

9. April 2013

## **Neuregelung des Verbraucherschutzes in besonderen Vertragsschlusssituationen**

**Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbandes**

**zum Gesetzentwurf der Bundesregierung zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv  
Fachbereich Wirtschaft  
Markgrafenstr. 66  
10969 Berlin  
wirtschaft@vzbv.de  
www.vzbv.de

## Grundsätzliches und Vorbemerkung

Der vzbv begrüßt die Vereinfachung der gesetzlichen Regelungen zu Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen durch den inhaltlichen Gleichlauf der Regelungen einerseits und ihrer räumlichen Zusammenlegung andererseits. Insbesondere die Neuregelung der Rechtsfolgen nach Widerruf durch den Verbraucher verspricht deutlich mehr Klarheit. Der vzbv regt an, in diesem Sinne die Regelungen zum Widerrufsrecht konsequent in den §§ 355 ff. BGB-E (Untertitel 2 „Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen“) zusammenzufassen.

Aufgrund des Wegfalls einiger bislang doch sehr spürbarer vertragsrechtlicher Sanktionen für fehlende oder unrichtige Informationen (§ 356 Abs. 2 BGB-E: Verschlechterung durch abgekürzte Frist bei nachgelagerter Widerrufsbelehrung, bislang 1 Monat, § 356 Abs. 7 BGB-E: Reduzierung der Frist auf 1 Jahr und 14 Tage bei fehlender Widerrufsbelehrung, bislang kein Fristbeginn), aber auch einer so elementaren Grundregel wie der Rückabwicklung Zug-um-Zug ist es aus unserer Sicht erforderlich, über anderweitige Sanktionen bei Verstößen gegen die Informationspflichten aus § 312f BGB-E und des einseitigen Wegfalls des Zurückbehaltungsrechts zu Lasten der Verbraucher nachzudenken. Diese könnten beispielsweise auch im Gewerberecht angesiedelt werden oder mittels der Verhängung von Ordnungsgeldern erfolgen. Des Gleichen muss darüber nachgedacht werden, wie die bislang über das Widerrufsrecht als Korrektiv aufgefangenen Missstände bei anderen gesetzlichen Regelungen aufgefangen werden können. Ein Beispiel hierfür ist das Gewährleistungsrecht, das aufgrund seiner Unzulänglichkeiten häufig Ausgangspunkt für eine Nutzung des Widerrufsrechts war, die nicht dem eigentlichen Sinne und Zweck des Widerrufsrechts entsprach.<sup>1</sup> Das nunmehr deutlich verkürzte Widerrufsrecht im Falle fehlender oder unrichtiger Belehrung im Zusammenspiel mit den nunmehr auf den Verbraucher abwälzbaren Rücksendekosten reißt eine erhebliche Lücke im Verbraucherrechtsschutz auf, die durch eine entsprechende Verbesserung der eigentlich für die Lösung dieser Fälle gedachten Regelungen geschlossen werden muss.

Da es sich um bei den von der Richtlinie vorgegebenen Regelungen in weiten Teilen um maximalharmonisierte Vorschriften handelt, bei deren Umsetzung dem nationalen Gesetzgeber kaum Gestaltungsspielraum zusteht, sollen im folgenden nur die Vorschriften kommentiert werden, bei denen ein Umsetzungsspielraum besteht.

**Die Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie muss dazu genutzt werden, Problemen mit umfassenden Lösungsstrategien zu begegnen. Insbesondere muss über ein wirksames Sanktionensystem als Ersatz für weggefallene vertragsrechtliche Folgen nachgedacht werden.**

<sup>1</sup> Vgl. etwa Rechtssache C-489/07 - *Pia Messner* /Firma Stefan Krüger

Der vzbv nimmt im Einzelnen wie folgt Stellung:

## 1. Der Verbraucherbegriff

Der vzbv begrüßt die Entscheidung des BMJ, an der bisherigen Konzeption des Verbraucherbegriffs in der Form festzuhalten, wie sie durch das deutsche Recht und die deutsche Rechtsprechung geprägt wurden. Dies gilt sowohl für die Anwendbarkeit der verbraucherschützenden Regelungen auf unselbständige berufliche Tätigkeiten als auch das Erfassen von Verträgen, die zu gemischten Zwecken abgeschlossen werden. Eine gesetzliche Klarstellung der BGH-Rechtsprechung zum letzten Punkt würden der vzbv und seine Mitgliedsverbände sehr begrüßen.

