

Stellungnahme

Juli 2025

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts

Zusammenfassung

Das BMJV hat im Juli 2025 einen Referentenentwurf für ein Gesetz zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts veröffentlicht. Mit diesem sollen in erster Linie die Vorgaben der Richtlinien (EU) 2023/2673 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. November 2023 und (EU) 2024/825 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 umgesetzt werden. Die Umsetzung der Richtlinien hat bis zum 19.12.2025 bzw. zum 27.03.2026 zu erfolgen, sodass erheblicher Zeitdruck besteht.

Eine wesentliche Änderung, die mit diesem Entwurf umgesetzt werden soll, betrifft die **Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion** bei sämtlichen Fernabsatzverträgen, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden. Diese Stellungnahme befasst sich lediglich mit diesem Vorhaben.

Die Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion ist für den Schutz der Verbraucher bereits nicht erforderlich, weil Verbraucher heute schon auf einfachem Wege einen Widerruf erklären können. Vor dem Hintergrund der europarechtlichen Verpflichtung zur Einführung einer Widerrufsfunktion kann zum jetzigen Zeitpunkt lediglich noch auf eine sachgerechte und effektive Ausgestaltung dieser Funktion hingewirkt werden. Die vom BMJV vorgeschlagenen Gesetzesanpassungen und deren Begründungen werden diesem Ziel jedoch nicht gerecht. Aus diesem Grund wird der Referentenentwurf in seiner vorliegenden Form vom Bitkom abgelehnt.

Elektronische Widerrufsfunktion bei Fernabsatzverträgen

Das BMJV beabsichtigt, einen neuen § 356a BGB zu schaffen, welcher die Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion bei Fernabsatzverträgen regeln soll, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden. Die Verpflichtung zur Einführung dieser Funktion soll für Fernabsatzverträge für Finanzdienstleistungen, aber auch für Fernabsatzverträge über andere Waren und Dienstleistungen, für die in der Verbraucherrechte-RL ein Widerrufsrecht vorgesehen ist, gelten.

Keine Erforderlichkeit einer Widerrufsfunktion

Mit der Widerrufsfunktion soll laut Erwägungsgrund 37 der Richtlinie (EU) 2023/2673 sichergestellt werden, dass Verbraucher einen Vertrag ebenso leicht widerrufen können, wie sie ihn abschließen können. Dies ist jedoch bereits heute möglich. Im Versandhandel erkennt der überwiegende Anteil der marktteilnehmenden Händler bereits das Ausdrucken eines Retourenlabels als Widerruf an. Auch die kommentarlose Rücksendung eines Teils der bestellten Waren wird von vielen Unternehmen als Teilwiderruf gewertet. Zudem können Verbraucher bereits heute über die Prozesse im Kundenkonto, per E-Mail oder durch einen Anruf Verträge unkompliziert widerrufen. Über diese unkomplizierten Widerrufsmöglichkeiten werden Verbraucher hinreichend informiert. Da die Kunden unstreitig auch nach Einführung einer Widerrufsfunktion noch verpflichtet wären, die Ware fristgerecht an das Unternehmen zurückzuschicken, erschließt sich folglich nicht, inwiefern eine Widerrufsfunktion zu einer Erleichterung für Verbraucher führen soll. Vielmehr wird die Einführung einer solchen Funktion viele Unternehmen, die bereits mit der Vielzahl an regulatorischen Anforderungen kämpfen, zusätzlich belasten.

Unverhältnismäßiger Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft

Laut dem Referentenentwurf würde insgesamt ein »einmaliger« Erfüllungsaufwand in Höhe von 189,6 Millionen Euro bei rund 210.000 betroffenen Unternehmen entstehen. Hierbei geht der Referentenentwurf zur Anpassung bestehender IT-Systeme von gerade einmal 240 Euro aus, entsprechend würde sich der insgesamt anfallende Aufwand damit angeblich auf ca. 900 Euro pro Unternehmen belaufen. Diese Berechnung ist vor dem Hintergrund einer Vielzahl von technisch abzubildenden Konstellationen (insbesondere Teilwiderrufe bei Bestellungen von Waren von unterschiedlichen Verkäufern) nicht nachvollziehbar und zu niedrig.

Rechtsunsicherheit der zur Einführung verpflichteten Unternehmen

Darüber hinaus sollte der Gesetzgeber klarstellen, dass eine Widerrufsfunktion nur vom Vertragspartner des Kunden angeboten werden muss und nicht auf jeder Vergleichs-/Vermittlungsplattform, über die der Verbraucher ggf. einen Vertrag abgeschlossen hat. Zum einen kann nur beim Vertragspartner des Kunden bewertet werden, ob und wie lange ein Widerrufsrecht (noch) besteht; einem Vertriebspartner, der Verträge lediglich vermittelt, liegen entsprechende Informationen nicht vor. Zum anderen sollten etwaigen Missbrauchsmöglichkeiten durch die Vertriebspartner von vornherein entgegengewirkt werden, damit diese nicht auf den eigenen Seiten entweder ohne Kenntnis des Verbrauchers Widerrufserklärungen erfassen können oder Widerrufserklärungen des Kunden nicht an den Vertragspartner weiterleiten.

