

**Beiträge
aus dem DFG-Forschungsprojekt McLaw Nr. 1**

Dr. jur. Edgar Rose, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

**Die rechtskonforme Darstellung der
Widerrufsbelehrung im M-Commerce**

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

1. März 2010

Die rechtskonforme Darstellung der Widerrufsbelehrung im M-Commerce

Dr. jur. Edgar Rose, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

Seit 10 Jahren wird der große geschäftliche Erfolg des M-Commerce angekündigt. Jetzt im Jahre 2010 könnte er Realität werden. Die aktuellen Multimedia-Handys nach dem Vorbild des iPhone erlauben endlich jenes freie Navigieren im Internet auf ausreichend großem Bildschirm, das den gewohnten Web-Einkauf auch an der Bushaltestelle, im Zug, in der Kantine oder im Hörsaal realistisch erscheinen lässt. Damit wird jeder Onlineshop zum M-Commerce-Anbieter, der sich auf die rechtlichen Besonderheiten einzustellen hat. Vor wenigen Jahren, als nur spezielle WAP-Seiten sinnvoll auf einem Handy dargestellt werden konnten, lag es noch in der Entscheidung des Anbieters, ob er am M-Commerce teilnehmen wollte. Er musste dann versuchen, auf den kleinformatischen WAP-Seiten den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden. Heute muss jeder Onlineshop damit rechnen, dass seine Warenkörbe von einem Handy aus gefüllt und Bestellungen ausgeführt werden. Damit muss auch jeder Onlineshop sicherstellen, dass alle Anforderungen an die Darstellung der gesetzlichen Pflichtinformationen auch auf Handybildschirmen erfüllt werden. Wird das versäumt, drohen Abmahnungen.

Der umfangreichste gesetzliche Pflichttext des Fernabsatzrechts, der bereits vor Bestellung durch den Verbraucher für diesen „klar und verständlich“ angezeigt werden muss, ist die Widerrufsbelehrung. Sie muss daher von jedem Onlineshop so dargestellt werden, dass sie auch auf dem Handydisplay ohne große Mühe gelesen und verstanden werden kann. Es gibt auch noch andere Texte im Onlineshopping, deren Präsentation auf dem Handydisplay Probleme aufwirft. Zu denken ist etwa an Allgemeine Geschäftsbedingungen, deren Kenntnissnahme nach § 305 Abs. 2 Nr. 2 BGB in zumutbarer Weise ermöglicht werden muss. Gelingt das nicht, besteht die Rechtsfolge allerdings lediglich darin, dass die AGB nicht zur Grundlage des betreffenden Geschäfts werden. Weitere Sanktionen sind nicht zu befürchten. Ein recht mächtiger Text kann auch die Datenschutzerklärung werden, wenn der Shopbetreiber zahlreiche Verwendungen der Kundendaten beabsichtigt. Doch kann er den Umfang des Textes genau dadurch auch niedrig halten, dass er auf vielfältige Verwendungen verzichtet. Das ist bei der Widerrufsbelehrung nur in Grenzen möglich. Selbst die schmalste Variante enthält, wenn sie der deutschen Musterbelehrung aus der BGB-InfoV folgt, fast 2000 Zeichen.

Die nachfolgende Darstellung diskutiert das Problem der Informationspflichten im M-Commerce daher anhand der Widerrufsbelehrung. Für die verschiedenen Textvarianten (1) wird die Darstellbarkeit auf unterschiedlichen Displaygrößen (2) erörtert, um abschließend Lösungen (3) für die Erfüllung der entsprechenden gesetzlichen Informationspflicht herauszuarbeiten.

1. *Umfang verschiedener Textvarianten der Widerrufsbelehrung*

Mit der Musterbelehrung in Anlage 2 der BGB-InfoV hat der Gesetzgeber eine verlässliche Vorlage geschaffen, wie der Anbieter seiner gesetzlichen Verpflichtung nachkommen kann. Demnächst wird dieses Muster im Anhang des EGBGB Gesetzesrang erhalten, wodurch die Rechtssicherheit

für den Verwender noch einmal erhöht wird. Für den Onlinehandel mit Waren umfasst eine netzübliche Widerrufsbelehrung, die dem Muster folgt, etwa 2470 Zeichen (mit Leerzeichen). Der Text lässt sich im äußersten Falle auf etwa 1930 Zeichen reduzieren, wenn der Anbieter auf die Abwälzung der Rücksendekosten auf den Verbraucher gemäß § 357 Abs. 2 Satz 3 BGB und auf die Regelung gemäß § 357 Abs. 3 Satz 1 BGB, wonach der Verbraucher Wertersatz wegen bestimmungsgemäßer Ingebrauchnahme zu leisten hat, verzichtet. Wesentlich länger wird die Widerrufsbelehrung, wenn neben Waren auch Dienstleistungen angeboten werden. Wegen der dann zu treffenden Fallunterscheidungen sind annähernd 3000 Zeichen erforderlich.