## 2. Die Bereichsausnahmen des § 312 BGB-E

Bei den Bereichsausnahmen sollte sehr genau geprüft werden, ob hier nicht Schutzlücken entstehen, die zum einen der Verwendung unbestimmter Rechtsbegriffe und daraus möglicherweise entstehenden Abgrenzungsschwierigkeiten geschuldet sind, zum anderen technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen nicht berücksichtigen. Beispielhaft genannt seien:

- a. Bei der Ausnahme von Verträgen über den Bau eines neuen Gebäudes oder erhebliche Umbaumaßnahmen an bestehenden Gebäuden erscheint bereits jetzt eine Abgrenzung zu nicht erheblichen Umbaumaßnahmen schwierig. Sie berücksichtigt darüber hinaus nicht, dass es sich bei solchen Transaktionen um besonders kostspielige Entscheidungen des Verbrauchers handelt. Dessen Schutzbedürftigkeit ist also im Vergleich zu sonstigen Vertragsabschlüssen im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen umso mehr gegeben.
- b. Die Bereichsausnahme der Nr. 3 erfasst nicht nur den Ausschluss des Anwendungsbereichs der fernabsatzrechtlichen Regelungen auf Pauschalreisen, sondern darüber hinaus auch die Regelungen über außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge. Diese Ausweitung bedeutet eine deutliche Absenkung des Verbraucherschutzniveaus gegenüber dem aktuell geltenden Recht und ist in keiner Weise durch die Vorgaben der Verbraucherrechterichtlinie gefordert. Bislang wurde der Verkauf von Pauschalreisen anlässlich von Kaffeefahrten u.a. vom Widerrufsrecht des § 312 BGB erfasst. Dabei sollte es auch bleiben, da die Beratungspraxis der Verbraucherzentralen zeigt, dass bei Kaffeefahrten sehr häufig Pauschalreisen veräußert werden, die vorher als Reisegewinne beworben, aber nur durch Zuzahlung zu realisieren sind. Diese Verträge konnten bislang widerrufen werden, was nach dem nunmehr vorliegenden Gesetzesentwurf nicht mehr möglich wäre.

Hinsichtlich der grundsätzlichen Kritik an der Ausnahme vom Widerrufsrecht für Pauschalreise- und Transportverträge sei auf die Ausführungen von Prof. Tonner in der „Reiserecht aktuell“ 3/2008 und 4/2011 sowie sein Beitrag „Pauschalreiserecht und Teilzeitwohnrechte“ in Band 11 der Schriftenreihe des Verbraucherzentrale Bundesverbandes zur Verbraucherpolitik verwiesen.

