

---

## Deutsche Industrie- und Handelskammer

### Stellungnahme

---

#### **Stellungnahme zum Referentenentwurf eines Gesetzes zur Änderung des Verbrauchervertrags- und Versicherungsvertragsrechts**

- Der Referentenentwurf regelt wichtige Aspekte für den Verbraucherschutz. Er ist leider zugleich ein weiterer Mosaikstein in der überkomplexen Verrechtlichung und damit gesamtwirtschaftlich nachteiligen Entwicklung des Verbrauchervertragsrechts.
- Der Widerrufsbutton kann ein Element sein, das die Vertragsfreiheit sichert. In der vorgeschlagenen Form erschwert er aber einen Gastzugang für Kunden und gefährdet das Prinzip der Datensparsamkeit. Zukunftssicher wäre eine dauerhafte, nicht individualisierte Widerrufsfunktion.
- Auch eine bloße Umsetzung von Europarecht enthebt den nationalen Gesetzgeber nicht der Rechtspflicht zu eindeutiger Regelung wesentlicher Sachverhalte: Die Verweisungstechnik im EGBGB sowie die Angaben insbesondere zum Reparierbarkeitswert sind unklar und nicht praktikabel.

Wir danken für die Gelegenheit, zum vorliegenden Referentenentwurf Stellung zu nehmen. Aufgrund der sehr kurzen Frist zur Rückmeldung, die zudem mit mehreren laufenden Konsultationen zu anderen Gesetzgebungsvorhaben zusammentrifft, konzentrieren wir uns in dieser Stellungnahme v.a. auf die geplante Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion bei Fernabsatzverträgen, die aus Sicht des Handels und der gewerblichen Wirtschaft besonders praxisrelevant ist. Ergänzend nehmen wir punktuell zu weiteren Regelungsinhalten Stellung.

Bereits an dieser Stelle möchten wir darauf hinweisen, dass der Gesetzentwurf – wie schon mehrere vorausgegangene Reformen sowie der aktuelle Referentenentwurf zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2023/2225 über Verbraucherkreditverträge – zu einer weiteren Ausweitung und Vertiefung eines ohnehin bereits stark regulierten Verbrauchervertragsrechts führt. Die vorgesehenen Änderungen bringen zusätzliche Differenzierungen, erweiterte Informationspflichten und formale Anforderungen mit sich, die das bestehende Regelungssystem weiter verkomplizieren. Dies erschwert die rechtskonforme Umsetzung in der unternehmerischen Praxis erheblich und überfordert zunehmend selbst spezialisierte Vertragsjuristen, wie wir aus mehreren Rückmeldungen erfahren. Diese Tendenz der Regulierungspraxis in Deutschland nehmen wir mit Sorge zu Kenntnis.

Für Unternehmen – insbesondere kleine und mittlere Anbieter – bedeuten die geplanten Regelungen eine spürbare Zunahme rechtlicher und organisatorischer Komplexität. Die Umsetzung ist mit erheblichem personellen und finanziellen Aufwand verbunden, ohne dass in allen Fällen ein klarer praktischer Mehrwert für Verbraucherinnen und Verbraucher erkennbar wäre.

## **I. Umsetzung des Widerrufsbuttons**

### **1. Technische und organisatorische Umsetzbarkeit fraglich – möglicher Zwang zum Kundenkonto?**

Die Vorgabe, die Widerrufsfunktion „während des Laufs der Widerrufsfrist“ ständig verfügbar und hervorgehoben bereitzustellen, stellt Unternehmen vor zum Teil unlösbare Schwierigkeiten und rechtlich widersprüchliche Pflichten.

Die Widerrufsfrist beginnt im Regelfall erst mit Erhalt der Ware (§ 356 Abs. 2 BGB) und kann je nach Vertragskonstellation (z.B. Teillieferungen, mehrere Verträge) individuell variieren. Eine automatisierte, verlässliche und individuelle Berechnung der Verfügbarkeit des Widerrufsbuttons ist weder für klassische Onlineshops noch für Online-Marktplätze machbar.