Neben der Gesamtlänge der Widerrufsbelehrung ist interessant, welche Länge die einzelnen Sätze erreichen. Denn als besonderes Problem für die Verständlichkeit wird die Darstellung langer Sätze auf kleinem Display betrachtet, wenn diese dadurch in mehrere Bruchteile zerstückelt werden, die auf mehrere Bildschirmseiten verteilt werden.¹ Die erwähnte übliche Widerrufsbelehrung mit insgesamt etwa 2470 Zeichen enthält 14 Sätze. Der längste Satz enthält 426 Zeichen (mit Leerzeichen), der zweitlängste 354 Zeichen, der drittlängste 267 sowie der Satz an vierter Stelle 224 Zeichen. Die kurze Erklärung von 1930 Zeichen in 12 Sätzen enthält auch den sehr langen Satz mit 426 Zeichen. Der zweitlängste Satz erreicht jedoch bereits nicht mehr als 224 Zeichen. Der in beiden Varianten längste Satz ließe sich sehr leicht mit geringfügiger Formulierungsveränderung in zwei Teile zerlegen (226 und 207 Zeichen). Doch wer die Rechtssicherheit gewährende Vermutungswirkung des Musters in der BGB-InfoV gemäß § 14 Abs. 1 BGB-InfoV nicht aufs Spiel setzen möchte, wird vielleicht davor zurückschrecken, in Abweichung vom Muster einen Satz zu zerlegen. Aber auch ohne grammatikalische Zerlegung ist der Satz 2 der Muster-Widerrufsbelehrung inhaltlich so gegliedert, dass er eine Zerstückelung in maximal zwei Teile auf kleinem Bildschirm verträgt, ohne unverständlich zu werden. Der mit 354 Zeichen zweitlängste Satz, der die Rücksendekosten betrifft und nur in der längeren Textvariante vorkommt, ist ebenfalls noch recht gut zu verstehen, wenn er maximal auf zwei Bildschirmseiten verteilt wird (Trennung bei dem Wort „oder“). Dagegen bildet der mit 267 Zeichen drittlängste Satz zum Thema Wertersatz eine inhaltliche Einheit, die möglichst nicht zerstückelt dargestellt werden sollte.

Aus diesen Überlegungen ergeben sich Anhaltspunkte für die Darstellungsmöglichkeiten, die ein Handybildschirm haben sollte, der die üblicherweise verwendete Widerrufsbelehrung klar und verständlich darstellen kann. Er sollte etwa 270 Zeichen pro Bildschirmseite mit zumutbarer Schriftgröße anzeigen können, so dass maximal 2 Sätze der Widerrufsbelehrung in maximal 2 Teile zerlegt werden. Der Gesamttext mit 2470 Zeichen würde dann achtmaliges Scrollen erfordern. Das gilt ebenfalls noch als zumutbar.² Voraussetzung ist allerdings, dass auf dem Gerät stufenlos gescrollt werden kann, um den jeweils zu erfassenden Textausschnitt passend auf den Schirm zu holen.

¹ Eingehend Pauly, M-Commerce und Verbraucherschutz, Oldenburg 2005, S. 137.

² Siehe zur Grenze des Zumutbaren auch Ranke, M-Commerce – Einbeziehung von AGB und Erfüllung von Informationspflichten, MMR 2002, 509 (510); Ranke, M-Commerce und seine rechtsadäquate Gestaltung, Baden-Baden 2004, S. 353, Fn. 1308; Rössel, Transparenzgebote im M-Commerce, ITRB 2006, 235 (236).

2. **Darstellbarkeit auf unterschiedlichen Displaygrößen**

Die Zahl der Zeichen, die auf einem Handydisplay abgebildet werden können, hängt nicht nur von der Größe ab, die üblicherweise in Zoll Bildschirmdiagonale gemessen wird. Auch die Bildschirmauflösung und die technischen Eigenschaften des darzustellenden Textes spielen eine Rolle. Darüber hinaus kann auf Handys, die das Einstellen unterschiedlicher Schriftgrößen bzw. das Zoomen eines Textes erlauben, nicht einfach die kleinste Zeichengröße eingestellt werden, um möglichst viel Text auf einer Seite abzubilden. Vielmehr muss eine mittlere Zeichengröße die leichte Lesbarkeit sicherstellen. Dies wird allerdings subjektiv sehr unterschiedlich empfunden. Die folgenden Werte basieren daher auf mittleren Einstellungen und durchschnittlichen technischen Annahmen.

Während aktuell verbreitete Multimedia-Handys über Bildschirme von 2,6 Zoll-Diagonale und mehr verfügen, das Spitzengerät von Apple hat sogar 3,5 Zoll, war noch vor wenigen Jahren 1,5 Zoll eine übliche Bildschirmgröße. Das eigentliche Problem für den M-Commerce sind Geräte, die über einen vollwertigen html-Browser verfügen und das normale Internet damit anzeigen können und trotzdem mit Bildschirmen von 2,0 Zoll oder kleiner ausgestattet sind. Nachfolgende Werte konnten für die genannten Bildschirmgrößen bei mittleren Einstellungen abgeschätzt werden.