- c. Die in Nr. 6 verankerte Ausnahme für Verträge über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken und sonstigen Waren des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von einem Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden, bedeutet ebenfalls eine Absenkung des geltenden Verbraucherschutzniveaus. Bislang waren solche Verträge, die in sog. Haustürsituationen geschlossen wurden, widerrufbar. Die Bereichsausnahme sollte eine Rückausnahme für die Fälle vorsehen, in denen ein langfristiges, nicht jederzeit oder mit sehr kurzer Frist kündbares Abonnement abgeschlossen wird. Dies betrifft etwa den langfristigen Bezug sog. Biokisten, aber auch die Versorgung mittels „Essen auf Rädern“. Grundsätzlich begrüßenswert wäre aber die Streichung der Bereichsausnahme zumindest für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge.
- d. Der vzbv begrüßt die gegenüber dem ursprünglichen Referentenentwurf vorgenommene Änderung der Vorschrift zum Ausschluss von Verträgen, die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden und bei denen das vom Verbraucher zu zahlende Entgelt 40 Euro nicht überschreitet (Nr.11). Die Übernahme der in der Verbraucherrechterichtlinie vorgesehenen Regelung wäre ebenfalls ein Rückschritt hinter das derzeit anwendbare Verbraucherschutzniveau, da nach § 312 III Nr. 2 BGB nur solche Verträge vom Schutzbereich ausgeschlossen sind, deren Wert 40 € nicht übersteigt UND bei denen die beiderseitigen Leistungen unmittelbar in der „Haustürsituation“ vollständig erbracht werden.
- e. In der am 30. Oktober 2012 durchgeführten Anhörung verwiesen Vertreter der Finanzdienstleistungswirtschaft auf die in der Richtlinie gegebene Möglichkeit, auch den gesamten Finanzdienstleistungssektor von der Geltung der Richtlinie auszunehmen. Diesem Ansinnen möchte der vzbv entschieden entgegentreten. Insbesondere die Regelung des § 312c V BGB-E sollte auch hier Geltung erlangen.
- Die Kreditwirtschaft hat eingewendet, die Regelung sei wegen der spezielleren Regelungen in §§ 675 f und 675g BGB zum Zahlungsverkehr und damit etwa für Kontoentgelte verzichtbar. Fakt ist, dass im Zahlungsverkehrsrecht nach § 675f Abs. 4 Satz 2 BGB grundsätzlich nichts anderes gilt als in § 312c V BGB-E geregelt ist: „Für die Erfüllung von Nebenpflichten nach diesem Untertitel hat der Zahlungsdienstleister nur dann einen Anspruch auf ein Entgelt, sofern dies zugelassen und zwischen dem Zahlungsdienstnutzer und dem Zahlungsdienstleister vereinbart worden ist; dieses Entgelt muss angemessen und an den tatsächlichen Kosten des Zahlungsdienstleisters ausgerichtet sein.“ Jedoch gibt es in § 675g Abs. 2 BGB leider eine Option, Schweigen als Annahme zu deklarieren: „Der Zahlungsdienstleister und der Zahlungsdienstnutzer können vereinbaren, dass die Zustimmung des Zahlungsdienstnutzers zu einer Änderung nach Absatz 1 als erteilt gilt, wenn dieser dem Zahlungsdienstleister seine Ablehnung nicht vor dem vorgeschlagenen Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Änderung angezeigt hat.“ Diese Möglichkeit wird von der Zahlungsdiensterichtlinie eingeräumt, aber nur unter ausdrücklicher Vereinbarung mit dem Verbraucher. Aus deren Wortlaut ergibt sich aber keine Pflicht, eine solche Möglichkeit einzuräumen.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Für Rahmenverträge etwa sieht Artikel 44 vor:

Insbesondere ab 2014 kann diese problematisch werden, wenn der Zahlungsverkehrsbinnenmarkt verwirklicht wird und Verträge mit Finanzdienstleistern im Zahlungsverkehr außerhalb Deutschlands wahrscheinlich werden.

Ein weiterer Grund dafür, den Finanzdienstleistungssektor nicht in die Bereichsausnahmen aufzunehmen, ist die mangelnde Transparenz in Punkto Nebentgelte: Diese sollten nicht nur den Vertragspartnern ab dem Zeitpunkt eines Vertragsschlusses einsehbar gemacht, sondern dem ganzen Markt auf vorhandenen Internetseiten vollständig und übersichtlich bekannt zu machen sein. Denn nur so kann im Wettbewerb der offene Vergleich der Verbraucher selbst, aber auch der Vergleichsportale gewährleistet sein, Produkte in ihren Gesamt- und Zusatzkosten abwägen zu können.

Auch Frau BM'in Aigner hat im Dispokredit-Dialoggespräch festgehalten, dass es eine mangelhafte Transparenz gibt und dies geändert werden muss im o.g. Sinne. Ein weiterer wichtiger Punkt sei die Information der Bankkunden: „Wir werden künftig mehr Transparenz bei den Dispo-Zinsen haben – die Kunden können alle Konditionen dann besser vergleichen und sich für das beste Angebot entscheiden. Ich fordere die Banken auf, auch im Internet alle Kosten transparent zu machen – auf einen Blick. Mehr Transparenz bedeutet mehr Wettbewerb – und mehr Wettbewerb führt meist zu sinkenden Preisen“, so Aigner. Sie erinnerte an das Beispiel der Gebühren für das Fremdadheben an Geldautomaten, wo sich die Banken auf Druck des Bundesverbraucherministeriums zu einer automatischen Gebührenanzeige verpflichtet hatten. Seit der Umsetzung Anfang 2011 sind die Preise deutlich gefallen.“<sup>3</sup>

Die Stiftung Warentest hat in ihrer Ausgabe 11/2012 des Finanztests dazu erhoben, dass von den 1566 angeschriebenen Unternehmen in Bezug auf den Dispozins nur 357 Unternehmen geantwortet haben. Nur ein Teil konnte nachrecherchiert werden. Von 621 Instituten blieben die Konditionen trotz aufwendigem Nachfragen bis hin zur Kontaktaufnahme der Vorstandsebene der Stiftung mit den Instituten unbekannt. Hier ist der richtige Ansatzpunkt, diese Regel noch um eine entsprechende Komponente zu erweitern: eine Pflicht zur Offenlegung aller solcher potentiellen Nebentgelte auch auf dem Webangebot des Anbieters an geeigneter und gut auffindbarer Stelle.

