sie die Ware zurückerhalten haben oderein Nachweis bei Ihnen eingegangen ist, dass Ihr Kunde die Ware versendet hat.
- Die Kosten der Hinsendung tragen Sie
 - Bei Widerruf tragen Sie die Kosten der Lieferung zum Kunden hin (sog. „Hinsendekosten“).
- Die Kosten der Rücksendung trägt Ihr Kunde
 - Bei Widerruf trägt Ihr Kunde die Kosten der Rücksendung, allerdings
 - müssen Sie ihn darüber vor dem Kauf informieren und
 - Sie müssen bei „nicht-paketversandfähiger Ware“ (also solcher, die einen Spediteur erfordert) dabei die konkrete Höhe der Rücksendekosten angeben, sofern eine vorherige Berechnung möglich ist.
- Ausnahmen vom Widerrufsrecht
 - Im Vergleich zum alten Stand werden weitere Waren und Dienstleistungen vom Widerrufsrecht ausgenommen, wie:
 - versiegelte Waren, die aus Gründen des Gesundheits- oder Hygieneschutzes nicht zurückgesandt werden können,
 - alkoholische Getränke, die frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden und deren Preis Schwankungen auf dem Markt unterliegt („vin en primeur“),
 - dringende Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten, zu denen der Verbraucher den Unternehmer ausdrücklich zu sich bestellt hat.



Schnellübersicht: Neue bzw. geänderte Informationspflichten

Die Pflichtinformationen werden Vertragsbestandteil und bedürfen zur Änderung einer ausdrücklichen Vereinbarung zwischen Unternehmer und Verbraucher.

Generelle Informationspflichten

- Angabe der Telefonnummer
- Sofern vorhanden, Angabe von Faxnummer und E-Mail-Adresse
- Konkreter Liefertermin
- Bestehen gesetzlicher Mängelgewährleistungsrechte
- Bestehen und Bedingungen von Kundendiensten, Kundendienstleistungen und Garantien
- Vertragslaufzeit und Kündigungsbedingungen bei unbefristeten Verträgen
- Tatsache, dass Kautions- oder andere finanzielle Sicherheit zu leisten ist und die entsprechenden Bedingungen
- Ggf. außergerichtliche Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren

Zusätzlich bei Lieferung „digitaler Inhalte“

- Funktionsweise und anwendbare technische Schutzmaßnahmen
- Beschränkung der Interoperabilität und Kompatibilität mit Hard- und Software

Speziell im elektronischen Geschäftsverkehr (=Online-Handel)

- Bestehen von Lieferbeschränkungen
- Akzeptierte Zahlungsarten



Schnellübersicht: Änderungen sonstiger Pflichten/Verbote

- Pflicht zur Vertragsbestätigung
 - Spätestens bis zur Warenlieferung muss die Vertragsbestätigung auf „dauerhaftem Datenträger“ (z.B. per E-Mail) erfolgen.
 - Bei Lieferung „digitaler Inhalte“ (Downloads oder Streaming) muss die Bestätigung weitere Informationen enthalten:
 - Zustimmung seitens des Verbrauchers, dass mit der Lieferung vor Ablauf der Widerrufsfrist begonnen werden soll
 - Bestätigung der Kenntnis seitens des Verbrauchers davon, dass er durch den Lieferbeginn vorzeitig sein Widerrufsrecht verliert
- Kein Opt-Out-Verfahren für Nebenleistungen
 - Unwirksamkeit von Vereinbarung über Nebenleistungen durch Opt-Out-Verfahren.
- Unentgeltliche Zahlungsart vorgeschrieben
 - Es gibt nun die Pflicht, eine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsart zur Verfügung zu stellen.
- Gebühren für Zahlungsmittel eingeschränkt
 - Es besteht nur noch eingeschränkt die Möglichkeit, vom Verbraucher Gebühren für die Nutzung eines bestimmten Zahlungsmittels zu verlangen.
- Keine kostenpflichtigen Service-Hotlines
 - Es besteht keine Zahlungsverpflichtung seitens des Verbrauchers für Entgelte zur Nutzung von Service-Hotlines, die über die Kosten der bloßen Nutzung des Fernkommunikationsmittels hinausgehen.
- Preisangaben erleichtert
 - Innerhalb von Werbung muss kein Hinweis mehr darauf erfolgen, dass der angegebene Preis die Umsatzsteuer und weitere Preisbestandteile enthält, sowie dass Versandkosten erhoben werden und wie hoch diese sind.
 - Innerhalb des Online-Angebotes muss nicht mehr die Berechnungsgrundlage oder eine entsprechende Tabelle zur Berechnung der Versandkosten angegeben werden, wenn diese Kosten vor Vertragsschluss „vernünftigerweise“ nicht berechnet werden können.



Schnellübersicht: Konkreter Handlungsbedarf

Dies sind die Themen, die Sie erledigen – und am 13.06.2014 um 0:00 Uhr aktivieren – müssen beim Onlinevertrieb an Verbraucher:

- Die Widerrufsbelehrung ändern
 - Es gibt ein verbindliches Muster, das jedoch in den meisten Fällen nicht ohne Anpassungen verwendet werden kann (Problem: Verlust der Rechtssicherheit).
- Die Produktpalette überprüfen
 - Weitere Produkte fallen unter die Ausnahmen beim Widerrufsrecht (Hygieneprodukte, digitale Produkte, „Vin en primeur“...)
- Ggf. Rückgaberecht gegen Widerrufsrecht austauschen
 - Zukünftig ist das Widerrufsrecht zwingend. Sie können nicht mehr alternativ ein Rückgaberecht einräumen.
- Vertragsbestätigung
 - Sie müssen den Versand einer formgebundene Vertragsbestätigung an den Kunden auf einem „dauerhaften Datenträger“ (z.B. per E-Mail) in Ihre Bestellabläufe implementieren. Das entspricht inhaltlich der bereits geltenden „nachvertraglichen Informationspflicht“.
 - **Achtung:** Beachten müssen Sie aber die erforderlichen Änderungen der Pflichtinformationen.
- Neue Informationspflichten
 - Sie müssen (bereits vorvertraglich!) die neuen Informationspflichten erfüllen, z.B. Ihre Telefonnummer angeben, konkrete Liefertermine nennen, bei digitalen Produkten diverse Pflichtangaben etc.
- Wertersatz
 - Möchten Sie sich das Recht auf Wertersatz sichern, müssen Sie hierüber (ebenfalls bereits vorvertraglich) informieren.
- Zahlweg für Rückerstattung
 - Möchten Sie bei Widerruf für die Rückerstattung einen anderen Zahlweg nutzen, als der Kunde verwendet hat, müssen Sie dies ausdrücklich (z.B. innerhalb der AGB) vereinbaren.
- AGB überprüfen und ggf. anpassen
 - Die Informationen in Ihren AGB dürfen nicht von Ihren (vorvertraglich sowie) per Vertragsbestätigung übermittelten Informationen abweichen, weshalb ein genauer Abgleich nötig ist.
- Musterformular für die Widerrufserklärung
 - Damit Kunden zukünftig über die Webseite widerrufen können, können Sie das entsprechende Formular in Ihre Webseite implementieren. Wird dieses genutzt, muss der automatische Versand einer „Bestätigung des Widerrufs“ an den Kunden auf einem „dauerhaften Datenträger“ erfolgen (z.B. per Mail).
- Ablaufprozess für telefonische Widerrufe implementieren
 - Auch telefonisch erklärte Widerrufe sind möglich. Sie müssen diese Ihren Kunden gegenüber aber nicht bestätigen.
- Ein Widerrufsformular drucken lassen
 - Auch für das den Sendungen beizulegende Widerrufsformular gibt es ein Muster. Damit es ab dem Stichtag allen Sendungen beigefügt werden kann, müssen Sie es rechtzeitig drucken lassen und in Ihre Packprozesse eingliedern.



