

## Trusted Shops Pressemeldung

08.08.17

### **Müssen Kunden beigefügte Retourscheine verwenden?**

**Köln, 08. August 2017. Eine der wesentlichen Änderungen, die die Verbraucherrechtlinie mit sich brachte, betraf die Rücksendekosten im Falle des Widerrufs. Anders als bisher sind sie grundsätzlich vom Verbraucher zu tragen. Unkomplizierte Retourenprozesse steigern jedoch die Kaufbereitschaft, so dass viele Händler darauf verzichtet haben, die Rücksendekosten dem Kunden aufzuerlegen, und bieten kostenfreie Retourenlabels an. Aber muss der Kunde diese überhaupt nutzen? Und wie gestaltet sich die Widerrufsbelehrung?**

#### **Retourenklausel unter der alten Rechtslage**

Nach der alten Rechtslage war eine sorgfältig formulierte Bitte möglich, während die Verpflichtung zur Nutzung eines bestimmten Versandwegs eine unzulässige Einschränkung des Widerrufsrechts darstellte und somit unzulässig war. So wurde z.B. die Klausel „Wichtiger Hinweis: Bitte [...] legen Sie den beigefügten Rücksendeschein ausgefüllt dazu und verwenden Sie für die Rücksendung den Retourenaufkleber“ vom OLG Hamm (Urt. v. 10.12.2004, Az. 11 U 102/04) verworfen.

Der Grund für diese Rechtsprechung lag in der sog. 40-Euro-Klausel. Danach durften dem Verbraucher die Rücksendekosten nur dann auferlegt werden, wenn der Preis der zurückzusendenden Sache einen Betrag von 40 Euro nicht überstieg oder wenn bei einem höheren Preis der Verbraucher die Gegenleistung oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht hatte. Im Übrigen hatte der Händler die Kosten der Rücksendung zu tragen.

Da der Verbraucher nur in Ausnahmefällen die Rücksendekosten zu tragen hatte, konnte er grundsätzlich die Ware sogar unfrei an den Händler zurückschicken. Die Verpflichtung zur Nutzung eines Retourenlabels war im Vergleich zu seinen gesetzlichen Rechten eine Benachteiligung.

#### **Was hat sich geändert?**

Nach der ausdrücklichen Regelung des § 357 Abs. 6 Satz 1 BGB trägt jetzt der Verbraucher die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Voraussetzung ist allerdings, dass er vom Unternehmer wirksam darüber vor Abgabe der Bestellung informiert wurde.

Vor besondere Herausforderungen gestellt sind in diesem Zusammenhang die Verkäufer von Speditionswaren. Denn sie müssen dem Kunden darüber hinaus die anfallenden Rücksendekosten konkret mitteilen. Eine genaue Ermittlung ist jedoch kaum möglich, wenn der Händler die Rücksendung nicht selbst organisiert.

Ob dies den Händler berechtigt, den Verbraucher zu verpflichten, die Retourenlabels zwingend zu verwenden, wurde von der Rechtsprechung bisher nicht entschieden. Dafür spricht, dass der Kunde dadurch finanziell besser gestellt wird. Dies kann den Nachteil ausgleichen, der ihm dadurch entsteht, dass er ein bestimmtes Versandunternehmen aufsuchen muss. Gleichzeitig muss man jedoch beachten, dass dieser Aufwand je nach Wohnlage des Verbrauchers sehr unterschiedlich sein kann. In Ballungszentren dürfte es sicherlich unerheblich sein, von welchem Logistikunternehmen die Labels stammen. Anders ist die Frage bei abgelegenen Ortschaften zu beurteilen, wo der nächste Paketshop mehrere Kilometer entfernt sein kann. Gerade für kleine Online-Händler ist es in der Praxis sehr schwierig, bei dieser Frage zwischen den verschiedenen Kundengruppen zu differenzieren und eine entsprechende Verpflichtung ohne Risiko zu vereinbaren.

