

Anlegerschutz | Konsumentenkredit | Versicherung | private Altersvorsorge |
Verbraucherinsolvenz | Verbraucherschutz

Herausgeberinnen und Herausgeber: Sascha Borowski, Rechtsanwalt, Düsseldorf; Prof. Dr. Christoph Brömmelmeyer, Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder); Prof. Dr. Tobias Brönneke, Hochschule Pforzheim; Prof. Dr. Dörte Busch, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin; Prof. Dr. Martin Ebers, Universität Tartu, Estland; RA Prof. Dr. Stefan Ernst, Rechtsanwalt, Freiburg; Prof. Dr. Claire Feldhusen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg; RA Dr. Carsten Föhlisch, Trusted Shops SE, Köln; Jutta Gurkmann, Verbraucherzentrale Bundesverband, Berlin; Prof. Dr. Axel Halfmeier, Leuphana Universität Lüneburg; RAin Tatjana Halm, Verbraucherzentrale Bayern e.V., München; Dr. Sibylle Kessel-Wulf, Versicherungsombudsfrau, Berlin; Prof. Dr. Wolfhard Kohte, Universität Halle-Wittenberg; Prof. Dr. Ulrich Krüger, Hochschule Bremen; Arne Maier, Rechtsanwalt, Esslingen; Dr. Rainer Metz, Krefeld; Dr. Benedikt M. Quarch, RightNow GmbH, Düsseldorf; Prof. Dr. Peter Rott, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg; Prof. Dr. Martin Schmidt-Kessel, Universität Bayreuth; Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski, Humboldt-Universität Berlin; Prof. Dr. Astrid Stadler, Universität Konstanz; Prof. Dr. Marina Tamm, Hochschule Neubrandenburg; Dr. Achim Tiffe, Rechtsanwalt, Hamburg; Prof. Dr. Klaus Tonner, Universität Rostock; Prof. Dr. Franziska Weber, Universität Rotterdam

Geschäftsführende Herausgeber: Prof. Dr. Peter Rott (V.i.S.d.P.), Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, und RA Arne Maier, Esslingen

EDITORIAL

Der Widerrufsbutton – Mehr Verbraucherschutz oder nur ein weiterer Pflichtbutton?

RAin Tanya Stariradeff, Trusted Shops SE, Köln



RAin Tanya Stariradeff,
Trusted Shops SE, Köln

Mit dem Inkrafttreten des § 356a BGB nF am 19.6.2026 sieht das deutsche Verbraucherrecht neben dem Bestellbutton (§ 312j Abs. 3 BGB) und dem Kündigungsbutton (§ 312k BGB) einen weiteren Pflichtbutton vor. In Umsetzung des Art. 11a VRRL verpflichtet die neue Regelung Unternehmer dazu, Verbrauchern eine elektronische Widerrufsfunktion anzubieten.

Die Leitidee überzeugt: Wer einen Vertrag online schließen kann, soll sich von ihm ebenso unkompliziert wieder lösen können (EG 37 der RL 2023/2673). Dieser Gedanke ist nicht neu. Bereits seit 2014 ermöglicht Art. 11 Abs. 3 VRRL Unternehmern, freiwillig eine elektronische Widerrufsmöglichkeit anzubieten. Empirische Daten über die Akzeptanz dieser Lösung liegen – soweit ersichtlich – nicht vor. Dies erschwert die Einschätzung, ob ihre verpflichtende Einführung einen messbaren Mehrwert verspricht. Somit drängt sich die Frage auf, ob die neuen normativen Vorgaben die Stellung des Verbrauchers tatsächlich und effektiv verbessern oder vor allem technischen und organi-

satorischen Aufwand auf Seite des Unternehmers bzw. rechtliche Unsicherheiten für alle Beteiligten erzeugen.