Einführung

Die EU hat durch die Erstellung ihrer neuen Verbraucherrechte-Richtlinie (VRRL) neue einheitliche Vorgaben für den europäischen E-Commerce geschaffen. Dabei hat sich der europäische Gesetzgeber neben seinem Anspruch an einen möglichst hohen Verbraucherschutz auch an den Bedürfnissen der Unternehmer orientiert: Für Sie bedeutet das, dass neben weiteren verbraucherschützenden Regelungen auch solche in das Gesetz eingeflossen sind, die Sie im Betrieb Ihres Unternehmens unterstützen sollen.

Andere Schutzvorschriften aus älteren Richtlinien wurden sogar gelockert, um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Verbraucherschutz und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu schaffen.

Die für Sie als Online-Händler relevantesten Änderungen sind die des **Widerrufsrechts** im Fernabsatz bei Verträgen mit Verbrauchern. Daneben müssen Sie aber auch die Neuregelungen zu den **Informationspflichten** und anderen Vorschriften bei Verbraucherverträgen beachten. Erleichterungen gibt es bei der Pflicht zur **Preisangabe**.

Wichtig: Änderung zum 13.06.2014 – keine Übergangsfrist!

Gemäß den Vorgaben müssen die Vorschriften, die die Mitgliedstaaten zur Umsetzung der Richtlinie erlassen, ab dem 13. Juni 2014 anzuwenden sein. Die Umsetzung der Richtlinie in das deutsche Recht erfolgte ohne die Einrichtung einer Übergangsfrist.

Somit ist bis zum 12. Juni 2014 (einschließlich) noch das bisherige deutsche Recht anwendbar, am 13. Juni 2014 treten dann die neuen Vorschriften in Kraft. Daher müssen Onlineshops in der Nacht – quasi auf Knopfdruck – umgestellt werden!

Widerrufsrecht

Die umfangreichen Änderungen des **Widerrufsrechts** bedürfen Ihrer besonderen Aufmerksamkeit, denn sie machen eine Neufassung oder zumindest eine Änderung Ihrer Widerrufsbelehrung erforderlich. Auch der Gesetzgeber hat das Muster für die Widerrufsbelehrung neu verfasst. Dadurch soll der Widerruf bei grenzüberschreitenden Angeboten erleichtert und das alte Muster verschlankt werden. Das Muster können Sie statt eines selbstformulierten Belehrungstextes verwenden. Wenn Sie es richtig ausgefüllt haben und ansonsten unverändert übernehmen, sind Sie vor Abmahnungen sicher. Denn wie bereits das alte Muster, genießt auch dieses Gesetzesrang und gilt vor Gericht als rechtskonform.

Leider ist es so, dass das Muster tatsächlich nur in wenigen Ausnahmefällen „unverändert“ im Sinne des Gesetzes verwendet werden kann. Die meisten Händler werden gezwungen sein, von der gesetzlichen Vorgabe abzuweichen und Abmahnungen durch Konkurrenten zu riskieren.

Die Probleme und mögliche Lösungsvorschläge werden in einem weiteren Whitepaper, das unter www.protectedshops.de/neues-widerrufsrecht zum kostenlosen Download zur Verfügung steht, behandelt.

Neue Ausnahmetatbestände

Wie bereits nach altem Recht sind die Vorschriften über den Widerruf für Sie uninteressant, wenn Ihren Kunden ein solches nach dem Gesetz gar nicht zusteht. Das ist der Fall, wenn die Verträge, die Sie mit ihnen schließen entweder nicht unter die Vorschriften über den Fernabsatz fallen oder das Widerrufsrecht konkret ausgeschlossen wurde.

Gerelle Ausnahme vom Fernabsatzrecht

Nur ganz spezielle Verträge sind grundsätzlich aus dem Fernabsatzrecht, dem der Online-Handel klassischerweise unterfällt, ausgenommen. Dazu zählen Verträge zur regelmäßigen Lieferung von Lebensmitteln und Getränken im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten. Schließen Sie solche Verträge ab, unterfallen Sie den nachfolgenden Rechten und Pflichten nicht.

Erlöschen des Widerrufsrechts bei bestimmten Waren

Die Ausnahmen vom Vorliegen eines Widerrufsrechts dürften für Sie daher relevanter sein. Neben den bereits geltenden Produkten wird mit der VRRL für weitere Waren ein Widerrufsrecht seitens des Verbrauchers ausgeschlossen oder es erlischt vorzeitig. Betroffen sind nach neuer Rechtslage nunmehr auch versiegelte Waren, die aus Gründen des Gesundheits- und Hygieneschutzes nicht zurückgesandt werden können. Allerdings: Welche Produkte damit gemeint sind, muss erst noch von Gerichten entschieden werden. Darunter fallen dürften aber Kosmetikprodukte, sofern sie ein Siegel aufweisen oder auch Unterwäsche oder Windeln. Wurde das Siegel gebrochen, kann nicht mehr sicher-

gestellt werden, dass die Waren unbenutzt sind. Das Siegel soll diese Feststellung gerade ermöglichen. Ein Weiterverkauf solcher Produkte ist dann gar nicht mehr oder nur eingeschränkt möglich.

Zu beachten ist allerdings, dass auch für diese Waren ein Widerrufsrecht zunächst besteht. Es erlischt nur vorzeitig, wenn der Kunde das angebrachte Siegel bricht. Das ist vergleichbar mit der bereits bestehenden Ausnahmeregelung für versiegelte Datenträger. Ist das Siegel gebrochen, verliert der Käufer sein Widerrufsrecht.



Ebenso vorzeitig erlöschen kann ein grundsätzlich gegebenes Widerrufsrecht bei der Lieferung von digitalen Inhalten, also beispielsweise bei Downloads oder Streaming. Es entfällt dann, wenn mit der Lieferung, also dem Download, begonnen wurde. Der dahinterstehende Grund ist derselbe, weshalb ein Widerrufsrecht auch bei entsiegelten Datenträgern nicht länger besteht. Es kann nicht mehr ausgeschlossen werden, dass der Kunde eine Kopie der Daten behält.

Ebenso erlischt das Widerrufsrecht vorzeitig bei Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen, wenn die vereinbarte Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist vollständig erbracht wurde.

Kein Widerrufsrecht

Überhaupt kein Widerrufsrecht besteht dagegen bei „vin en primeur“ und anderen alkoholischen Getränken, die frühestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert werden und deren Preis Schwankungen auf dem Markt unterliegt. Daneben wird zukünftig ein Widerrufsrecht für Verträge über dringende Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten ausgenommen. Im Fernabsatz dürfte dieser Ausnahmeregelung aber nur wenig Relevanz zukommen.

Liegen die Voraussetzungen vor, kann der Verbraucher den Vertrag also nicht mehr widerrufen.

Kein Rückgaberecht

Mit der Einführung der Gesetzesänderungen haben Sie als Händler nicht mehr die Möglichkeit, statt des Widerrufsrechts Ihren Kunden ein Rückgaberecht einzuräumen. Dieses entfällt vollständig. Haben Sie also nach geltender Rechtslage das Widerrufsrecht durch ein Rückgaberecht ersetzt, müssen Sie dieses ab dem 13.6.2014 in ein Widerrufsrecht umwandeln. Dabei sind selbstverständlich die Neuregelungen zu beachten.

Eindeutige Widerrufserklärung durch den Verbraucher (Musterformular)

Mit dem Wegfall des Rückgaberechts haben Ihre Kunden auch nicht mehr die Möglichkeit zu widerrufen, indem sie die Ware kommentarlos an Sie zurückschicken oder sie bei Lieferung gar nicht erst annehmen. Sie sind nach neuer Rechtslage vielmehr gezwungen, Ihnen eine „eindeutige Erklärung“ zukommen zu lassen.

