

Auswertung der Umfrage zur Praxis des Widerrufs im Fernabsatz bei Warenlieferungsverträgen auf der Basis von 385 Rückantworten

I. Gegenwärtige Situation

1. In wie vielen Fällen machen Verbraucher von ihrem Widerrufsrecht im Fernabsatz Gebrauch?

Kleidung/Schuhe	28,5 %
Unterhaltungselektronik/Foto	15,4 %
Spielzeug	14,8 %
EDV	15,1 %
Bücher	13,4 %
Musik/DVD/Games	13,2 %
Möbel/Heimtex	12,2 %
Haushaltselektronik	15,6 %
Geschenkartikel	12,8 %
Sonstiges	16,0 %

2. Zu welchem Zeitpunkt widerrufen Verbraucher?

Sofort nach Erhalt der Ware	14,3 %
Im Verlauf der vierzehntägigen Widerrufsfrist	52,9 %
Eher am Ende der vierzehntägigen Widerrufsfrist	32,8 %

3. In welchem Zustand befinden sich die von den Verbrauchern zurückgesandten Waren?

Kann sofort in Originalverpackung wieder eingelagert werden	44,0 %
Muss aufbereitet und neu verpackt werden	47,5 %
Ist nicht mehr verwendbar	20,5 %

4. Welchen Wertverlust erleiden die Waren durchschnittlich?

< 5%	14,5 %
6 bis 10%	17,7 %
11 bis 20%	22,4 %
21 bis 30%	17,9 %
> 30%	27,4 %

5. In wie vielen Fällen können und werden die zurückgesandten Waren ein weiteres Mal verkauft?

<10%	16,1 %
10 bis 20%	10,2 %
21 bis 30%	12,6 %
31 bis 40%	11,8 %
>40%	49,2 %

6. In wie vielen Fällen machen Sie gegenüber Verbrauchern einen Anspruch auf Nutzungs- oder Verschlechterungswertersatz geltend?

< 1%	53,6 %
2 bis 25%	33,6 %
26 bis 50%	6,7 %
> 50%	6,1 %

7. Setzen Sie Ansprüche auf Nutzungs- oder Verschlechterungswertersatz gerichtlich durch?

Ja, in jedem Fall	2,6 %
Ja, in den meisten Fällen	2,6 %
Nur in Einzelfällen	28,0 %
Nein	66,8 %

8. In welcher Weise beeinflusst das Widerrufsrecht und insbesondere seine Handhabung in der Praxis Ihre Preiskalkulation?

Ich kalkuliere es in die Preise mit ein	35,3 %
Ich reduziere meine Marge	54,5 %
Ich kann keinen Einfluss feststellen	10,3 %

9. Sind Ihnen Fälle bekannt, in denen Unternehmen bestimmte Waren aus ihrem ursprünglichen Fernabsatzsortiment auf Grund häufiger Widerrufsfälle oder wegen der Gefahr besonders hohen Wertverlusts wieder herausgenommen haben?

- (a) Ja 65,6 %
(b) Nein 34,4 %

9a. Wenn (a): Bitte beschreiben Sie einen oder mehrere Fälle

Auswahl aus Antworten:

- „Kleidung generell, wenig Marge, zu viele Widerrufe.“
- „Karnevalskostüme werden gerne getragen und/oder verschmutzt zurück gesendet. Besonders hochwertige Damenkostüme sind davon betroffen und wurden zum Teil aus dem Sortiment gestrichen.“
- „Ich habe selber Artikel aus dem Sortiment genommen, da Käufer den Artikel benutzen um z. B. Urlaubsvideos zur überspielen und dann den Artikel wieder zurück senden. Auffällig, dass es immer wieder zur Urlaubszeiten (Weihnachten) usw. passiert. Hier wird das Widerrufsrecht missbraucht. [...]“
- „Badartikel wie WC-Bürste oder Seifenspender, die nach Benutzung nicht mehr verkauft werden können. Da diese Artikel bei uns aus einer hochwertigen Produktlinie stammen, ist dies sehr ärgerlich und der hygienische Aspekt einfach nur eklig.“