Bildschirmdiagonale	Lesbar darstellbare Zeichen
1,5 Zoll	140 Zeichen
1,8 Zoll	180 Zeichen
2,0 Zoll	220 Zeichen
2,2 Zoll	270 Zeichen
2,6 Zoll	400 Zeichen
3,0 Zoll	600 Zeichen
3,5 Zoll	900 Zeichen

Damit bedarf es nach den zuvor formulierten Anforderungen für die klare und verständliche Darstellung einer üblichen Widerrufsbelehrung für den Onlinehandel mit Waren eines Mobilfunkgerätes, das mit einem Display mit mindestens 2,2 Zoll Bildschirmdiagonale ausgestattet ist. 270 Zeichen pro Displayseite erlauben eine sinnvolle Darstellung der einzelnen Sätze und das Lesen des gesamten Textes nach acht- bis neunmaligem Scrollen. Dies ist gerade noch zumutbar.

3. **Praktische Lösungen**

Jeder Onlineshop hat jetzt zwei Möglichkeiten. Erstens könnte er an seinem bisherigen Webaufttritt festhalten und keine besondere Optimierung der verschiedenen Texte für den M-Commerce vornehmen. Dann muss er feststellen, ab welcher Bildschirmgröße seine Informationstexte sowie

die AGB, wenn sie denn zuverlässig vereinbart werden sollen, zumutbar angezeigt werden. Wenn der längste zusammenhängend anzuzeigende Text z.B. 5000 Zeichen umfasst, könnten Displays ab einer Diagonale von 3,0 Zoll diese wohl zumutbar anzeigen. Der Shop müsste in diesem Fall technisch ausschließen, dass mit Geräten unter 3,0 Zoll ein Zugriff auf seine Bestellfunktionalität möglich ist.

Zweitens könnte sich der Shop an den knapp 2500 Zeichen der Widerrufsbelehrung orientieren und alle anderen Texte auf maximal die gleiche Länge bringen. Das gilt vor allem für die Datenschutzerklärung.³ Sollen AGB einbezogen werden, wäre eine Beschränkung auf das Wichtigste möglich. Auch in die Internetpräsentation der einzelnen Waren müssten knappe Zusammenfassungen der wesentlichen Informationen zur Wareneigenschaft sowie zum Preis und zu sonstigen Kosten mit jeweils maximal 2500 Zeichen integriert werden. Das kann durch spezielle Kurztexe geschehen, die über einen „Mobile“-Button direkt neben der jeweiligen Warenpräsentation aufgerufen werden. Natürlich kann auch ein gemeinsamer Text für den üblichen E-Commerce und den M-Commerce formuliert werden. Doch würde dies die Warenpräsentation für den üblichen Onlinehandel stark beschränken. Wäre also die Grenze von 2500 Zeichen bei allen Pflichttexten eingehalten, müsste der Shop ausschließen, dass mit Geräten unter 2,2 Zoll auf die Bestellfunktionalität zugegriffen werden kann.

Die Technik, mit der Handys mit zu geringer Größe vom Onlinehandel ausgeschlossen werden, ist allerdings noch nicht auf dem Markt. Die Realisierung steht jedoch vor keinen größeren technischen Hürden. Die Browsersoftware des Endgerätes stellt nach Kontaktaufnahme Identifikationsdaten zur Verfügung, an denen der Shop das Gerät erkennen kann. Da die maßgeblichen technischen Daten der marktüblichen Geräte bekannt sind, kann auf Bildschirmgröße und sonstige Kriterien der Eignung für den M-Commerce automatisch geschlossen werden. Ist das Endgerät ungeeignet, wird eine Meldung geschickt, die den potenziellen Kunden informiert, warum er jetzt nichts bestellen kann und die Bestellfunktion wird gesperrt.

Für die Zukunft wünschenswert ist eine Initiative des Gesetzgebers, der ausschließlich für den M-Commerce mit Geräten unter 2,2 Zoll Bildschirmdiagonale die erforderliche Widerrufsbelehrung auf die unverzichtbaren Kerninformationen reduzieren könnte. Diese Kerninformationen umfassen etwa 600 Zeichen⁴, so dass alle internetfähigen Handys eine zumutbare Darstellung erlauben. Um allerdings tatsächlich alle derartigen Handys in den M-Commerce einzubeziehen, müssten auch alle anderen Pflichttexte auf deutlich unter 1000 Zeichen reduziert werden. Das ist durchaus auch auf einer einheitlichen Website für alle Endgeräte möglich – z.B. mit den bereits erwähnten Buttons für die M-gerechte Darstellung. Denkbar ist aber auch, zwei verschiedene Präsentationen parallel vorzuhalten. Je nach Endgerät wird dann die normale oder eine stark reduzierte Fassung für Bildschirme unter 2,2 Zoll angezeigt.

³ Zum Mindestinhalt der Datenschutzerklärung Taeger, Informationspflicht über den Datenschutz im M-Commerce, DuD 2010 (im Erscheinen).

⁴ Eine Untersuchung zu den unverzichtbaren Kernbestandteilen und deren Umfang findet sich bei Rose/Taeger, Reduzierte Informationspflichten im M-Commerce – Folgen des Kommissionsvorschlags einer EU-Richtlinie über „Rechte der Verbraucher“, K&R 2010, S. 159-166.