Diese Erklärung ist allerdings nicht mehr an eine bestimmte Form (nach geltender Rechtslage ist „Textform“ erforderlich) gebunden. Es ist Ihren Kunden in Zukunft deshalb auch möglich, telefonisch zu widerrufen. Das macht die Angabe einer Telefonnummer erforderlich, zu der Sie nach neuer Rechtslage verpflichtet sind. Die Angabe der Telefonnummer innerhalb der Widerrufsbelehrung stellt also im Vergleich zur geltenden Rechtslage keinen abmahnbaren Kardinalfehler mehr dar, sondern ist vielmehr verpflichtend. Dass solche Anrufe aber verstärkt getätigt werden, ist wenig wahrscheinlich. Denn der Verbraucher ist im Streitfall gezwungen nachzuweisen, dass er tatsächlich auch widerrufen hat. Ein Telefongespräch zu beweisen ist aber schwierig.

Interessanter für Sie dürfte die für den Verbraucher eingerichtete Möglichkeit sein, über Ihre Webseite zu widerrufen. Der Kunde füllt dazu ein von Ihnen bereitgestelltes Formular aus. Dadurch ergibt sich für Sie eine Erleichterung dahingehend, dass Sie Widerrufe automatisiert verwalten können. Eine Erschwerung folgt jedoch daraus, dass Sie bei Nutzung eines solchen Web-Formulars verpflichtet sind, Ihren Kunden eine Bestätigung des Widerrufs auf einem dauerhaften Datenträger zu übermitteln, also beispielsweise per E-Mail. Aber auch eine solche Bestätigungs-E-Mail könnte automatisch versendet werden.

Neben der Möglichkeit des Online-Widerrufs, der für Sie nicht verpflichtend ist, müssen Sie Ihren Kunden ein sog. Widerrufsformular zur Verfügung stellen. Also ein Papier, das der Verbraucher nur noch mit seinen Daten ausfüllen und an Sie zurücksenden muss um wirksam zu widerrufen. Nutzen muss Ihr Kunde diesen vorformulierten Text allerdings nicht. Er kann auch einen eigenen erstellen. Auch darüber haben Sie ihn aufzuklären.

Zur Erleichterung hat der Gesetzgeber bereits ein Muster-Widerrufsformular vorformuliert, das Sie zur Erfüllung Ihrer Pflicht verwenden können.

Versandkosten (Hin- und Rücksendekosten)

Mit der Umsetzung der VRRL wird gesetzlich festgeschrieben, wer die Kosten der Versendung der Ware zu tragen hat. Der Gesetzgeber legt dabei jeder Vertragspartei die Kosten auf, für die sie „verantwortlich“ ist. Damit haben Sie als Unternehmer, der seine Waren im Fernabsatz vertreibt und deshalb an den Kunden verschicken muss, die Kosten der „Hinsendung“ zu tragen. Der Verbraucher auf der anderen Seite trifft die Entscheidung, ob er die Ware behalten will oder den Vertrag lieber widerruft. Dann soll er aber auch die Kosten der Rücksendung tragen.

Die Pflicht, die Kosten der Hinsendung nach erfolgtem Widerruf zu tragen, hatten die Gerichte bereits in ständiger Rechtsprechung den Unternehmern auferlegt. Der Gesetzgeber hat diese Rechtsprechung nun in eine Norm gegossen. Daneben wurden sie für Sie aber gesetzlich beschränkt. Lediglich die Kosten für den von Ihnen angebotenen Standardversand haben Sie zu tragen. Entscheidet sich Ihr Kunde für eine besondere Versandform (beispielsweise 24-Stunden-Lieferung), trägt er die Kosten selbst. Sie müssen dann auch nicht anteilig die Kosten für den Standardversand übernehmen.

Dass Ihr Kunde die Rücksendekosten trägt, müssen Sie in Zukunft also nicht mehr vertraglich vereinbaren, Sie müssen aber über diese Pflicht informieren.



Widerrufsfrist

Unternehmerfreundlich ist auch die Neuregelung der Widerrufsfrist. Diese beträgt 14 Tage und beginnt bei Warenlieferung grundsätzlich wenn Ihr Kunde die Ware erhalten hat. Wenn Sie ihn allerdings nicht über sein Widerrufsrecht belehrt haben, beginnt sie erst dann zu laufen, wenn Sie die Belehrung nachgeholt haben. Das auch dann, wenn Ihr Kunde die Ware schon längst erhalten hat. Die Frist beträgt aber auch in diesem Fall nur 14 Tage und nicht, wie nach geltendem Recht, einen Monat.

Daneben wurde das „ewige Widerrufsrecht“ abgeschafft. Das Widerrufsrecht endet nach neuer Gesetzeslage nun spätestens 12 Monate und 14 Tage, nachdem Ihr Kunde die Ware erhalten hat. Irrelevant ist es dabei, ob Sie ihn überhaupt über sein Widerrufsrecht belehrt haben.

Widerrufsfolgen

Rückgewähr

Die Folgen des Widerrufs durch den Verbraucher sind weitestgehend dieselben wie schon im alten Recht. Sowohl Ihr Kunde als auch Sie sind nicht länger an die jeweiligen Vertragserklärungen gebunden. Hat noch kein Leistungsaustausch in Form der Kaufpreiszahlung und der Warenlieferung stattgefunden, sind beide Vertragsparteien dazu auch nicht länger verpflichtet.

Wurden Leistungen bereits ausgetauscht, sind diese von beiden Vertragsparteien innerhalb von 14 Tagen zurückzugeben. Die Fristen werden sich also für beide Seiten verkürzen. Für Sie als Unternehmer beginnt die Frist mit Erhalt der Widerrufserklärung, für Ihren Kunden mit Absendung seiner Erklärung.

Bei der Rücksendung der Ware ist der Verbraucher – wie bereits nach geltendem Recht – nicht verpflichtet, die Originalverpackung zu verwenden. Er muss die Ware aber angemessen verpacken, damit sie auf dem Transportweg nicht beschädigt wird. Das Risiko tragen allerdings weiterhin Sie als Unternehmer.

Die Rückzahlung müssen Sie mittels derselben Zahlungsart vornehmen, die auch Ihr Kunde für die Zahlung des Kaufpreises verwendet hat. Sie können vertraglich allerdings etwas anderes vereinbaren. Erforderlich ist dafür aber eine „ausdrückliche Vereinbarung“. Ob diese innerhalb Ihrer AGB erfolgen kann, muss erst noch gerichtlich geklärt werden.

Die Neuregelung gesteht Ihnen zukünftig ein Zurückbehaltungsrecht zu, bis Sie die Ware von Ihrem Kunden zurückerhalten haben oder zumindest ein Nachweis bei Ihnen eingegangen ist, dass sie auf den Weg gebracht wurde.

Auch diese Vorschrift ist zur Unterstützung der Unternehmer in das Gesetz aufgenommen worden. Während Sie nach alter Rechtslage gezwungen waren, den Kaufpreis zügig zurückzuerstatten, konnte sich Ihr Kunde mit der Rücksendung der Ware Zeit lassen. Deshalb wurde von vielen Händlern auch gerne ein Rückgaberecht statt des Widerrufsrechts eingeräumt. Dann hatten Sie nämlich bereits die Ware in den Händen, bevor Sie den Kaufpreis zurückzahlen mussten. In Zukunft können Sie die Zahlung solange verweigern, bis Sie Sicherheit darüber haben, dass Ihre Ware alsbald wieder bei Ihnen eintrifft. Damit

wird also für die Unternehmer beim Widerrufsrecht ein vergleichbarer Sicherheitsmechanismus wie beim (bisherigen) Rückgaberecht eingeführt.

Wertersatz

Neben der Rücksendung der Ware ist der Verbraucher verpflichtet, Ihnen Wertersatz zu leisten, wenn sich die erhaltene Ware bei ihm „verschlechtert“ hat. Eine solche Wertersatzpflicht ist lediglich dann ausgeschlossen, wenn die Wertminderung auf die Prüfung der Ware (auf Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise) seitens Ihres Kunden zurückgeht.

Dazu ist er grundsätzlich berechtigt, ohne hierdurch Nachteile befürchten zu müssen. Haben Sie ihn allerdings nicht über diese mögliche Zahlungspflicht informiert, muss Ihr Kunde auch dann keinen Wertersatz leisten, wenn die Wertminderung nicht auf Grund der Warenprüfung eingetreten ist.

