

Widerrufsrecht im E-Commerce – der falsche Weg

Die Initiative für mehr Konsumentenschutz sieht ein allgemeines Widerrufsrecht im Online-Handel vor. Die Argumentation dazu ist überholt.

Tatsächlich bedarf der Online-Handel keines besonderen gesetzlichen Schutzes. Von Ralf Wölflle

Das umstrittene Widerrufsrecht im Fernabsatzgeschäft – namentlich bei Online-Einkäufen im Internet – hat hartnäckige Verfechter. Obwohl es als Gesetzesprojekt bereits 2005 und als parlamentarische Initiative 2006 und 2009 gescheitert ist, steht es in einem neuen Entwurf zur Änderung des Obligationenrechts wieder an erster Stelle. Dabei hätte dieser Entwurf lediglich das Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften auf ungebetene Telefonverkäufe übertragen sollen. So forderte es die Initiative Bonhöte, der 2009 Folge gegeben wurde. Die politischen Winkelzüge sind einer sachlich orientierten Meinungsbildung im laufenden Vernehmlassungsverfahren nicht zuträglich. Im Bericht der Rechtskommission werden zur Begründung des Regelungsbedarfs unterschiedliche Verkaufsformen vermischt. Dem unscharf begründeten Plädoyer des Bericht für ein allgemeines Widerrufsrecht im Online-Shopping sind kritische Überlegungen gegenüberzustellen.

Widerrufsrecht unbegründet

Zunächst ist zu sagen, dass die ursprünglichen Anliegen der Initiative Bonhöte zum Schutz der Konsumenten im Telefonverkauf Unterstützung verdienen. Auch im Online-Shopping ist Konsumentenschutz selbstverständlich ein sinnvolles Ziel. Hier wurde durch die am 1. April dieses Jahres in Kraft getretene UWG-Revision ein grosser Fortschritt erreicht, indem Verbrauchern mehr Transparenz verschafft und die Möglichkeit von Beschwerden beim Seco eingeräumt wurde. Für ein allgemeines Widerrufsrecht im Online-Shopping werden allerdings weder im aktuellen Bericht der Rechtskommission noch in den herangezogenen Quellen überzeugende Gründe dargelegt. Für die detaillierte Auseinandersetzung mit dem E-Commerce wird ohnehin auf einen Bericht aus dem Jahr 2004 verwiesen. Zusammengefasst wird dort argumentiert, dass fehlendes Konsumentenvertrauen dazu führe, dass das wirtschaftliche Potenzial des Einkaufs im Internet nicht ausgeschöpft werde.

Gleichzeitig wird festgestellt, dass Schweizer Konsumenten in E-Commerce-Angelegenheiten weder vor Gericht klagen noch Beschwerden vorbringen, was bis heute gilt. Schweizer seien «im europäischen Vergleich vorsichtiger, ängstlicher und sicherheitsbewusster». Schade, dass hier nicht das Wort «besonnener» verwendet wurde. Denn tatsächlich kommt es in der Schweiz kaum vor, dass jemand wegen eines Internetangebots vor Glück schreit und eine «Cooling-off-Periode» benötigt, wie der Bericht der Rechtskommission es fordert.

Tatsächlich bedarf der Online-Handel keines besonderen gesetzlichen Schutzes. Auch in der

Schweiz steigt der Anteil der Internet-Verkäufe kontinuierlich an. Dabei profitiert der Kanal von seinen eigenen vertrauensbildenden Mechanismen. Dank Google und Social Media ist die Transparenz nirgendwo so hoch wie im Internet. Vertrauen und positives Kunden-Feedback sind zentrale Erfolgsvoraussetzungen im E-Commerce. Wer im Internet einkaufen will, findet heute für alle Produktgattungen seit Jahren etablierte Anbieter mit zahlreichen positiven Kundenreferenzen. Wer sich im Internet nur informieren, das Produkt vor einer endgültigen Entscheidung aber in die Hand nehmen will, findet dazu immer mehr Anbieter, die sowohl einen Online-Shop als auch Läden betreiben und sogenannte Cross-Channel-Services anbieten.

Ausserdem gibt es viele Online-Anbieter, die freiwillig ein Rücktrittsrecht anbieten. Natürlich kann es unbekannte Online-Anbieter geben, die nicht über positives Kunden-Feedback verfügen, womöglich im Ausland domiziliert sind, ein Produkt günstiger anbieten als andere und sich im Konfliktfall nicht konsumentenfreundlich verhalten. Soll aber ihretwegen eine ganze Branche reguliert werden?

Unerwünschte Quersubventionierung

«Verbraucher zahlen für ihre Rechte», titelte das deutsche Handelsblatt schon vor zwei Jahren. In der EU hat man Erfahrungen mit einem allgemeinen Rücktrittsrecht im Online-Handel und weiss, dass ein solches Gesetz zwei Seiten hat. Laut «Trusted Shops» – nach eigenen Angaben Europas führendes Gütesiegel für Online-Shops – geht etwa jede zehnte Bestellung an die Händler zurück. Für diese Rücksendungen fallen je nach Branche unterschiedlich hohe Kosten an: für das Porto sowie die Arbeitszeit für Produktprüfung, Wiederaufbereitung und Zahlungserstattung. Diese Kosten werden auf alle Kunden umgelegt: Angenommen, bei einem durchschnittlichen Artikelwert von 60 Franken verursacht jede zehnte Lieferung Rücksendekosten von 30 Franken, dann erhöht sich das Preisniveau des Anbieters um 5 Prozent.

Zu den zentralen Argumenten der Befürworter gehört, dass Konsumenten in der EU wegen des dort bestehenden Rücktrittsrechts bessergestellt wären als in der Schweiz. Diese Argumentation ist fragwürdig – in anderen Bereichen, etwa dem Kündigungsschutz von Arbeitnehmern, würde man wohl kaum so argumentieren. Interessanterweise kennt man in den USA, der in diesem Bereich führenden Nation, kein allgemeines Rücktrittsrecht. Laut Bericht der Rechtskommission bestehen in den USA im Online-Handel, bei Telefonverkäufen und Haustürgeschäften unterschiedliche Regelun-

gen – in der Schweiz aber soll alles über einen Kamm geschert werden.

Konsumenten wäre besser gedient, wenn Probleme im Online-Handel genauer identifiziert und gezielter angegangen würden. Mögliche Bereiche sind Verbraucherrechte in Situationen, in denen Anbieter nicht oder zu spät liefern, die gelieferten Produkte nicht in Ordnung sind oder gesetzliche Vorgaben nicht eingehalten werden. Ein allgemeines Widerrufsrecht einzuführen, hiesse, mit Kanonen auf Spatzen zu schiessen. Das Preisniveau in der Schweiz würde dadurch weiter erhöht werden.

.....
Ralf Wölfle ist Vorstandsmitglied im Verband der Internetwirtschaft Simsa.