10. Wie verhalten Sie sich gegenüber Verbrauchern, die häufig von ihrem Recht zum Widerruf Gebrauch machen?

- (a) Ich stelle die Belieferung ein 64,4 %
(b) Ich bitte den Verbraucher, seine Bestellungen sorgfältiger auszuwählen 19,9 %
(c) Ich belohne den Verbraucher wenn er weniger retourniert 2,1 %
(d) Ich reagiere gar nicht 13,2 %

10a. Wenn (a) – (c): Macht es hinsichtlich der Reaktion einen Unterschied, ob die Waren Gebrauchsspuren aufweisen?

- Ja 80,77 %
Nein 19,23 %

11. Sind Ihnen Fälle von Missbrauch des Widerrufsrechts bekannt geworden?

- (a) Ja 78,1 %
(b) Nein 21,9 %

11a. Wenn (a): Schildern Sie bitte diese Fälle. In welcher Größenordnung findet Missbrauch statt?

Auswahl aus Antworten:

- „Ausnutzung von Kauf auf Probe. Nutzung der Ware für den einen Zweck (Fest, Feierlichkeit) anschließend Widerruf.“
- „Bekante verkauft Taufkleider, hat eine Quote von 70 % Widerruf, von mehr als den 70 % ist die Hälfte der Ware nicht mehr verkaufbar.“
- „Ein Kunde kauft alle zwei Wochen ein neues Elektronikgerät und schickt das Alte dann benutzt wieder zurück. Die endgültige Kaufabsicht bestand nie – er wollte lediglich ein Monat kostenfrei testen.“
- „Verein kauft 15 Herrenanzüge, nach dem Fest werden diese Komplet zurück geschickt.“
- „Abendkleidung wurde bestellt, einen Abend getragen und wieder zurück gesendet.“

II. Ausblick

Text:

Die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs in der Rechtssache Messner vom 3. September 2009 (Rs C-489/07) eröffnet dem Gesetzgeber eine Mehrzahl von Handlungsoptionen:

(Möglichkeit a): Hiernach wäre es europarechtlich möglich, einen Anspruch des Unternehmers gegen den Verbraucher auf Wertersatz vollständig auszuschließen.

(Möglichkeit b): Alternativ kann dem Unternehmer ein Anspruch auf Wertersatz lediglich für eine nicht bestimmungsgemäße Nutzung der Ware durch den Verbraucher eingeräumt werden. In diesem Fall wäre für die bestimmungsgemäße Nutzung der Ware grundsätzlich weder Verschlechterungs- noch Nutzungswertersatz zu leisten.

(Möglichkeit c – so auch der Referentenentwurf eines Gesetzes zur Anpassung der Vorschriften über den Wertersatz bei Widerruf von Fernabsatzverträgen): Schließlich besteht die Möglichkeit, einen Anspruch auf Wertersatz nur insoweit zuzulassen, als der Verbraucher die Ware in einer Art und Weise genutzt hat, die über die Prüfung der Eigenschaften und der Funktionsfähigkeit bzw. der Ware hinausgeht.

1. Wie würden sich die geschilderten Varianten nach Ihrer Einschätzung jeweils auf den Fernabsatz insgesamt auswirken und warum?

Umfrageteilnehmer sprechen sich mehrheitlich für Variante c) aus. Über 100 eindeutige Aussagen für die Option waren auszumachen.