---

„Changes in conditions of the framework contract

1. Any changes in the framework contract as well as the information and conditions specified in Article 42, shall be proposed by the payment service provider in the same way as provided for in Article 41(1) and no later than two months before their proposed date of application.

Where applicable in accordance with point (6)(a) of Article 42, the payment service provider shall inform the payment service user that he is to be deemed to have accepted these changes if he does not notify the payment service provider that he does not accept them before the proposed date of their entry into force. In this case, the payment service provider shall also specify that the payment service user has the right to terminate the framework contract immediately and without charge before the date of the proposed application of the changes.

2. Changes in the interest or exchange rates ...

3. Changes in the interest or exchange rate used in payment transactions shall be implemented and calculated in a ...”

<sup>3</sup> <http://www.bmelv.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/2012/286-AI-Dispozinsen.html>

### **3. Die Definition von „Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge“, § 312a BGB**

Der vzbv begrüßt die Eingrenzung der Definition des Begriffs der „Geschäftsräume“ und die damit verbundenen Ausweitung des Anwendungsbereichs von Widerrufsrechten auf außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge.

Problematisch erscheint jedoch der in Abs. 1 Nr. 4 verwendete Begriff des „Ausflugs“, dessen Auslegung im Vergleich zur vorherigen „Freizeitveranstaltung“ deutlich enger sein dürfte, zumindest wenn man die Auslegung der geltenden BGH-Rechtsprechung zugrunde legt: Der vzbv und seine Mitgliedsverbände bitten um Prüfung, ob durch die Verwendung des Begriffs „Ausflug“ Fälle wie die Abholung eines vermeintlichen Gewinns in einem örtlichen Lokal (Restaurant) oder die mit Flyern beworbene Verkaufsveranstaltung in den Räumlichkeiten eines Kurhauses noch in den Genuss des Schutzes von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen kommen. Insbesondere in Kurorten wird zu geselligen Tanztees oder Modenschauen bei „Kaffee und Kuchen“ geladen, in deren Verlauf Produkte verkauft werden. Diese Veranstaltungen finden „vor Ort“ statt. Der Anbieter organisiert keine Ausflugsfahrt zu den Örtlichkeiten, an denen die Verkaufsveranstaltungen stattfinden. Es wäre wünschenswert, wenn der Gesetzgeber in der Gesetzesbegründung diesen Sachverhalt aufgreift und ihn ausdrücklich dem „Ausflug“ gleichstellt. Denn Freizeitveranstaltung und Ausflug haben beide einen gewissen eigenständigen Freizeitwert, dienen dem Vertragsschluss und ihnen ist ein gewisser Überraschungseffekt nicht abzusprechen.

### **4. Die Allgemeinen Pflichten und Grundsätze bei Verbraucherverträgen, § 312c BGB**

Der vzbv begrüßt die Einführung einer Vorschrift über allgemeine Pflichten und Grundsätze bei Verbraucherverträgen. Insbesondere die Regelungen der Abs. 3, 4 und 5 stellen Neuerungen dar, von denen wir uns in der Praxis einen deutlichen Nutzen für die Verbraucher versprechen.

- a. Der vzbv begrüßt die Aufnahme der von den Verbraucherverbänden angeregten Klarstellung in Abs. 3 Nr. 1, dass die Rechtsprechung des BGH (Az. Xa ZR 68/09), wonach immer mindestens ein kostenloses gängiges Zahlungsmittel zur Verfügung gestellt werden muss, weiter gilt.
- b. In der eingangs bereits erwähnten Anhörung wurde sehr deutlich, dass die in Abs. 4 des Referentenentwurfs getroffene Regelung unklar hinsichtlich der von ihr erfassten Fälle ist und der Konkretisierung bedarf. Grundsätzlich begrüßen wir den Erlass des Artikel 21 des Richtlinienvorschlages, der vorsieht, dass Verbraucher im Zusammenhang mit einem bestehenden Vertrag nur noch den Grundtarif für eine telefonische Kontaktaufnahmen bezahlen müssen, sofern das Unternehmen eine Telefonnummer für solche Nachfragen bereit hält. Die nunmehr im Regierungsentwurf vorgeschlagene Regelung in § 312c Abs. 4 BGB sieht vor, dass Vereinbarungen, durch die ein Verbraucher verpflichtet wird, ein Entgelt dafür zu zahlen, dass der Verbraucher den Unternehmer wegen Fragen oder Erklärungen zu einem zwischen ihnen geschlossenen Vertrag über eine Rufnummer anruft, die der Unternehmer für solche Zwecke