### **Einfaches Angebot an den Kunden reicht aus**

Dies ist aber auch nicht nötig. Durch ein einfaches Angebot zur Nutzung des Retourenlabels sind die Interessen des Händlers ausreichend geschützt. Nimmt der Kunde dieses Angebot nicht an, dann muss er die Ware auf eigenen Kosten zurückversenden. Dadurch wird der Händler nicht schlechter gestellt, als wenn der Kunde das Retourenlabel genutzt hätte. Denn anders als nach der früheren Rechtslage ist der Kunde nicht berechtigt, die Ware unfrei zurückzusenden.

### **Wie belehrt man richtig?**

Aber auch bei dieser Lösung besteht die Schwierigkeit wohl darin, darüber zu informieren, da in der Musterbelehrung solche Differenzierungen nicht vorgesehen sind. Viele Händler versuchen, auf die kostenlosen Retourenscheine bereits im Rahmen der Widerrufsbelehrung hinzuweisen. Dann stellen sie aber fest, dass die Musterbelehrung keine Differenzierung vorsieht. Entweder trägt der Kunde die Kosten der Rücksendung oder der Händler erklärt sich dazu bereit. Modifiziert man das Belehrungsmuster, entfällt die gesetzliche Privilegierung. Dies bringt für den Online-Händler ein schwer kalkulierbares Risiko mit sich. Abmahnungen drohen dann nicht nur wegen der Information zu den Rücksendekosten, sondern auch wegen weiterer unklarer Begriffsbestimmungen, die der Gesetzgeber selbst verwendet.

Da bei einem einfachen Angebot des Händlers der Kunde weiterhin zur Tragung der Rücksendekosten verpflichtet bleibt, so ist dies in der Widerrufsbelehrung durch die Verwendung des entsprechenden Gestaltungshinweises („Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren“) zu kommunizieren.

Im Anschluss an die Widerrufsbelehrung oder in den AGB kann der Händler dann auf die kostenfreien Retourenlabels hinweisen und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme regeln. Ein Widerspruch zu der Widerrufsbelehrung entsteht dabei nicht, da der Kunde selbst darüber entscheidet, ob er das Angebot annimmt oder nicht.

## Fazit

Man muss kein unnötiges Abmahnrisiko eingehen und Kunden zur Verwendung von Retourenlabels verpflichten. Die Interessen des Händlers sind ausreichend geschützt, wenn das Angebot freiwillig gestaltet wird. Es empfiehlt sich, die Nutzung der Retourenlabels außerhalb der Widerrufsbelehrung zu regeln. Für die richtige Formulierung sollte anwaltlicher Rat eingeholt werden – dann ist man jedenfalls auf der sicheren Seite.

## Über Trusted Shops

Trusted Shops ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce. Das Kölner Unternehmen stellt mit dem Gütesiegel inklusive Käuferschutz, dem Kundenbewertungssystem und dem Abmahnschutz ein „Rundum-sicher-Paket“ bereit: Anhand von strengen Einzelkriterien wie Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz überprüft Trusted Shops seine Mitglieder und vergibt sein begehrtes Gütesiegel. Mit dem Käuferschutz, den jeder zertifizierte Online-Shop bietet, sind Verbraucher etwa bei Nichtlieferung von Waren abgesichert. Darüber hinaus sorgt das Kundenbewertungssystem für nachhaltiges Vertrauen bei Händlern und bei Käufern. Das Trusted Shops Projekt „Locatrust“ verhilft lokalen Händlern zu echten Bewertungen ihrer Kunden. Damit bietet Trusted Shops lokalen Händlern die Möglichkeit, mehr Sichtbarkeit für ihr Geschäft und ihr Sortiment im Netz zu schaffen, um den Local Commerce zu stärken. Das Projekt wird im Rahmen des Strukturfonds EFRE (Europäische Fonds für Regionale Entwicklung) von der Europäischen Union gefördert. Weitere Informationen: <http://www.trustedshops.de>

### Pressekontakt:

#### Trusted Shops GmbH

Mustafa Uçar  
Colonus Carré  
Subbelrather Str. 15c  
50823 Köln  
0049 221 – 775 367 531  
[mustafa.ucar@trustedshops.de](mailto:mustafa.ucar@trustedshops.de)

#### achtung! GmbH

Rene Weber  
Straßenbahnring 3  
20251 Hamburg  
0049 40 – 450 210 614  
[rene.weber@achtung.de](mailto:rene.weber@achtung.de)