Der Referentenentwurf könnte daher dazu führen, dass Unternehmen sich gezwungen sehen, nur noch Bestellungen von registrierten Kunden zuzulassen, um anschließend die geforderte Verknüpfung des Kundenkontos mit einer Widerrufsfunktion für Einzeltransaktionen vornehmen zu können. Teilweise wurde daher in der Fachliteratur ein „jähres Ende“ des Gastzugangs befürchtet.<sup>1</sup>

Der Ansatz, die Widerrufsfunktion nur nach Anmeldung des Verbrauchers im Kundenkonto bereitzustellen, würde aber gegen die in Art. 11a Abs. 1 Unterabs. 2 Satz 2 der Verbraucherrechtlinie geforderte leichte Zugänglichkeit verstoßen. Viele Unternehmen werben zudem auch sehr bewusst um Kunden, die keine dauerhafte Geschäftsbeziehung wünschen oder die die Verarbeitung personenbezogener Daten, die nicht zur Vertragsdurchführung erforderlich sind, ablehnen. Daher wird regelmäßig die Möglichkeit einer Bestellung ohne Einrichtung eines Kundenkontos vorgesehen.

Zudem stünde dieser Umsetzung auch die Verpflichtung zur Ermöglichung von Gastbestellungen entgegen, wie sie sich aus Art. 5 Abs. 1 lit. c DSGVO in Verbindung mit dem Beschluss der Datenschutzkonferenz (DSK) vom 24. März 2022 ergibt (abrufbar unter: [https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/dskb/20222604\\_beschluss\\_dateminimierung\\_onlinehandel.pdf](https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/dskb/20222604_beschluss_dateminimierung_onlinehandel.pdf)). Auch nach Auffassung der DSK müssen Kunden frei entscheiden können, ob sie als

---

<sup>1</sup> Izzo-Wagner/Otto/Schultess: Die EU-Änderungsrichtlinie in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge, Zeitschrift für Bank- und Kapitalmarktrecht, 2024, 81 (86)

Gast einkaufen möchten oder ein fortlaufendes Kundenkonto führen. Um dem Grundsatz der Datenminimierung zu genügen, sind nur Daten zu erheben, die für die Abwicklung eines einzelnen Geschäfts erforderlich sind.

Der Referententwurf schafft somit eine Pflichtenkollision für Unternehmen. Im Ergebnis darf die vorgesehene Regulierung nicht dazu führen, Unternehmen und Kunden diese Option zu erschweren.

## **2. Widerrufsrechte und Ausnahmen**

Es besteht Unklarheit, wie Ausnahmen vom Widerrufsrecht (§ 312g Abs. 2 BGB), z.B. bei personalisierten oder entsiegelten Waren, technisch und rechtlich berücksichtigt werden sollen. Die verpflichtende Bereitstellung eines Widerrufsbuttons bei gemischten Warenkörben aus widerruflichen und nicht widerruflichen Artikeln birgt das Risiko irreführender Verbraucherinformationen.

Auch die Berücksichtigung von regional unterschiedlichen Feiertagen bei der Fristberechnung stellt Unternehmen vor zusätzliche Hürden.

## **3. Dauerhafte Bereitstellung als pragmatische Lösung**

Da eine individualisierte Verfügbarkeit des Widerrufsbuttons technisch kaum leistbar ist, sollte gesetzlich klargestellt werden, dass eine dauerhafte, nicht individualisierte Vorhaltung der Widerrufsfunktion ausreicht und nicht als irreführende geschäftliche Handlung gilt. Dies würde Rechtssicherheit schaffen und Abmahnrisiken reduzieren.

## **4. Anforderungen an Angaben und Bestätigungsfunktion**

Unklar bleibt, welche konkreten „Angaben zur Identifizierung des Vertrags“ vom Verbraucher bei Widerruf erwartet werden. Eine gesetzliche Klarstellung, dass z.B. die Bestellnummer verpflichtend abgefragt werden darf, wäre sinnvoll.