Erbringen Sie Dienstleistungen und haben Sie Ihre Leistung gegenüber dem Kunden bereits teilweise erfüllt, können Sie auch Ersatz dieser Teilleistung verlangen. Das allerdings wiederum nur dann, wenn Sie Ihre Kunden entsprechend (bereits vorvertraglich im Rahmen der Pflichtinformationen) belehrt haben.



Widerrufsbelehrung

Auch nach der neuen Gesetzeslage sind Sie verpflichtet, Ihre Kunden über ein bestehendes Widerrufsrecht zu belehren. Nach der Gesetzesänderung müssen Sie in dem entsprechenden Text Angaben machen zu:

- Bedingungen
- Fristen
- Verfahren der Ausübung des Widerrufsrechts
- dem Muster-Widerrufsformular
- Nichtbestehen eines Widerrufsrechts oder dessen vorzeitigen Erlöschens

Die von Ihnen verwendete Widerrufsbelehrung müssen Sie am 13.06.2014 an die Änderungen durch die VRRL angepasst haben.

Nach der Gesetzesänderung ist die Belehrung über die Folgen des Widerrufs nicht mehr vorgesehen. Diese ist im gesetzlichen Muster allerdings enthalten. Daher ist es empfehlenswert, sie auch in einem selbst erstellten Belehrungstext mit aufzunehmen.

Um Ihre Belehrungspflicht zu erfüllen, können Sie die gesetzliche Muster-Widerrufsbelehrung verwenden. Das ist allerdings nicht so leicht, wie noch nach altem Recht (siehe Infokasten).

Eine Neuheit stellt die Differenzierung innerhalb der Widerrufsbelehrung zwischen paketversandfähiger und nicht-paketversandfähiger Ware dar. Nicht-paketversandfähige Ware bezeichnet alle Produkte, die über einen Spediteur geliefert werden müssen. Werden solche Waren von Ihnen verkauft, müssen Sie innerhalb der Widerrufsbelehrung die konkreten Kosten der Rücksendung angeben. Nur wenn eine solche Angabe „vernünftigerweise“ nicht möglich ist, genügt es, einen geschätzten Höchstbetrag anzugeben.

Die Crux mit der Muster-Widerrufsbelehrung

Nach einer längeren Spanne der Rechtsunsicherheit bezüglich Formulierungen der Widerrufsbelehrung gab es im deutschen Distanzhandel zuletzt die komfortable Situation, dass Händler dank der gesetzlichen Mustertexte nicht nur eine klare Vorgabe für den Belehrungstext hatten – sie hatten auch Rechtssicherheit.

Mit der VRRL ist dies zunächst einmal wieder vorbei, denn die gesetzlichen Mustervorgaben sind zwar formal „rechtssicher“, jedoch schlicht nicht ausreichend, um alle Bestell-Konstellationen abzudecken. Statt einer allumfassenden Textvorgabe gibt es im neuen Muster einzelne Formulierungsbausteine zur Auswahl, die allerdings nicht kombiniert verwendet werden dürfen. Entsprechend soll je nach der Zusammensetzung einer Bestellung auch die Widerrufsbelehrung unterschiedlich zusammengestellt und dem Kunden mitgeteilt werden („dynamische Widerrufsbelehrung“).

Doch selbst mit dynamisch zusammengestellten Textblöcken können nicht alle möglichen Bestellsituationen abgedeckt werden, so dass faktisch Anpassungen der Textvorgaben nötig sind. Änderungen an den Vorgaben führen jedoch dazu, dass die resultierenden Formulierungen nicht mehr rechtssicher sind.

Dieses Dilemma ist aktuell nicht wirklich aufzulösen: Erst wenn in einiger Zeit Urteile zu Formulierungen vorliegen werden, wird es mehr Klarheit dazu geben, welche Lösungen erlaubt und welche nicht erlaubt sind. So lange können Händler nur versuchen, die Musterformulierungen so „sinngemäß wie möglich“ abzuändern.

Detaillierte Informationen hierzu erhalten Sie im Whitepaper zum „neuen Widerrufsrecht“, das Sie zum kostenlosen Download unter www.protectedshops.de/neues-widerrufsrecht finden.

Übergangsvorschriften für „Altverträge“

Die Verbraucherrechterichtlinie tritt am 13.06.2014 in Kraft, es gibt also keine Übergangsfrist für die Anwendung der neuen Regelungen. Allerdings gibt es Regelungen, wie nach Inkrafttreten der Gesetzesänderung mit sog. „Altverträgen“ umgegangen werden soll. Also mit Verträgen, die vor dem 13.6.2014 geschlossen wurden.

Für diese soll auch über den 13.06.2014 hinaus das bis dahin geltende „alte Recht“ anwendbar sein. Allerdings gibt es Einschränkungen bezüglich des Endes der Widerrufsfrist. Auch wenn die Verträge nach „altem Recht“ geschlossen wurden, soll es kein „ewiges Widerrufsrecht“ mehr geben. Ein solches kann momentan noch bestehen, wenn Sie Ihre Kunden überhaupt nicht oder fehlerhaft über ihr Widerrufsrecht belehrt haben. Mit Inkrafttreten der neuen Regelungen soll aber auch für diese Verträge eine Maximalfrist gelten. Sie beträgt 12 Monate und 14 Tage ab Warenübergabe an den Verbraucher, endet allerdings nicht vor dem 27.06.2015, also 12 Monate und 14 Tage ab Inkrafttreten des neuen Rechts. Dem Verbraucher soll trotz Wegfalls des „ewigen Widerrufsrechts“ genügend Zeit eingeräumt werden, um zu entscheiden, ob er am Vertrag festhalten will oder ihn lieber widerruft.

Zu beachten ist allerdings, dass für Sie die Möglichkeit besteht, diese Maximalfrist zu verkürzen. Denn wenn Sie die Widerrufsbelehrung korrekt nachholen, setzen Sie die nach altem Recht geltende Widerrufsfrist von einem Monat in Gang. Ihr Kunde verliert sein Widerrufsrecht also deutlich früher. Fraglich ist allerdings, ob Sie nach altem oder neuem Recht zu belehren haben. Da auf „Altverträge“ altes Recht anwendbar ist, ist es vertretbar auch eine alte Widerrufsbelehrung zu übermitteln. Ob ab dem 13.06.2014 auch eine Widerrufsbelehrung nach neuem Recht die nach altem Recht geltende einmonatige Widerrufsfrist auslöst, bleibt abzuwarten.



Informationspflichten

Neben der Neufassung des Widerrufsrechts erfolgen durch die Umsetzung der VRRl weitere gesetzliche Änderungen. So werden beispielsweise in den Katalog, der die Pflichtinformationen enthält, neue Angaben aufgenommen, die Sie Ihren Kunden zur Verfügung stellen müssen. Andere werden dagegen gestrichen. Die entsprechenden Texte auf Ihrer Shop-Seite müssen Sie am 13.06.2014 ebenfalls anpassen.

Besondere Bedeutung kommt dabei der Angabe Ihrer Telefonnummer zu. Da ein Widerruf in Zukunft auch telefonisch erfolgen kann, gehört diese nunmehr zu den Pflichtangaben.

Die Informationen müssen Sie auch nach neuem Recht Ihren Kunden sowohl vor als auch nach Vertragsschluss zur Verfügung stellen. Die vorvertragliche Informationspflicht bleibt dabei weiterhin formlos möglich. Sie kann über eine entsprechende Inhaltsseite in Ihrem Online-Shop erfolgen.

Die nachvertragliche Informationspflicht besteht zwar auch nach neuem Recht weiter, wird allerdings zukünftig als „Pflicht zur Vertragsbestätigung“ bezeichnet. Sie ist, wie bereits nach altem Recht, formgebunden und muss auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen. Eine Übermittlung innerhalb einer E-Mail genügt dafür weiterhin. Sichergestellt sein muss aber, dass die Daten auch „lesbar“ sind und der Erklärende, also Sie, benannt ist.