bereithält, unwirksam ist, wenn das vereinbarte Entgelt das Entgelt für die bloße Nutzung des Telekommunikationsdienstes übersteigt.

Unter dem Entgelt für die Telekommunikationsleistung als solche ist das reine Verbindungsentgelt zu verstehen. Fraglich ist jedoch, ob es sich hierbei um das reine Verbindungsentgelt für den Anruf einer Ortsnetzzahlungsnummer handeln soll. Im Lichte des Art. 21 der Richtlinie, die von Grundtarif spricht, kann man hiervon ausgehen. Der Einsatz von Mehrwertdiensternummern und Premiumdiensternummern (insb. 0900 Rufnummern) für telefonische Hotlines im Zusammenhang mit Vertragsfragen, bei denen über die Telekommunikationsdienstleistung hinaus eine weitere Dienstleistung erbracht wird, die gegenüber dem Anrufer gemeinsam mit der Telekommunikationsdienstleistung abgerechnet wird, sind damit nicht mehr zulässig. Unter Premiumdiensten sind Dienstleistungen zu verstehen, die unter der Rufnummer 0900 erbracht werden. Eine gesetzliche Definition des Begriffs der Mehrwertdiensternummern gibt es nicht. Gemeinhin fallen aber auch komplett kostenfreie Rufnummern unter den Begriff der Mehrwertdienste. Aus Verbrauchersicht kann es natürlich nicht sein, dass entgeltfreie Rufnummern wie die 0800er Rufnummer nicht mehr für Hotlines zur Vertragsabwicklung eingesetzt werden dürfen, da diese natürlich für den Verbraucher am besten sind. Die Gesetzesbegründung stellt dies nunmehr klar.

- c. Auch die Regelung des Abs. 5 ist zu begrüßen. Insbesondere ist durch die gegenüber dem Referentenentwurf geänderte Formulierung nunmehr davon auszugehen, dass nicht dem Verbraucher die Beweislast dafür auferlegt wird, die Voreinstellung unverändert gelassen oder nur einmal verändert (also das „Häkchen“ gelöscht) zu haben.

## **5. Die Pflicht zur Überlassung einer Bestätigung in § 312f BGB**

§ 312f Abs. 1 Satz 3 BGB-E sieht vor, dass bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen die Bestätigung des Vertrages nur dann die Pflichtinformationen nach Art. 246a EGBGB enthalten muss, wenn der Unternehmer dem Verbraucher diese Informationen nicht bereits vor Vertragsschluss auf einem dauerhaften Datenträger überlassen hat. Hierbei muss unbedingt ausgeschlossen werden, dass die Pflicht zur Erteilung der Pflichtinformationen bereits mit dem Einwurf eines Werbeprospekts oder ähnlichen deutlich im Vorfeld des Vertragsabschlusses oder der Aufnahme von Vertragsverhandlungen überlassenen dauerhaften Datenträgern als erfüllt anzusehen ist. Eine solchermaßen „erteilte“ Information wird vom Verbraucher nicht im erforderlichen Maße wahrgenommen und erfüllt damit nicht den Sinn und Zweck des Art. 246a EGBGB.

Leider sieht § 312f BGB keine Sanktionen für den Fall eines Verstoßes gegen diese Vorschrift vor.

## **6. Das Widerrufsrecht in § 312g BGB (Ausnahmen)**

Positiv hervorzuheben ist der Wegfall des Erfordernisses der telefonischen Akquise für Abonnementverträge zur Lieferung von Zeitschriften oder Illustrierten. Es

besteht daher auch in anderen Fällen ein Widerrufsrecht, was das Verbraucherschutzniveau erhöht.

