

Gesetzliches Widerrufsrecht im E-Commerce? Musterbeispiel für missglückte Regulierung

Eine parlamentarische Initiative sieht vor, dass das Widerrufsrecht für Haustürgeschäfte im Schweizer Obligationenrecht auf E-Commerce ausgedehnt werden soll. Zur Vernehmlassung wurden keine Vertreter der Onlinebranche eingeladen. Kommt das Vorhaben durch, hemmt dies die Entwicklung des B2B-E-Commerce in der Schweiz. Rolf Auf der Maur, Delia Bosshard

Die aktuelle Revisionsvorlage soll risikoreiche Geschäftssituationen zum Schutze des Konsumenten durch ein gesetzliches Widerrufsrecht entschärfen. Von wenigen Ausnahmen abgesehen soll der Konsument während 14 Tagen auch ohne Grund ein online getätigtes Geschäft widerrufen können. Dem Entwurf liegt eine parlamentarische Initiative aus dem Jahre 2006 zugrunde, die allerdings ausschliesslich auf die Beseitigung von Missbräuchen im Telefonverkauf gezielt hatte. Die ständerätliche Kommission für Rechtsfragen hat den Anwendungsbereich nun aber ohne ersichtlichen Anlass auf alle Fernabsatzgeschäfte ausgedehnt. Onlinebasierte Geschäftsmodelle (E-Commerce) würden damit den Haustür- und Telefonverkäufen gleichgestellt.

Beim Verkauf an der Haustüre kann der Konsument aufgrund des persönlichen Kontakts mit dem Anbieter in eine Zwangslage versetzt werden kann. Im Zustand der Überrumpelung oder Überforderung schliesst er in der Folge unter Umständen einen Vertrag ab, den er eigentlich nicht gewollt hatte. Diese Fallkonstellation war 1991 Grund für die Aufnahme des Widerrufsrechts bei Haustürgeschäften ins Obligationenrecht (OR). Auch beim Telefonverkauf kann eine Drucksituation entstehen, weshalb seit geraumer Zeit eine Ausdehnung des Widerrufsrechts auf den Telefonverkauf gefordert wird.

Im E-Commerce geht die Initiative vom Kunden aus

E-Commerce funktioniert grundlegend anders. Letztlich ist es hier immer der Konsument, der eine Website aufsucht und sich mit dem Angebot auseinandersetzt. Er kann den Besuch jederzeit frei unter- oder abbrechen. Auch kann er Angebote verschiedener Händler miteinander vergleichen oder gar einen der zahlreichen automatisierten Vergleichsdienste in Anspruch nehmen, um das für ihn beste und günstigste Angebot zu finden. Ist dem Konsumenten ein Widerrufsrecht wichtig, kann er einen Anbieter wählen, der ihm ein solches freiwillig anbietet. Möchte er die Ware vor Bestellung physisch sehen, kann er einen Verkaufsladen aufsuchen, sich beraten lassen und am Ende seine Bestellung immer noch am günstigsten Ort tätigen. Kurz: Das Internet schafft Transparenz bezüglich Eigenschaften und Konditionen beinahe aller Produktgattungen und Dienstleistungen. Eine wirksame Druckausübung durch den Anbieter ist kaum möglich. Der Wettbewerb spielt im E-Commerce. Das ist der beste Schutz für den Konsumenten.

Damit soll nicht gesagt sein, dass es keine schwarzen Schafe im Onlinehandel gibt. Doch diese überleben in der Regel nicht lange. Ausserdem ist der Konsument unlauteren Angeboten im Internet schon heute nicht schutzlos ausgeliefert: Seit der Revision des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vom 1. April 2012 existieren verbindliche Vorgaben für die Offenlegung der Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen. Weitere Bestimmungen im UWG sollen irrtümlichen oder durch

Täuschung arglistig herbeigeführten Käufen entgegenwirken und so beispielsweise «Abofallen» verhindern. Kommt ein Vertragsabschluss dennoch durch Täuschung des Konsumenten zustande, kann dieser den Vertrag seit jeher unter Berufung auf Art. 28 OR anfechten.

Regelung überflüssig und schlecht von EU kopiert

Die vorgeschlagene Regelung ist also schon im Ansatz überflüssig. Das einzige Argument für ein Widerrufsrecht im E-Commerce besteht darin, dass die EU auch über ein solches verfügt. Dem ist entgegenzuhalten, dass in den USA als Land mit den grössten Onlineplattformen die Konditionen eines möglichen Widerrufs ebenso dem Wettbewerb überlassen werden wie in den meisten anderen Ländern weltweit (besonders in Asien).

Die Regelung ist aber auch im Detail verfehlt. So soll der Widerruf auch dann noch möglich sein, wenn eine Sache bereits gebraucht worden ist. Eine Ausnahme besteht bei beweglichen Sachen, die sich aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung eignen, schnell verderben oder individuell und gemäss Vorgaben des Konsumenten angefertigt wurden (Art. 40f E-OR). Dienstleistungen können nicht mehr widerrufen werden, wenn die Dienstleistung vor Ablauf der Widerrufsfrist vollständig erbracht wurde (Art. 40g E-OR). Bei digitalen Inhalten schliesst die Vorlage das Widerrufsrecht nur aus, wenn die Inhalte nicht auf einem festen Datenträger zur Verfügung gestellt werden und der Vertrag von beiden Vertragsparteien sofort vollständig zu erfüllen ist (Art. 40h E-OR). Dies ist höchst

problematisch, da der Wert digitaler Inhalte im immateriellen Wert und nicht im digitalen Speichermedium besteht. Das Widerrufsrecht ist auf 14 Tage beschränkt. Die Vorlage enthält allerdings nur eine relative Befristung ab Möglichkeit der Kenntnisnahme und keine absolute zeitliche Schranke. Die Ausdehnung des Widerrufsrechts auf den E-Commerce würde daher missbräuchliches Verhalten seitens des Konsumenten fördern. Dadurch entstünden den Anbietern erhebliche Zusatzaufwendungen für Abschreibungen der zurückgesandten Ware sowie Kosten für die Rücknahme und die Administration. Die Überwälzung dieser Aufwendungen auf die Konsumenten liesse das Preisniveau ansteigen.

Einseitige Vernehmlassung

Im bis 21. Dezember 2012 geführten Vernehmlassungsverfahren wurden insbesondere Konsumentenschutzorganisationen eingeladen, zum Vorentwurf der Revision Stellung zu nehmen. Branchenvertreter aus dem E-Commerce wurde nicht explizit eingeladen, obwohl die Revision massive Auswirkungen auf ihr Geschäftsmodell und den Wettbewerb hätte. Offenbar waren kritische Stimmen zum Vorhaben nicht erwünscht. Die Simsa Swiss Internet Industry Association und andere Branchenverbände haben sich dennoch an der Vernehmlassung beteiligt und das Vorhaben kritisiert. Es bleibt zu hoffen, dass die Argumente der E-Commerce-Branche in der Ausarbeitung des Entwurfs beziehungsweise in der parlamentarischen Debatte Gehör finden und das Widerrufsrecht nicht auf den E-Commerce ausgedehnt wird. <

Dr. Rolf Auf der Maur und
Delia Bosshard, Rechtsanwältinnen
Vischer AG, Zürich und Basel.