Zur Bestätigungsfunktion ist festzuhalten, dass weder der Referententwurf noch die zugrundeliegende Richtlinie Vorgaben zur Anordnung oder Gestaltung machen. Es wäre wünschenswert, eine Klarstellung zu erhalten, ob zusätzliche Informationen zwischen den Angaben des Verbrauchers und der Bestätigung eingeblendet werden dürfen, ohne den Widerruf unverhältnismäßig zu erschweren.

## **5. Auswirkungen auf kleine und mittlere Unternehmen**

Die technischen Anforderungen an eine zweistufige Widerrufsfunktion mit Bestätigung und der Übermittlung einer Eingangsbestätigung auf einem dauerhaften Datenträger sind komplex und erfordern häufig externe IT-Dienstleister. Die im Entwurf veranschlagten einmaligen Kosten von ca. 240 Euro pro Unternehmen erscheinen in Anbetracht von Datenschutz-, Barrierefreiheits- und Systemintegrationsanforderungen deutlich zu niedrig.

## 6. Besondere Herausforderungen bei Plattformgeschäften

Bei Vertragsabschlüssen über Vermittlungsplattformen (z.B. Amazon, eBay) ist unklar, wer für die Bereitstellung des Widerrufsbuttons verantwortlich ist. Plattformbetreiber müssten die Funktion individuell für jeden Vertrag bereitstellen. Unternehmen sind in der Umsetzung auf die Mitwirkung der Plattformbetreiber angewiesen, was zusätzliche Unsicherheiten und Haftungsrisiken schafft.

## II. Änderungen zum EGBGB

Kritisch zu bewerten ist insbesondere Artikel 246 Abs. 1 Nr. 5 EGBGB-E und Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1, Nr. 11 EGBGB. Diese Vorschriften verweisen auf die „Verwendung der harmonisierten Mitteilung, die die Kommission auf Grundlage von Artikel 22a Absatz 2 der Richtlinie 2011/83/EU in der Fassung vom 28. Februar 2024 festgelegt hat.“

Einerseits ist bereits fraglich, ob der Gesetzgeber auf eine im Wege des delegierten Rechtsaktes noch zukünftig zu verabschiedende Mitteilung der Kommission verweisen darf. Deren Inhalt soll erst bis September 2025 durch die Kommission festgelegt werden. Zum Zeitpunkt der Verabschiedung des RefE im Bundestag mag dies bereits geschehen sein – oder eben nicht –, aber auch grundsätzlich erscheinen derartige Verweisungen auf delegierte Rechtsakte als fahrlässig, zumal wesentliche, ausschließlich gesetzlich zu regulierende Elemente betroffen sind und das nationale Recht in bestimmten Fällen gerade auch davon abweichen kann. Der Rückgriff auf vermeintliche europarechtliche Pflichten greift insoweit nicht.

Andererseits führt der gute und im Prinzip unterstützenswerte Zweck der Mitteilung, eine einheitliche Information der Verbraucher in der EU einschließlich eines „leichten Verständnisses“ ihrer Rechte (Art. 22 a Abs. 1 RL 2011/83) zu erreichen – was angesichts der auch durch den vorliegenden EGBGB-E eher unwahrscheinlich erscheint –, in der Praxis der Unternehmen teilweise eher zu Verwirrung. Denn solche komplexen und für den Rechtsanwender nur schwer nachvollziehbaren Verweisungen erschweren die rechtssichere Umsetzung der Vorgaben.

Auch wenn sich der Wortlaut des RefE teilweise an der zugrunde liegenden Richtlinie orientiert, sollte die nationale Umsetzung eine durchgehend praxistaugliche Anwendung ermöglichen. Der Inhalt der verpflichtenden Mitteilung sollte möglichst direkt im Gesetzestext oder zumindest durch eine konkrete, einfach auffindbare Fundstelle benannt werden. Wenn die Rechtspflichten der Unternehmen nicht mehr aus dem Gesetzestext ersichtlich sind, gefährdet dies absehbar eine verbraucherfreundliche Rechtswirklichkeit.