Das Verbraucherschutzniveau wurde jedoch durch § 312 g Absatz 2 Nr. 3 gesenkt und zwar insoweit, als aus Gründen des Gesundheitsschutzes und der Hygiene ein Widerrufsrecht nicht für Waren besteht, die versiegelt geliefert wurden. Hier stellt sich bereits die Frage, was ist mit einer Versiegelung gemeint. Der Gesetzgeber sollte hier in der Gesetzesbegründung klarstellen, was er unter Versiegelung versteht. Dies ist insbesondere im Hinblick auf das Urteil des OLG Hamm vom 30.03.2010 (Az.: 4 U 212/09) zur Versiegelung von CDs durch Zellophanhüllen dringend erforderlich. Auch ist vollkommen unbestimmt, welche Fallkonstellationen vom Gesundheitsschutz und der Hygiene umfasst werden sollen. Verbieta das Anprobieren von Unterbekleidung bereits den Widerruf aus Hygienegründen? Hier sind Klarstellungen unerlässlich, um Rechtsklarheit für Verbraucher und Unternehmen zu schaffen.

Änderungen ergeben sich auch durch § 312 g Absatz 2 Ziffer 9, mit dem im Wesentlichen zwar 312 b Absatz 3 Nr. 6 BGB umgesetzt, jedoch ohne Zwang durch die Verbraucherrechterichtlinie eine weitere Ausnahme für Kraftfahrzeugvermietungen eingeführt wird.

## **7. Die Buttonlösung des § 312i BGB: positive Entwicklungen**

Erste Erkenntnisse der Verbraucherzentralen und auch des vzbv ergeben, dass die (vorzeitige) Umsetzung der sog. Buttonlösung zu einem massiven Rückgang des Problems der Internetkostenfallen geführt hat.

## **8. Widerruf nicht mehr durch bloße Rücksendung ausübbar, § 355 BGB**

Mit Bedauern nimmt der vzbv die in der Verbraucherrechterichtlinie getroffene Regelung zu den Ausübungsmöglichkeiten des Widerrufsrechts zur Kenntnis. Dies bedeutet aus unserer Sicht nicht nur einen Rückschritt im Verbraucherrecht, sondern auch einen erhöhten Verwaltungsaufwand für die Unternehmen, da bei ungeöffneter Paketrücksendung eine Unversehrtheit der gelieferten Ware anzunehmen war, wobei jetzt durch das Öffnen des Paktes und entsprechender Hinzufügung der Widerrufserklärung die Gefahr besteht, dass die Ware oder deren Verpackung beschädigt wird bzw. Kosten für eine Neuverpackung entstehen.

Positiv sieht der vzbv die Aufnahme einer ausdrücklichen Regelung zur Gefahrtragung bei Rücksendung der Ware nach Ausübung des Widerrufsrechts.

## **9. Erlöschen des Widerrufsrechts nach § 356 BGB-E**

Grundsätzlich bedeuten die nunmehr ausdrücklichen Regelungen zum Erlöschen des Rücktrittsrechts beim Erwerb von digitalen Inhalten sowie Strom, Gas und Wasser einen Rückschritt hinter den aktuellen Status quo: nach vielfacher Meinung griffen die in § 312d BGB kodifizierten Ausnahmetatbestände mit dem Verweis auf die Pflicht zur engen Auslegung nicht.



## 10. Bestätigungslösung für unerlaubte Werbeanrufe

Der vzbv und seine Mitgliedsverbände bedauert, dass die Gelegenheit zur Einführung einer allgemeinen Bestätigungslösung für telefonisch abgeschlossene Verträge infolge ungewollter Werbeanrufe ungenutzt gelassen wird. Artikel 8 Absatz 6 der Verbraucherrechterichtlinie gibt den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, bei telefonisch abgeschlossenen Fernabsatzverträgen die Bindung des Verbrauchers an einen Vertrag davon abhängig zu machen, dass der Verbraucher das telefonische Angebot bestätigt, indem er sein schriftliches Einverständnis übermittelt.

Artikel 8 der Richtlinie entspricht im Wesentlichen der von den Verbraucherzentralen und dem vzbv geforderten Bestätigungslösung, die auch von den Bundesländern Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und NRW als Bundesratsinitiative eingebracht wurde. Bei telefonisch abgeschlossenen Fernabsatzverträgen soll die Wirksamkeit des Vertrages davon abhängig sein, dass der Verbraucher den telefonischen Vertragsschluss anschließend schriftlich bestätigt:

“Vertragsschluss bei Telefonwerbung

(1) Die auf einen Vertragsschluss gerichtete Willenserklärung, die ein Verbraucher fernmündlich gegenüber einem Unternehmer abgibt, wird nur wirksam, wenn der Verbraucher sie binnen zwei Wochen nach dem Telefongespräch gegenüber dem Unternehmer in Textform bestätigt. Das gilt nicht, wenn das Telefongespräch nicht von dem Unternehmer zu Werbezwecken veranlasst worden ist oder der Verbraucher in einen Telefonanruf des Unternehmers in Textform eingewilligt hat.