Der Gesetzgeber ist insoweit angehalten, den Kreis der verpflichteten Unternehmen ausdrücklich und abschließend zu regeln, um – anders als bei der Einführung des Kündigungsbuttons – eine langjährige unsichere Rechtslage für Unternehmen zu vermeiden. Nur eine solche Klarstellung verringert das wirtschaftliche Risiko für Unternehmen, dass Verbraucherverträge aufgrund von fehlerhaften oder mangels eindeutigen Gesetzeswortlaut unterlassenen Implementierungen der Widerrufsfunktion an einem Punkt in der Abschlusskette und des mit diesem Formfehler verbundenen unbefristeten Widerrufsrechts rückgängig gemacht werden können.

Positionierung der Widerrufsfunktion

Die Widerrufsfunktion soll nach der geplanten gesetzlichen Regelung für die Verbraucher leicht zugänglich sein. Das BMJV betont insoweit, dass dieser Anforderung in der Regel nur durch optisch hervorgehobene Platzierung der Funktion auf der Hauptinternetseite des Unternehmers entsprochen werden kann, damit auch Bestellungen, die ein Verbraucher als nicht registrierter Gast vorgenommen hat, leicht widerrufen werden können. Lediglich dann, wenn und soweit auch der Vertrag ausschließlich mit der Einrichtung eines Kundenkontos geschlossen werden kann, sei die Bereitstellung der Widerrufsfunktion im Login-Bereich ausreichend. Laut dem BMJV müsste die Widerrufsfunktion daher grundsätzlich auch ohne Login verfügbar sein.

Keine Anzeige auf Hauptinternetseite möglich

Bitkom vertritt die Ansicht, dass die Widerrufsfunktion nicht auf der Hauptinternetseite angezeigt werden kann.

Unsicherheiten im Rahmen der Identifikation des Verbrauchers und des Vertrages

Die Widerrufsfunktion muss dem Verbraucher gemäß dem geplanten § 356 a Abs. 2 BGB ermöglichen, dem Unternehmer seinen Namen sowie Angaben zur Identifizierung des Vertrages oder des Teils eines Vertrages, den er widerrufen möchte, und zum elektronischen Kommunikationsmittel, über welches die Widerrufsbestätigung laufen soll, bereitzustellen oder zu bestätigen.

Bei einem Widerruf über die Hauptinternetseite müsste der Verbraucher eine Vielzahl von Daten eingeben. Zur Ermöglichung einer ordnungsgemäßen Bearbeitung eines Widerrufs müsste es dem Unternehmen jedoch erlaubt sein, weitere Daten (zum Beispiel Geburtsdaten und/oder Adressen) zwecks Erkennung des Kunden abzufragen. Die umfangreiche Angabe von Informationen, die zur Identifikation des Vertrages mitunter gebraucht werden, ist fehleranfällig, zum Beispiel bei Zahlendrehern bei der Eingabe der Bestellnummer zwecks Identifikation des Vertrages. Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass eine zusätzliche Abfrage von Kundeninformationen mit dem Grundsatz der Datensparsamkeit unvereinbar ist und zu Bußgeldern nach der DSGVO führen könnte.

Irreführung des Verbrauchers durch Anzeige einer tatsächlich nicht bestehenden Widerrufsmöglichkeit

Die Widerrufsfunktion soll gut lesbar mit »Vertrag widerrufen« oder einer anderen gleichbedeutenden eindeutigen Formulierung beschriftet sein und während des Laufs der Widerrufsfrist auf der Online-Benutzeroberfläche ständig verfügbar sein.

Diese Vorgabe kann unserer Meinung nach nicht rechtskonform auf einer Hauptinternetseite umgesetzt werden, denn für die Berechnung einer Widerrufsfrist müssten dem Unternehmen zunächst der konkrete Kunde und dessen Bestellhistorie bekannt sein. Erst dann könnte inhaltlich darüber entschieden werden, ob einem Besucher der Website eine Widerrufsfunktion anzuzeigen ist. Die Dauer der Anzeige variiert nach Vertragsschluss und kann so unterschiedliche Zeiträume schon bei einem einzelnen Kunden bei mehreren Bestellungen umfassen. Die für eine solche Berechnung erforderlichen Daten müssten jedoch erst durch Eingaben in eine Maske erfragt werden. Es entstünde folglich die widersprüchliche Situation, dass ein Kunde nach dem Klick auf einen Button, der gemäß § 356a Abs. 2 n.F. mit den Worten »Vertrag widerrufen« überschrieben ist, Daten eingibt, in der Annahme, einen Widerruf zu erklären, obwohl zu diesem Zeitpunkt unklar ist, ob ein Widerruf überhaupt noch fristgerecht erklärt werden kann. Dies dürfte mit dem wettbewerbsrechtlichen Irreführungsverbot nicht vereinbar sein und würde

Unternehmen einer Abmahnwelle aussetzen. Der Bitkom weist an dieser Stelle darauf hin, dass die Grundsätze, die für den »Kündigungsbutton« bei Dauerschuldverhältnissen entwickelt wurden, nicht auf eine »Widerrufsfunktion« übertragen werden können, weil eine solche Irreführung des Verbrauchers über seine Rechte bei dauerhaft bestehenden Gestaltungsrechten wie einer Kündigung ausgeschlossen ist.