Ähnliche Probleme bestehen bei Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nr. 11a EGBGB-E. Inhalt und Form der dort geforderten „harmonisierten Kennzeichnung“ sind bislang nicht eindeutig ersichtlich. Für eine sachgerechte Umsetzung wäre es notwendig, dass diese Informationen leicht zugänglich und klar verständlich ausgestaltet werden.

Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nr. 20 EGBGB-E zum „Reparierbarkeitswert“ von Waren ist in der Praxis nur schwer umsetzbar. Auch hier ist die einzuführende Norm unbestimmt und bereits von daher fragwürdig. Ihre grammatische Auslegung ergibt eine Pflicht zur Einhaltung von „gegebenenfalls“ auf „Unionsebene festgelegten Anforderungen“ (indem das gegebenenfalls sich auf die Angabe von zukünftigen EU-Anforderungen bezieht) nicht aber eine Pflicht, wie sie in Art. 5 der geänderten RL 2011/83 enthalten ist, namentlich eine Informationspflicht, die eben nur „gegebenenfalls“ entsteht, wie dort wiederholt formuliert. Die gegenwärtige Formulierung wäre ein Verweis „ins Blaue“ hinein.

Händler, die Waren von verschiedenen Herstellern verkaufen, können den Reparierbarkeitswert in der Regel nicht selbst angeben, da sie keinen Zugang zu Informationen über die verbauten Teile oder deren Haltbarkeit haben – zumal diese oft als Geschäftsgeheimnisse gelten. Eine Ausnahme ist nicht erkenntlich.

Unklar ist schließlich, wie der Reparierbarkeitswert konkret ermittelt werden soll. Zwar geht die Vorgabe auf europäisches Recht zurück, dennoch sollte die nationale Umsetzung für die Unternehmen klar und praktikabel ausgestaltet sein.

### **III. Änderung zum VVG**

Die verpflichtende Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion bei Online-Abschlüssen von Versicherungsverträgen (§ 8 Abs. 1 VVG-E) wird auch im Kontext des Versicherungsvertragsgesetzes kritisch bewertet. Hinsichtlich der sich in der Praxis ergebenden Herausforderungen kann auf die zuvor dargestellten Ausführungen verwiesen werden.

Daneben wirft die Verpflichtung zur barrierefreien Bereitstellung von Informationen auf Verlangen (§ 8 Abs. 1 Satz 3 VVG-E i.V.m. §§ 312c, 356a BGB und Artikel 246b § 2 Abs. 1 Satz 2 EGBGB-E) Auslegungsfragen auf. Der Entwurf lässt offen, was unter einem „geeigneten und barrierefreien Format“ zu verstehen ist. Eine klare Orientierung an den im Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) verankerten Standards – insbesondere der EN 301 549 und den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1) – wäre hier sinnvoll. Gleichzeitig wäre eine abgestufte Anwendungspflicht je nach Unternehmensgröße und digitalem Reifegrad geboten, um insbesondere kleine Betriebe nicht übermäßig zu belasten.

Die Neuregelung des Widerrufsrechts bringt zwar durch die klare zeitliche Begrenzung – zwölf Monate und 14 Tage (§ 8 Abs. 4 VVG-E), bei Lebensversicherungen 24 Monate und 30 Tage (§ 152 VVG-E) – ein Plus an Rechtssicherheit. Gleichzeitig birgt sie jedoch das Risiko, dass insbesondere kleinere Unternehmen bei der Widerrufsbelehrung durch formale Fehler erneut einer faktisch unbefristeten Widerrufsmöglichkeit ausgesetzt sind.