Der Widerrufsbutton ergänzt das bisherige Verbraucherschutzmodell, das primär auf der Erteilung von Informationen basiert, durch ein verpflichtendes elektronisches Ausübungsverfahren und unterstützt den Verbraucher aktiv bei der Ausübung seines Widerrufsrechts. Begrüßenswert ist dies vor allem aufgrund der seit Jahren wachsenden Kritik, dass der Verbraucherschutz immer neue Informationspflichten schafft, obwohl Verbraucher umfangreiche Belehrungen häufig weder vollständig lesen noch verstehen (vgl. nur Gsell ZfPW 2022, 130 ff.). Die Neuerung lenkt den Verbraucherschutz auf die tatsächliche Ausübung des Widerrufsrechts und somit auf die Durchsetzung verbraucherrechtlicher Ansprüche.

Dies ist auch notwendig, um Symmetrie zu schaffen. Während die Gestaltung des Bestellprozesses im Online-Handel gerade darauf abzielt, den Kaufinteressenten möglichst schnell zur Abgabe einer Vertragserklärung zu bewegen, musste der Verbraucher bisher die für den Widerruf erforderlichen Informationen (Adressat, Kontaktmöglichkeit und Bestelldaten) zusammenstellen, seine Erklärung formulieren und absenden. Der Widerrufsbutton reduziert diesen Aufwand spürbar: Der Verbraucher

muss nur noch seine Bestelldaten bereithalten. Die Standardisierung des Widerrufsverfahrens ist zugleich geeignet, unternehmensinterne Prozesse effizienter zu gestalten, da eingehende Widerrufe unmittelbar dokumentiert und eindeutig zugeordnet werden können. Dadurch werden Streitigkeiten über Zugang, Zeitpunkt und Inhalt der Widerrufserklärung reduziert.

Der Erfolg dieses Systemwechsels ist allerdings keinesfalls selbstverständlich, sondern richtet sich nach seiner konkreten Umsetzung in der Praxis. Auch hier setzt der Gesetzgeber an und regelt die Ausgestaltung deutlich detaillierter als die bisherige freiwillige Widerrufsmöglichkeit. Schnell enttäuscht wird der Rechtsanwender jedoch bei näherer Betrachtung des neuen Normkonstrukts.

Sofort fallen redaktionelle Mängel insbesondere bei den gewählten Schaltflächenbezeichnungen auf. Diese halten dem gegenüber Verbrauchern geltenden Transparenzgebot nicht stand. Das Zusammenspiel zwischen der Bezeichnung der ersten Schaltfläche („*Vertrag widerrufen*“) und der Beschriftung des zweiten Buttons („*Widerruf bestätigen*“) könnte wenig technikaffine Verbraucher hinsichtlich der Bedeutung der einzelnen Verfahrensschritte verunsichern (Buchmann/Panfil K&R 2023, 24 [30]). Hinzu kommt die Gefahr, bei gleichzeitiger Umsetzung des Widerrufs- und des Kündigungsbuttons das „falsche“ Recht auszuüben (Seiwerth NJW 2026, 945 [947 f.]). Dieses Problem dürfte sich allenfalls mit zunehmender Gewöhnung der Verbraucher an die neue Rechtslage abschwächen.

Auch inhaltlich überzeugt das Gesamtkonzept nur eingeschränkt. Bereits hinsichtlich der Frage der Verfügbarkeit des Widerrufsbuttons erscheint es nicht zu Ende gedacht. Da ein individualisierter Prozess in der Umsetzung an technischen Grenzen scheitert, wird man wohl mit der deutschen Gesetzesbegründung davon ausgehen müssen, dass ein dauerhaftes Vorhalten der Schaltfläche ausreichend und zugleich zulässig ist (BT-Drs. 21/1856, 38). Die damit einhergehende Irreführungsgefahr in den Fällen, in denen das Widerrufsrecht nicht besteht bzw. erloschen oder die Widerrufsfrist abgelaufen ist, wird hingenommen. Zwar konnten Verbraucher auch nach der bisherigen Rechtslage den Widerruf erklären, ohne dass ihnen im konkreten Fall ein Widerrufsrecht zustand. Hierzu wurden sie jedoch nicht durch einen hervorgehoben platzierten Button eingeladen.