Widerrufsfunktion auf Internetseite bietet Verbrauchern keinen Mehrwert

Durch Nutzung einer Widerrufsfunktion auf einer Website würde für einen Verbraucher zudem keinerlei Mehrwert im Vergleich zu herkömmlichen Widerrufsmöglichkeiten generiert. Das BMJV sieht in dem neuen § 356 a Abs. 4 BGB vor, dass dem Verbraucher eine Eingangsbestätigung übermittelt werden muss. Diese »Gewissheit« kann ein Verbraucher heute schon durch Versendung seines Widerrufs via E-Mail erzielen. Vorteile, die einem registrierten Nutzer in einem Login-Bereich zugutekommen, könnten auf einer »offenen« Schaltfläche aus Datenschutzgründen nicht abgebildet werden. So dürfte ein Unternehmen dort beispielsweise weder anzeigen, dass ein mittels einer Bestellnummer benannter Vertrag tatsächlich besteht, noch die konkret bestellten Waren auflisten. Insoweit wäre es auch nicht möglich, einen Teilwiderruf von bestimmten Waren zu erklären bzw. anzuzeigen, dass ein solcher ggf. schon erfolgt ist. Abgesehen davon ist die Widerrufsfunktion auch nur Verbrauchern vorzuhalten. Das würde zusätzlich eine Identifikation der Verbrauchereigenschaft innerhalb der Widerrufsfunktion voraussetzen.

Hohes Missbrauchsrisiko bei Bereitstellung eines »offenen« Postfachs

Nicht verkannt werden darf auch, dass die Bereitstellung der Widerrufsfunktion auf der Hauptinternetseite ein hohes Missbrauchsrisiko birgt. Dies gilt zunächst mit Blick auf die Unternehmen. Bots könnten massenhafte Eingaben in ein solches »offenes« Postfach einspeisen und hierdurch eine Überlastung der Server und eine Verlangsamung der Reaktionszeit der Internetseite herbeiführen. Solche gezielten Angriffe können nicht nur zu finanziellen Verlusten der betroffenen Unternehmen führen, sondern auch das Vertrauen der Kunden in den betroffenen Onlineshop beeinträchtigen. Daneben würden sich Widerrufe, die durch unberechtigte Dritte erklärt werden, erheblich zulasten der Verbraucher auswirken.

Zugangsfiktion nicht richtlinienkonform

Daneben ist unklar, was genau § 356a Abs. 5 BGB n.F. fingieren möchte. Die Richtlinie geht davon aus, dass das Widerrufsrecht fristgerecht ausgeübt ist, wenn die Widerrufserklärung innerhalb der Frist abgegeben wurde. Der Verbraucher muss also hiernach die Abgabe der Erklärung darlegen können. Der Referentenentwurf fingiert hier einen Zugang, was also dazu führt, dass ein Unternehmen den »Nichtzugang« der Erklärung darlegen muss, was über die Richtlinie hinausgeht.

Fazit

Aus unserer Sicht sollte sich der Gesetzgeber auf eine Verpflichtung der Unternehmen zur Bereitstellung einer Widerrufsfunktion hinter einem Login-Bereich beschränken. Dies wäre auch europarechtskonform, weil sich aus der Richtlinie eine Vorgabe zur Anzeige einer Widerrufsschaltfläche außerhalb eines Login-Bereichs nicht ergibt und kein nationales Gold-Plating betrieben werden sollte. Sollte der Gesetzgeber sich einer solchen Beschränkung verwehren, könnte es angesichts der großen Anzahl an Kunden sowie der vielfältigen Warenkörbe und Bestellungen zu erheblichen praktischen Herausforderungen für Händler, Marktplätze und Kunden kommen.

Bitkom vertritt mehr als 2.200 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie generieren in Deutschland gut 200 Milliarden Euro Umsatz mit digitalen Technologien und Lösungen und beschäftigen mehr als 2 Millionen Menschen. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig, kreieren Content, bieten Plattformen an oder sind in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 82 Prozent der im Bitkom engagierten Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, weitere 8 Prozent kommen aus dem restlichen Europa und 7 Prozent aus den USA. 3 Prozent stammen aus anderen Regionen der Welt. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem leistungsfähigen und souveränen Digitalstandort zu machen.

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

Ansprechpartner

Friederike Michael | Referentin Digital Content & Recht
T 030 27576099 | f.michael@bitkom.org

Julia Tas | Legal Counsel
T 030 27576-335 | j.tas@bitkom.org

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Wettbewerbs- und Verbraucherrecht

Copyright

Bitkom 2025

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom oder den jeweiligen Rechteinhabern.