## **IV. Gesamtbewertung**

Die im Referentenentwurf vorgesehenen Neuregelungen zu Widerrufsrechten, Informationspflichten und der elektronischen Widerrufsfunktion enthalten wichtige Elemente zur Stärkung des Verbraucherschutzes.

Gleichzeitig führen sie jedoch zu einer weiteren Komplexitätssteigerung und sind für viele Unternehmen – insbesondere kleine und mittlere – in der derzeit vorgesehenen Form nur schwer oder mit unverhältnismäßigem Aufwand umsetzbar. Unklarheiten bei der praktischen Anwendung, etwa zur Fristberechnung, zu Ausnahmen vom Widerrufsrecht, zur inhaltlichen Ausgestaltung des Widerrufsbuttons oder zur barrierefreien Informationsbereitstellung, beinhalten viele rechtliche Unsicherheiten und damit ein hohes Risiko wettbewerbsrechtlicher Abmahnungen. Hinzu kommen besondere Herausforderungen bei Geschäften über Vermittlungsplattformen, bei denen die Verantwortlichkeiten bislang nicht abschließend geklärt sind.

Dass der deutsche Gesetzgeber zur Umsetzung der EU-Richtlinie verpflichtet ist, entbindet ihn nicht von der Verantwortung und der Rechtspflicht, die nationalen Vorgaben so auszugestalten, dass sie für die betroffenen Unternehmen verständlich, praxistauglich und rechtssicher anwendbar sind.

Vor diesem Hintergrund sind gesetzliche Klarstellungen und praxistaugliche Erleichterungen dringend erforderlich, um eine ausgewogene Balance zwischen Verbraucherschutz und unternehmerischer Zumutbarkeit zu gewährleisten. Ohne solche Nachbesserungen besteht die Gefahr, dass kleine Unternehmen vom Online-Markt ausgeschlossen werden oder erhebliche Investitionen in externe IT- und Rechtsberatung tätigen müssen, die in keinem Verhältnis zum Geschäftsumfang stehen. Ziel muss es sein, Rechtssicherheit, technische Umsetzbarkeit und ökonomische Verhältnismäßigkeit gleichermaßen zu gewährleisten.

## **Ergänzende Informationen**

### **Ansprechpartner mit Kontaktdaten**

Dr. Christian Groß

Referatsleiter Zivilrecht und Justizariat, Schiedsgerichtbarkeit und Wirtschaftsmediation

DIHK Deutsche Industrie- und Handelskammer

Breite Straße 29, 10178 Berlin

Tel.: (030)20308-2723

E-Mail: [gross.christian@dihk.de](mailto:gross.christian@dihk.de)

## **Beschreibung DIHK**

### **Wer wir sind:**

Unter dem Dach der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) sind die 79 Industrie- und Handelskammern (IHKs) zusammengeschlossen. Unser gemeinsames Ziel: Beste Bedingungen für erfolgreiches Wirtschaften.

Auf Bundes- und Europaebene setzt sich die DIHK für die Interessen der gesamten gewerblichen Wirtschaft gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit ein. Denn mehrere Millionen Unternehmen aus Handel, Industrie und Dienstleistung sind gesetzliche Mitglieder einer IHK - vom Kiosk-Besitzer bis zum Dax-Konzern. So sind DIHK und IHKs eine Plattform für die vielfältigen Belange der Unternehmen. Diese bündeln wir in einem verfassten Verfahren auf gesetzlicher Grundlage zum Gesamtinteresse der gewerblichen Wirtschaft und tragen so zum wirtschaftspolitischen Meinungsbildungsprozess bei.

Grundlage unserer Stellungnahmen sind die wirtschaftspolitischen Positionen und beschlossenen Positionspapiere der DIHK unter Berücksichtigung der der DIHK bis zur Abgabe der Stellungnahme zugegangenen Äußerungen der IHKs und ihrer Mitgliedsunternehmen.

Darüber hinaus koordiniert die DIHK das Netzwerk der 150 Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen der Deutschen Wirtschaft in 93 Ländern.