„Lesbar“ ist ein elektronisches Dokument dann, wenn sein Inhalt mit Hilfe von Anzeigeprogrammen visuell wahrgenommen werden kann. Unter den Begriff des „dauerhaften Datenträgers“ fällt nicht die bloße Speicherung auf Ihrer Webseite.

Neu hinzuzufügen (falls Sie die Angabe nicht ohnehin schon gemacht haben):

- Allgemein:
 - Telefonnummer
 - ggf. Faxnummer und E-Mail-Adresse
 - konkreter Termin, bis zu dem Sie sich verpflichten die bestellte Ware zu liefern („ca.-Angaben“ reichen auch zukünftig aus)
 - Hinweis, dass gesetzliche Mängelhaftungsrechte bestehen
 - im Vorliegensfall ein Hinweis, dass ein Kundendienst, Kundendienstleistungen oder Garantien bestehen und die entsprechenden Bedingungen
 - Vertragslaufzeit und Kündigungsbedingungen bei unbefristeten oder sich automatisch verlängernden Verträgen
 - Hinweis darauf, dass eine Kautions- oder eine andere finanzielle Sicherheit zu leisten ist und die entsprechenden Bedingungen
 - Möglichkeit der Nutzung eines außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahrens, wenn Sie sich einem solchen unterworfen haben
- bei Lieferung digitaler Inhalte:
 - deren Funktionsweise und anwendbare technische Schutzmaßnahmen
 - Beschränkungen der Interoperabilität und Kompatibilität mit Hard- und Software
- im elektronischen Geschäftsverkehr (=Online-Handel):
 - bestehende Lieferbeschränkungen
 - akzeptierte Zahlungsarten

Zu streichen (Sie können diese Angaben aber weiterhin freiwillig machen!):

- bei juristischen Personen, Personenvereinigungen oder Personengruppen, der Namen des Vertretungsberechtigten,
- Informationen darüber, wie der Vertrag zustande kommt,
- der Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung (Ware oder Dienstleistung) zu erbringen und der Vorbehalt, die versprochene Leistung im Fall ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen,
- Rechtsfolgen des Widerrufs (da die Belehrung darüber im gesetzlichen Muster enthalten ist, sollte sie sicherheitshalber weiterhin erfolgen),
- die Befristung der Gültigkeitsdauer der zur Verfügung gestellten Informationen, beispielsweise die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises.



Angaben bei Lieferung „digitaler Inhalte“

Wie bereits erwähnt, ist die Angabe der Telefonnummer nunmehr verpflichtend. Daneben hat der Gesetzgeber auch dem technischen Fortschritt Rechnung getragen und Regelungen zum Umgang mit „digitalen Inhalten“ geschaffen. „Digitale Inhalte“ sind Daten, die sich nicht auf einem körperlichen Datenträger befinden und in digitaler Form her- und bereitgestellt werden.

Werdensolcheverkauft, soll der Verbraucher über deren Funktionsweise (beispielsweise die Nachverfolgbarkeit des Verbraucherverhaltens) und anwendbare technische Schutzmaßnahmen (wie digitale Rechteverwaltung oder Regionalcodierungen) informiert werden. Daneben muss er wissen, welche technischen Voraussetzungen der Hard- und Software erforderlich sind, damit er die digitalen Inhalte überhaupt nutzen kann. Deshalb müssen auch Angaben zur Interoperabilität, also der standardmäßigen Umgebung von Hard- und Software, mit der der digitale Inhalt kompatibel ist, erfolgen (erforderliches Betriebssystem, notwendige Version, bestimmte Eigenschaften der Hardware).

Diese Angaben sind aber nur erforderlich, soweit sie „wesentlich“ sind. Das ist nur dann der Fall, wenn sie für den Käufer „üblicherweise wichtig sind“. Ergibt sich die entsprechenden Informationen aus den Umständen, müssen sie ebenfalls nicht angegeben werden. Ebenso dann nicht, wenn der Unternehmer keine Kenntnis von ihnen hat und auch keine Kenntnis über sie haben muss. Über etwas, was Sie nicht wissen (und über das Sie sich auch keine Kenntnis verschaffen müssen), müssen Sie auch Ihre Kunden nicht informieren.

Sonstige Angaben

Weiterhin neu eingeführt wurde die Pflicht, einen konkreten Liefertermin anzugeben, wobei wohl auch in Zukunft eine Angabe der Form „innerhalb von 1-3 Werktagen“, wie sie bereits heute üblich ist, ausreichen wird. Allerdings darf der genannte Termin nicht von Ereignissen abhängig sein, die in Ihrem Verantwortungsbereich liegen und somit für den Kunden intransparent sind. Ebenfalls nicht erlaubt wären daher Angaben wie „versandbereit in 3 Tagen“, da auch hierbei für Kunden unklar bleibt, wann er die Sendung erwarten kann.

Die Angabe eines Liefertermins ist allerdings auch in Ihrem Interesse. Denn eine Gesetzesänderung hat es dahingehend gegeben, dass die Warenlieferung unverzüglich, spätestens 30 Tage nach Vertragsschluss zu erfolgen hat, wenn es an einer entsprechenden vertraglichen Vereinbarung über einen Liefertermin fehlt. Wollen oder können Sie die bestellte Ware also nicht innerhalb dieser 30 Tage liefern, haben Sie aber auch keinen anderen Liefertermin angegeben, kann Sie Ihr Kunde gerichtlich erfolgreich in Anspruch nehmen. Sie wären dann nicht nur zur Lieferung verpflichtet, die Sie vielleicht noch gar nicht vornehmen können, sondern müssten zusätzlich auch die Kosten des Gerichtsverfahrens samt Anwaltskosten Ihres Gegners tragen.

Zusätzlich zum Liefertermin müssen Sie über weitere Liefer- und Leistungsbedingungen informieren. Hier-zu gehört, welcher Versanddienstleister den Transport übernimmt sowie die von Ihnen angebotenen Lieferoptionen wie z.B. Express- oder Speditionslieferung.

Verlangen Sie von Ihren Kunden eine Kautions oder andere finanzielle Sicherheiten, müssen Sie sowohl über diese Tatsache informieren als auch über die zugrunde liegenden Bedingungen.

Bei unbefristeten Verträgen oder solchen, die sich automatisch verlängern, wird von Ihnen verlangt, dass Sie die Vertragslaufzeit sowie die Kündigungsbedingungen angeben.

Für den elektronischen Geschäftsverkehr, in dem Sie sich als Online-Händler stets bewegen, wurde die Pflicht zur Angabe von bestehenden Lieferbeschränkungen und akzeptierten Zahlungsarten eingeführt. Ihr Kunde soll dadurch sofort absehen können, ob er Ihr Angebot überhaupt nutzen kann. Können die von ihm ausgesuchten Waren an ihn – aus welchen Gründen auch immer – nicht geliefert werden oder verwendet er keine der von Ihnen akzeptierten Zahlungsmittel und kann deshalb den Kaufpreis nicht begleichen, soll er sich gar nicht erst vertraglich verpflichten.



Pflichtangaben werden Vertragsbestandteil

Nach der Neuregelung werden die Pflichtinformationen Bestandteil des geschlossenen Vertrages. Sollen diese Angaben geändert werden, ist somit die Zustimmung des Verbrauchers erforderlich. Wie im Falle eines Falles eine solche Zustimmung eingeholt werden kann, ist derzeit mangels entsprechender Gerichtsentscheidungen noch unklar. Denkbar wären eventuell Mails, die einen Link auf ein Webformular enthalten, über das der Kunde seine Zustimmung aktiv (z.B. per Checkbox und/oder Button) erklären kann. Rechtssicherheit können hier allerdings erst gerichtliche Überprüfungen solcher Abläufe bringen.