Für einen effektiven Verbraucherschutz ist darüber hinaus Rechtssicherheit unverzichtbar. Die Unternehmer benötigen als Normadressaten hinreichend klare Vorgaben, um ihre Pflichten zuverlässig erfüllen zu können. Der Gesetzgeber regelt zwar detailliert, dass die Widerrufsfunktion leicht zugänglich, hervorgehoben und während der Widerrufsfrist verfügbar sein muss sowie welche Informationen zur Identifizierung des Verbrauchers und des Widerrufsgegenstands übermittelt werden müssen. Er beantwortet jedoch kaum die Fragen, die sich bei der praktischen Umsetzung stellen.

Bereits die Einbindung der Widerrufsfunktion wirft Fragen auf. So bleibt unklar, ob der Unternehmer die Funktion zwin-

gend auf seiner eigenen Internetseite vorhalten muss oder eine Weiterleitung auf die Seite eines spezialisierten technischen Dienstleisters zulässig ist. Ebenso wenig wird konkretisiert, welche Anforderungen an die geforderte „hervorgehobene“ Platzierung zu stellen sind. Da auch andere verbraucherschützende Informationspflichten hervorgehoben bereitzustellen sind, bleibt offen, wie sich der Widerrufsbutton hiervon sichtbar abheben soll.

Erhebliche Rechtsunsicherheit besteht ferner in Bezug auf den Einsatz technischer Zugangshürden wie Captcha-Dienste, um missbräuchliche oder automatisierte Eingaben zu verhindern. Offen bleibt auch, ob der Unternehmer die Eingabe zutreffender Bestelldaten verlangen sowie diese und den Ablauf der Widerrufsfrist in Echtzeit überprüfen darf. Solche Maßnahmen können einerseits Missbrauch verhindern und Fehlzuordnungen vermeiden, andererseits aber die Ausübung des Widerrufsrechts erschweren. Hinweise auf die Grenze zwischen zulässiger Authentifizierung und unzulässiger Erschwerung bieten die Gesetzesmaterialien nicht.

Schließlich bleibt offen, ob neben den gesetzlich erforderlichen Angaben weitere Informationen (zB zu den Gründen des Widerrufs oder zur Kundenzufriedenheit) abgefragt werden dürfen, sofern deren Beantwortung für den Verbraucher erkennbar freiwillig ist. Auch für weitere praxisrelevante Fragen – etwa zur Ausgestaltung bei Kundenkonten und Gastbestellungen, zur Behandlung von Teilwiderrufen oder zur Verantwortlichkeit auf Verkaufsplattformen – liefert das Gesetz keine belastbaren Antworten. Zurecht wird § 356a BGB nF als regulatorische „Blackbox“ bezeichnet, deren technische Konkretisierung weitgehend der Praxis überlassen bleibt (Wulf K&R 2026, Heft 6, I).

Kaum Hilfestellung bietet insoweit EG 37 der RL 2023/2673, der zwar auf einzelne Fragen eingeht, insgesamt jedoch mehr grundsätzliche Auslegungsfragen aufwirft als er bestehende Unsicherheiten beseitigt. Lobenswert sind die Klarstellungsbemühungen der deutschen Gesetzesbegründung (BT-Drs. 21/1856, 37 f.). Aufgrund des vollharmonisierenden Charakters der RL 2023/2673 kommt ihr jedoch nur begrenzte Bedeutung zu. Das Gleiche gilt für die Anwendung der zu § 312k BGB entwickelten Grundsätze.

Im Ergebnis wird die notwendige Konkretisierung der normativen Vorgaben erneut den Gerichten überlassen – zulasten der Rechtsanwender. Bis sich belastbare und einheitliche Auslegungslinien herausbilden, dürfte § 356a BGB nF denselben Weg gehen wie zahlreiche andere Regelungen des Fernabsatzrechts: geprägt durch Abmahnungen, Einzelverfahren und eine erst schrittweise entstehende Rechtsprechung. Der Widerrufsbutton steht damit exemplarisch für eine Entwicklung des Verbraucherrechts, bei der eine grundsätzlich begrüßenswerte Schutzidee durch handwerkliche Defizite in der normativen Ausgestaltung an Wirksamkeit verliert. Ob die Neuregelung tatsächlich zu einem Mehr an Verbraucherschutz führt, wird daher weniger vom Gesetz selbst als von seiner zukünftigen Auslegung und praktischen Handhabung abhängen.