Auswahl aus Antworten:

„c) Sicherlich die beste Möglichkeit, unterbindet es doch den schon fast zum Volkssport mutierten Spaßkauf“

„Nur c) wäre für den Händler tragbar! Alle anderen Varianten fordern geradezu zum Missbrauch heraus“

„c) ist eine für beide Seiten akzeptable Lösung: der Verbraucher hat das Recht zu prüfen, wie im Laden auch, aber nicht zu nutzen.“

Option a) und b) werden größtenteils abgelehnt, wobei b) tendenziell als die bessere Option gewertet wird:

„a) und b) Verteuerung der Ware oder Streichung aus dem Sortiment, bei zu häufiger Rücksendung“

„a): Kunden schicken alles unbrauchbar zurück, b): vielleicht überlegt der andere Kunde zumindest wie weit er den Artikel nutzt“

2. Würden sich die geschilderten Regelungsalternativen nach Ihrer Einschätzung auf das Verhalten der Verbraucher, insbesondere hinsichtlich ihres Bestell-, Benutzungs- und Widerrufsverhaltens auswirken?

- | | |
|----------------|--------|
| (a) Ja | 57,0 % |
| (b) Nein | 21,7 % |
| (c) Weiß nicht | 21,4 % |

2a. Wenn (a) oder (b): Bitte begründen Sie Ihre Auffassung.

Auswahl aus Antworten:

Begründungen für Antwort „Ja“:

- „Wenn der Kunde genau weiß was er darf bevor es Geld kostet und was nicht, dann wird er sich in der Form daran halten, so dass er nichts bezahlen muss.“
- „Einem Käufer muss klar aufgezeigt werden, dass er Wertminderung zu zahlen hat, wenn er eine bestimmte Grenze überschreitet.“
- „Wenn er überhaupt keinen Ersatz leisten muss, warum sollte er dann die Ware ordentlich behandeln, er zieht ja keine Nachteile daraus.“

Begründungen für Antwort „Nein“:

- „Nur ca. 1 % der Käufer lesen überhaupt die Texte und verstehen sie richtig!“
- „Die Formulierungen sind zu schwammig. Es erfolgt keine Gleichstellung von Online Kunde und Kunde im Ladengeschäft.“
- „Die meisten Kunden lesen sich gar nicht durch, welche Rechte sie haben. Erst bei Nichtgefallen/Problemen kommen sie darauf zurück.“

3. Würden sich die geschilderten Regelungsalternativen nach Ihrer Auffassung auf das Verhalten der Unternehmen auswirken?

- | | |
|----------------|--------|
| (a) Ja | 63,3 % |
| (b) Nein | 14,5 % |
| (c) Weiß nicht | 22,2 % |

3a. Wenn (a): Welche Reaktionen sind jeweils zu erwarten?

Auswahl aus Antworten, die Frage II. 3. mit „Ja“ beantwortet haben:

- „Allgemeine Preissteigerungen; Selektion von Kunden; Ausschluss von Leuten, die das Recht wiederholt missbrauchen.“
- „Im Fall a): Unternehmen werden Maßnahmen entwickeln, sich vor Schaden zu schützen. Unternehmen werden Preise erhöhen, um Schäden kompensieren zu können.
Im Fall c): Unternehmen können kulant sein, die Kundenbeziehung kann individueller gestaltet werden; ehrliche Kunden haben Vorteile.“
- „Einige Artikel werden aus Sortiment genommen da nicht mehr rentabel“
- „a) und b) würde die Kalkulationen grundsätzlich überdenkbar machen. Das Ende wäre ein noch größerer Preisdruck durch die mit Sicherheit entstehenden Mehrkosten was zu Lasten der Unternehmen geht.“
- „Man wird sich wohl vermehrt gegen die Unverschämtheit von Kunden wehren - Erfolg dabei hin oder her.“

Zusatzfrage von DIHK und Trusted Shops

Halten Sie die geltende Wertersatzregelung für sinnvoll, um den Verbraucher davon abzuhalten, benutzte Ware zu retournieren?

- | | |
|------------|--------|
| Ja | 43,4 % |
| Nein | 44,2 % |
| Weiß nicht | 12,4 % |