Diese Regelung hat weitreichende Konsequenzen für Sie, wenn die Pflichtinformationen von Ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) abweichen. Unabhängig davon, welchen Text Ihr Kunde von Ihnen zuerst erhält, dürfen Sie sich auf abweichende AGB-Klauseln nicht berufen. Denn diese sind dann nicht anwendbar.

Erfolgt die Zustellung der AGB nach der Zurverfügungstellung der Pflichtinformationen, hat der Verbraucher der „Änderung“ dieser Informationen innerhalb der AGB im Zweifel nicht zugestimmt. Gehen beide Texte gleichzeitig ein, würden Sie sich „widersprüchlich verhalten“ wenn Sie sich auf die abweichende AGB-Klauseln berufen. Denn innerhalb Ihrer Informationsangaben haben Sie mit Ihrem Kunden ja etwas „anderes“ vereinbart. Relevant können in diesem Zusammenhang Regelungen über Garantien sein, die Sie Verbrauchern einräumen, aber auch Regelungen über die wesentlichen Eigenschaften der verkauften Ware sowie über Lieferzeiten.

ACHTUNG: Enthält Ihre vorvertragliche Widerrufsbelehrung keine Information über die Pflicht des Verbrauchers, die Kosten der Rücksendung zu tragen oder Wertersatz zu leisten, sondern finden sich diese Bestimmungen erst in der nachvertraglichen Widerrufsbelehrung, die Sie in Ihren AGB-Text integriert haben, können Sie diese Kosten nicht von Ihrem Kunden einfordern. Denn auf die entsprechende AGB-Klausel dürfen Sie sich mangels Zustimmung seitens des Verbrauchers nicht berufen.

Dies bedeutet, dass Sie Ihre AGB genau auf die gemäß VRRRL vorvertraglich anzugebenden Informationen abstimmen müssen! Besonders betrifft dies die Punkte:

- Kosten der Rücksendung
- Wertersatz
- Liefertermine
- Garantiebedingungen

Weitere wichtige Änderungen

Vertragsbestätigung

„Neu“ eingeführt wurde die Pflicht, dass Sie als Unternehmer Ihren Kunden nach Vertragsschluss eine Vertragsbestätigung zusenden müssen. Diese Bestätigung muss sämtliche Pflichtinformationen einschließlich der Widerrufsbelehrung enthalten. Die „Vertragsbestätigung“ entspricht inhaltlich der bereits nach geltendem Recht vorgesehenen nachvertraglichen Informationspflicht. Sie erfordert deshalb nur ge-ringfügige inhaltliche Anpassungen innerhalb Ihres Vertriebssystems. Wie bereits bei den vorvertraglichen Pflichtinformationen müssen Sie hier die neu erforderlichen Angaben einfügen und können die nicht länger erforderlichen Angaben streichen. Auch die Vertragsbestätigung muss spätestens mit Warenlieferung Ihren Kunden auf einem dauerhaften Datenträger (z.B. per E-Mail) zugehen. Das entspricht der geltenden Rechtslage.

Wirklich neu sind hingegen die Pflichtangaben, die innerhalb der Vertragsbestätigung erfolgen müssen, wenn digitale Inhalte (Downloads oder Streaming) geliefert werden. Neben den bereits genannten Pflichtinformationen müssen Sie dort die Zustimmung Ihres Kunden einfügen, dass mit der „Lieferung“ vor Ablauf der Widerrufsfrist begonnen werden soll. Daneben muss die Bestätigung Ihres Kunden enthalten sein, dass er weiß, dass sein Widerrufsrecht vor Ablauf der 14 Tage ab Vertragsschluss erlischt, wenn er vorher mit dem Download beginnt.

Zwar handelt es sich dabei um eine zusätzliche Pflicht, die Ihnen vom Gesetzgeber auferlegt wird, sie nützt Ihnen aber auch. Denn Ihr Kunde verliert nur dann sein Widerrufsrecht, wenn Sie nachweisen können, dass er die vorzeitige Lieferung wollte und auch Kenntnis von den Folgen hatte. Den Nachweis können Sie dann über die „Vertragsbestätigung“ erbringen.

Die Vertragsbestätigung muss auf einem „dauerhaften Datenträger“ erfolgen, kann also nicht lediglich im Kunden-Account auf Ihrer Webseite hinterlegt werden. Sie müssen sie zumindest per E-Mail versenden.

Gängiges und zumutbares aber unentgeltliches Zahlungsmittel

Der Gesetzgeber hat mit der Neuregelung ein Verbot eingeführt, vom Verbraucher Gebühren für die Verwendung eines bestimmten Zahlungsmittels (bspw. bei Zahlung mit Kreditkarte) zu verlangen. Solche sind nur dann möglich, wenn der Unternehmer neben dieser kostenpflichtigen Zahlungsart auch eine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmethode anbietet. Für Sie als Online-Händler wird also die Pflicht begründet, eine solche Ihren Kunden in jedem Fall zur Verfügung zu stellen.

Zu klären sein dürfte dann allerdings, was unter „gängig“ und „zumutbar“ zu verstehen ist. In Betracht kommen wohl die Lastschrift sowie die Überweisung. Bei Zahlungsmethoden, die im Internet stark verbreitet sind (Kreditkartenzahlung oder PayPal), müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein, um sie verwenden zu können. Der Kunde müsste eine Kreditkarte überhaupt besitzen oder ein PayPal-Konto eingerichtet haben. Das mag zwar vielfach der Fall sein, ist aber noch nicht flächendeckend verbreitet. Dann ist das Zahlungsmittel aber nicht als „gängig“ anzusehen. Über ein Konto hingegen verfügt nahezu jeder. Entsprechende Zahlungsmethoden dürften deshalb dieses Kriterium erfüllen. „Zumutbar“ dürfte dem Verbraucher eine Zahlung über Lastschrift und Überweisung ebenfalls sein.



Die Pflicht soll der Förderung des Wettbewerbs und der Nutzung effizienter Zahlungsmethoden dienen. Daneben soll der Praxis gerade im Online-Handel entgegen gesteuert werden, zusätzliche Gebühren für bestimmte Zahlungsarten zu verlangen.

Bieten Sie kein gängiges und zumutbares kostenloses Zahlungsmittel an, sind Vereinbarungen über solche zusätzlichen Gebühren zwischen Ihnen und Ihren Kunden schlicht unwirksam.

Darüber hinaus können Sie auch dann keine Zahlung von zusätzlichen Gebühren einfordern, wenn diese über die Kosten hinausgehen, die Ihnen selbst für die Nutzung des entsprechenden Zahlungsmittels entstehen.

Keine zusätzlichen Gebühren (über Grundtarif) für Anrufe des Kunden

Zudem dürfen Sie auch keine weiteren Kosten für die Nutzung einer telefonischen Kontaktaufnahme seitens Ihrer Kunden verlangen, die über die Kosten der bloßen Nutzung des Telekommunikationsmittels hinausgehen. Wenn ein Verbraucher mit Ihnen bereits einen Vertrag geschlossen hat und Rückfragen dazu beantwortet haben will, soll er von einem entsprechenden informationellen Anruf bei Ihnen nicht deshalb abgehalten werden, weil ihm zusätzliche Kosten entstehen.

Kein Opt-Out-Verfahren für die Vereinbarung von Nebenleistungen

Sollten Sie zusätzlich zu Ihren Produkten auch weitere Leistungen (sog. Nebenleistungen) anbieten, also solche, die mit der gelieferten Ware in Zusammenhang stehen, muss eine Vereinbarung darüber „ausdrücklich“ erfolgen. Gemeint sind hier Leistungen wie beispielsweise der Aufbau der bestellten Möbel oder die Installation bestimmter Waren in der Wohnung Ihres Kunden. Wenn Sie eine Auswahloption für diese Nebenleistungen in Ihren Bestellvorgang eingebunden haben, dürfen Sie diese nicht bereits vorangekreuzt haben. Ihr Kunde wäre verpflichtet, den entsprechenden Haken zu entfernen (sog. Opt-Out-Verfahren), die Vereinbarung könnte dadurch als „untergeschoben“ empfunden werden.

Während der Online-Bestellung ist der Verbraucher auf die Hauptleistung fixiert und nimmt Voreinstellungen nur selten wahr. Muss er sie erst entfernen, um die entsprechenden Nebenleistungen nicht zu vereinbaren, sind Voreinstellungen manipulativ und sollen verhindert werden. Der Verbraucher muss vielmehr gezwungen sein, den Haken selbst zu setzen, wenn er diese zusätzliche Leistung dazu bestellen will (Opt-In-Verfahren).

Preisangabe

Der Gesetzgeber hat aber auch weitere Erleichterungen für Unternehmer durch die Umsetzung der VRRL vorgesehen. So werden beispielsweise die Angabepflichten nach der Preisangabenverordnung (PAngV) erleichtert.

In der Werbung für Produkte, die (ausschließlich) über Ihre Shop-Website bestellt werden können, müssen Sie nur noch den Warengesamtpreis (inklusive Umsatzsteuer und weiterer Preisbestandteile) angeben. Ein Hinweis, dass dieser angegebene Preis eben auch die Umsatzsteuer und weitere Preisbestandteile enthält, sowie die Angabe, dass und in welcher Höhe Versandkosten anfallen, müssen daneben nicht mehr erfolgen. Das ermöglicht es Ihnen, Werbung freier zu gestalten, ohne dass Sie Gefahr laufen, von Ihren Mitbewerbern abgemahnt zu werden.

Zweck der Regelung ist es, dass Sie nicht mehr gezwungen sein sollen, die erforderlichen Informationen doppelt anzugeben, nämlich zum einen innerhalb Ihrer Werbeanzeige und zum anderen auch auf Ihrer Shop-Seite.

Daneben hat sich auch etwas bei der Preisangabenpflicht **innerhalb der Angebote auf Ihrer Shop-Seite** geändert. Die Umformulierung der entsprechenden Norm führt dazu, dass Sie nicht länger verpflichtet sind, eine Berechnungsmöglichkeit zur Verfügung zu stellen, wenn die Versandkosten vor Vertragsschluss vernünftigerweise nicht angegeben werden können. Nach der neuen Formulierung hat die Angabe der konkreten Kostenhöhe nur noch dann zu erfolgen, wenn Sie diese im Voraus berechnen können. Die Pflicht zur Angabe einer Berechnungsgrundlage oder einer Tabelle, mit der Ihr Kunde die konkrete Höhe selbst berechnen kann, die in der Norm ursprünglich ebenfalls enthalten war, entfällt.

Zwar ist eine Änderung der weiteren sich aus der PAngV ergebenden Pflichten (neben den entfallenden Pflichtangaben innerhalb von Werbung) grundsätzlich nicht gewollt, die Umformulierung der Regelung kann aber keinen anderen Schluss zulassen. Allerdings bleibt abzuwarten, ob sich dieser Ansicht auch die Gerichte anschließen werden.

Übrigens: Auch aus einem anderen Grund sollten Händler nicht leichtfertig auf Angaben verzichten. So erhöhen Berechnungstabellen und ähnliche (nunmehr freiwillige) Angaben für Kunden die Transparenz, schaffen damit Vertrauen und wirken somit u. U. konversionsfördernd.

Rechtsfolgen bei Nichtbeachtung

Abmahngefahr

Wie immer gilt, wenn Sie Fehler bei der Umsetzung ihrer Pflichten machen, drohen nicht nur die vom Gesetz vorgeschriebenen Sanktionen wie Bußgelder oder Schadenersatz, sondern laufen Sie vor allem auch Gefahr, abgemahnt zu werden. Besonders Ihre Konkurrenten dürften die Chance der Rechtsänderung nutzen, um sich im Internet auf die Suche nach „Gesetzesbrechern“ zu machen und diese auf die Nicht-einhaltung der gesetzlichen Vorschriften aufmerksam zu machen. Schlimmer ist es aber, wenn gleich Anwälte und Kanzleien damit beauftragt werden. Denn je mehr Rechtsverstöße diese finden, desto mehr Gebühren können Sie verlangen, die im Zweifel die Abgemahnten, also Sie, zu tragen haben. Mit der Gesetzesänderung wird das Abmahngeschäft daher wohl wieder angeheizt werden.

Leider können bestimmte Fragen – wieder einmal – nur über Gerichtsentscheidungen geklärt werden. Das stellt einen weiteren Anreiz dar, Klagen anzustrengen, die zur Klärung der neuen Rechtslage beitragen. Zwar helfen entsprechende Urteile auch Ihnen zukünftig



bei der Umsetzung der neuen Regelungen. Sind Sie aber der Abgemahnte und unterliegen im Verfahren, werden Sie über das Ergebnis wohl trotzdem nicht glücklich sein.

Hinzu kommt, dass auch Organisationen berechtigt sind, wegen Rechtsverstößen gegen Online-Händler vorzugehen. In Betracht kommen hierfür vor allem Verbraucherschutzorganisationen. Auch wenn diese ein ehrenwertes Ziel haben, nämlich die Einhaltung eines möglichst umfangreichen Verbraucherschutzes auch im Online-Handel, ist eine Abmahnung für Sie genauso teuer.

Keine Kosten, über die nicht belehrt wurde

Unterlassen Sie es, darüber zu informieren, dass bestimmte Kosten anfallen (beispielsweise die Kosten der Rücksendung nach Widerruf oder Wertersatz bei Wertverlust oder bereits teilweise erbrachter Dienstleistung), können Sie diese Kosten auch nicht von Ihren Kunden fordern. Es gilt der Grundsatz, dass der Unternehmer keine Kosten verlangen kann, über die er nicht vor Vertragsschluss informiert hat. Neben den Kosten einer etwaigen Abmahnung, müssten Sie also auch die angefallenen Kosten der Rücksendung sowie den Wertverlust der zurückgesendeten Ware tragen. Dasselbe tritt bei widersprüchlichen Beleh-

rungen ein, beispielsweise wenn es in den Angaben, die Sie in den AGB, im Rahmen der Pflichtinformationen oder in Ihrer Vertragsbestätigung übermitteln, Abweichungen gibt.

Schadenersatzanspruch

Kommen Sie Ihren gesetzlichen Informationspflichten nicht nach oder versenden Sie keine Vertragsbestätigung an den Verbraucher, hat dieser einen Schadenersatzanspruch gegen Sie. Ist ihm also ein Schaden deshalb entstanden, weil er die vom Gesetz geforderten Informationen von Ihnen nicht bekommen hat, müssen Sie diesen ersetzen.

Ein Schaden kann auch in der Form bestehen, dass der Verbraucher den Vertrag mit Ihnen überhaupt abgeschlossen hat. Das hätte er vielleicht nicht getan, wenn er sämtliche Informationen von Ihnen bekommen hätte (gerade bei der Interoperabilität von digitalen Daten könnte dieser Fall eintreten). Der Vertrag ist dann rückgängig zu machen und die gewährten Leistungen zurück zu gewähren. Hatte der Verbraucher daneben weitere Kosten (beispielsweise Porto oder sogar Anwaltskosten), müssen Sie diese im Zweifel ebenfalls erstatten.

Fazit

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie in das deutsche Recht am 13.06.2014 für Sie mit umfangreichen Änderungen verbunden ist. Sie sind gezwungen die

rechtlichen Texte anzupassen und neue Informationsangaben auf Ihrer Shop-Seite einzubinden. Daneben haben Sie die Möglichkeit, andere Angaben zu streichen.

Besonders relevant ist die erforderliche Anpassung der Widerrufsbelehrung. Der Gesetzgeber macht es Ihnen dabei auch mit der Vorformulierung eines entsprechenden Mustertextes nicht leichter. Geplant war zwar, dass Sie diesen zur Erfüllung Ihrer diversen Pflichten verwenden können, verwendbar ist er aber nur in wenigen Fällen. Vielfach dürften Sie vielmehr gezwungen sein, den Mustertext abzuändern und an Ihr individuelles Warenangebot und Ihr Liefersystem anzupassen.

Auch wenn Sie sich dabei weitestgehend an der gesetzlichen Fassung orientieren, können Sie wegen Ihres Textes von Konkurrenten und Verbraucherschutzorganisationen abgemahnt werden. Die Vermutung, dass die Muster-Widerrufsbelehrung mit dem geltenden Recht übereinstimmt, greift nämlich nicht mehr, wenn Sie den Text inhaltlich verändern.

Rechtssicherheit wird es in der Anfangszeit des „neuen Rechts“ deshalb kaum geben. Vielmehr ist mit einer Abmahnwelle zu rechnen, damit sich Gerichte mit der neuen Rechtslage befassen müssen und zu wichtigen Fragestellungen Antworten liefern können. Die Beklagten werden dann wohl in den meisten Fällen den Kürzeren ziehen und die Gerichts- und Anwaltskosten, auch des Gegners, zu tragen haben.

Für Sie sollte in jedem Fall gelten, die gerichtliche Entwicklung in diesem Themenbereich genau im Auge zu

behalten, um auf Entscheidungen schnell reagieren und dadurch vielleicht eine Abmahnung vermeiden zu können. Auch wir werden Sie bei jedem relevanten Gerichtsurteil informieren und die Entwicklung genauestens beobachten. Eine Liste der relevanten Inhalte von Urteilen finden Sie im Anhang dieses Whitepapers. Sollten zu diesen Themen Gerichtsentscheidungen ergehen, könnten sie Auswirkung auf Ihre Rechtstexte haben.

Vorschläge, wie eine Widerrufsbelehrung nach neuem Recht aussehen könnte und wo die Probleme bei der Nutzung des gesetzlichen Musters liegen, können Sie dem Whitepaper zum „neuen Widerrufsrecht“ entnehmen, das Sie sich unter www.protectedshops.de/neues-widerrufsrecht kostenlos herunterladen können.

Bereit sein müssen Sie am 13.06.2014!



Anhang: Relevante Themen gerichtlicher Entscheidungen

- Was sind „versiegelte Waren, die aus Gründen des Gesundheits- oder Hygieneschutzes nicht zur Rücksendung geeignet sind“?
- Wann ist eine Widerrufserklärung seitens des Verbrauchers „eindeutig“, ist das Wort „Widerruf“ oder die Formulierung „widerrufe ich“ verpflichtend?
- Kann eine Vereinbarung, dass die Rückzahlung des Kaufpreises durch den Unternehmer nicht in der vom Verbraucher für die ursprüngliche Zahlung verwendeten Zahlungsart erfolgen muss, innerhalb von AGB getroffen werden?
- Wann können die Rücksendekosten für nicht-paketversandfähige Waren „vernünftigerweise“ nicht im Voraus berechnet werden?
- Wann besteht ein Zusammenhang zwischen mehreren gleichzeitig bestellten Waren, so dass eine Bestellung als „einheitlich“ angesehen werden kann und es auf die Lieferung der letzten Ware für den Beginn der Widerrufsfrist ankommt?
- Welches Zahlungsmittel ist auch im Internetverkehr als „gängig“ und „zumutbar“ anzusehen und muss vom Unternehmer unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden?
- Muss die Nachholung einer fehlenden oder fehlerhaften Widerrufsbelehrung für „Altverträge“ nach dem 13.06.2014 mit Inkrafttreten der Gesetzesänderungen dem neuen Recht entsprechen um die „alte“ einmonatige Widerrufsfrist auszulösen?
- Welche Änderungen der Muster-Widerrufsbelehrung entsprechen der neuen Rechtslage?
- Muss innerhalb von Angeboten im Fernabsatz eine Berechnungsgrundlage oder eine Tabelle für die Versandkosten nach der PAngV angegeben werden, wenn diese vernünftigerweise vor Vertragsschluss nicht berechnet werden können?



Unternehmensinformationen

Protected Shops steht mit Geschäftsführer Markus Kluge für Sicherheit im Online-Business. Mit über 6500 Shops sind wir einer der führenden Seller im Bereich der juristischen Texte für den Online-Handel. Wir unterstützen Händler durch rechtssichere Gestaltung ihrer Shops bei einem abmahnfreien Handel. Nicht nur der eigene Onlineshop ist geschützt, wir bieten auch die Rechtstexte für eBay, Amazon und Yatego an. Die gängigsten Verkaufsplattformen können so über uns abgedeckt werden. Alle anwaltlich erstellten Rechtstextkombinationen werden bei Änderung der Rechtslage automatisch und kostenfrei angepasst. Der schnelle Download und die preisgünstigen Pakete sind unser Aushängeschild. Für die Richtigkeit der Rechtstexte stehen wir ein. Sollte es wegen unserer Texte zu einer Abmahnung kommen, übernehmen wir die Kosten.

Autoren



Katrin Trautzold

Studierte Rechtswissenschaften an der Leibniz-Universität Hannover. Bereits dort legte sie ihren Schwerpunkt auf das Urheber- und IT-Recht, den sie innerhalb des Rechtsreferendariats vertiefte. Seit 2013 setzt sie ihre Kenntnisse und Fähigkeiten als juristische Redakteurin bei Protected Shops in München ein. Dort unterstützt sie Online-Händler beim Betrieb ihres Web-Shops durch allgemein verständliche Erläuterungen auch zu schwierigen juristischen Themen.



Nicola Straub

Nicola Straub ist seit 15 Jahren mit dem E-Commerce verbunden. Dabei kennt sie als technische Leiterin für Internetprojekte neben den theoretischen Grundlagen auch die praktischen Umsetzungsprobleme. Ihr Wissen stellt sie seit 2005 als Redakteurin bei Shopanbieter.de, als Autorin von E-Commerce-Büchern sowie als Workshopleiterin bei akademie.de zur Verfügung.



Impressum

Urheberrecht

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung sowie die Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Haftung

Die Autoren haben die in diesem Werk genannten Fakten sorgfältig und nach bestem Wissen gesammelt und aufbereitet. Das schließt jedoch nicht aus, dass sich trotz aufwändiger Kontrolle Fehler eingeschlichen haben. Insbesondere die Textteile, die sich auf juristische Sachverhalte beziehen, können kein Ersatz für eine anwaltliche Beratung sein. Außerdem ist zu bedenken, dass sich sowohl die Gesetzgebung als auch die Rechtsprechung im Fluss befinden. Der Herausgeber wird Sorge tragen, diesbezügliche wesentliche Änderungen zeitnah in das Werk einzuarbeiten.

Er kann jedoch keine Gewähr dafür übernehmen, dass alle Teile des Textes jederzeit auf dem aktuellsten Stand sind. Es obliegt der Sorgfaltspflicht der Nutzer, die genannten Fakten zu verifizieren. Der Herausgeber und das Team der Autoren freuen sich über konstruktive Kritik – sie ist ein Weg, die Qualität des Werkes fortlaufend zu verbessern.

Die vorliegende Publikation ist eine kostenlose Veröffentlichung von der Protected Shops GmbH in Zusammenarbeit mit shopanbieter.de, plentymarkets GmbH und Shopware AG

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV:

Protected Shops GmbH | Kobellstr. 15 | 80336 München

Tel. +49 89 729 89 05 0 | Fax +49 89 729 89 05 130

E-Mail: info@protectedshops.de

Web: www.protectedshops.de

Für den Inhalt verantwortlich: Markus Kluge (info@protectedshops.de)

Autoren:

Katrin Trautzold | Protected Shops GmbH und Nicola Straub | shopanbieter.de

Grafik, Layout & Satz:

Jörg Schmider (Yatego GmbH)

Titelgrafikelement:

© DOC RABE Media - Fotolia.com

Zuschriften unter:

info@protectedshops.de

Weitere Informationen erhalten Sie auf den Webauftritten unter <http://www.protectedshops.de> und <http://www.shopanbieter.de>