(2) Wird die Willenserklärung des Verbrauchers nach Absatz 1 Satz 1 nicht wirksam, so findet § 241a auf Leistungen des Unternehmers, die aufgrund des Telefongesprächs erbracht wurden, entsprechende Anwendung.“

Auch der vom Kabinett beschlossene Regierungsentwurf vom 13.03.2013 für ein Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken, der das Problem untergeschobener Verträge und unerlaubter belästigender Telefonwerbung sektoral für Verträge über Gewinnspiel-Dienste mittels einer Textformvorschrift in § 675 Absatz 3 BGB zu lösen versucht, kann Verbraucher nicht vor untergeschobenen Verträgen schützen. Zum einen ist diese sektorale Lösung viel zu eng gefasst. Verträgen, die anderen Branchen zugehörig sind, wie z. B. der Telekommunikations- und Versicherungsbranche, werden im Sinne des Verbraucherschutzes nicht mit dieser sektoralen Lösung gebannt. Der europäische Gesetzgeber weist vielmehr zu Recht ebenfalls den Weg zur Bestätigungslösung, den auch der deutsche Gesetzgeber beschreiten sollte.

## 11. Informationspflichten im Ladengeschäft

Als überaus positiv bewerten der vzbv und seine Mitgliedsverbände die Einführung von Informationspflichten im Ladengeschäft für solche Transaktionen, die aufgrund ihrer Eigenschaft als nicht alltägliche Geschäfte und die mithin i.d.R. mit nicht unerheblichen finanziellen Ausgaben verbunden sind.

## **12. Erleichterte Informationspflichten bei Reparatur- und Instandsetzungsarbeiten**

Die in § 2 Absatz 1 EGBGB-E getroffene Regelung für erleichterte Informationspflichten in Bezug auf Reparatur- und werden im Hinblick auf Schlüsseldienste als schwierig angesehen. Diese Verträge werden in aller Regel sofort erfüllt und nur gegen Barzahlung ausgeführt. Verträge mit diesen Diensten geben immer wieder Anlass für Verbraucherbeschwerden. Eine Privilegierung dieser Dienste bezogen auf Informationspflichten sollte daher unterbleiben.

## **13. Erleichterte Informationspflichten bei begrenzter Darstellungsmöglichkeit**

Art. 246a § 3 Nr. 4 EGBGB-E greift ggf. gegenüber den in Art. 8 Abs. 4 der Verbraucherrechterichtlinie geregelten Anforderungen zu kurz: Während nach Art. 6 Abs. 1 h), auf den Art. 8 Abs. 4 u.a. verweist, über „die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung“ des Widerrufsrechts informiert werden muss, sieht der Referentenentwurf nur eine Information über das „Bestehen des Widerrufsrechts“ vor. Neben den in der Richtlinie vorgegebenen Informationen sollte darüber nachgedacht werden, auch das Erfordernis einzuführen, über das grundsätzliche Nichtbestehen wie auch über das vorzeitige Erlöschen des Widerrufsrechts zu informieren. Erfahrungsgemäß gehen Verbraucher bei elektronischen Vertragsschlüssen davon aus, solche Verträge immer widerrufen zu können.

Eine allgemeine Anmerkung sei noch gestattet: Da immer mehr online Einkäufe über mobile Endgeräte getätigt werden, darf das Erfordernis, die Informationspflichten den begrenzten Darstellungsmöglichkeiten anzupassen, nicht zu einer allgemeinen Absenkung des Verbraucherschutzniveaus führen. Es ist paradox, dass gerade in einer Vertragsschlusssituation, in der der Verbraucher i.d.R. nicht seine ganze Konzentration auf das abzuschließende Geschäft richtet, er z.T. wichtige Vertragsinformationen erst suchen muss. Hier muss über eine Alternative zum überkommenen und anerkanntermaßen wenig zielführenden Informationspflichtensystem nachgedacht werden.

## **14. Übergangsvorschriften: mindestens drei Jahre für Altverträge**

Die in Art. 229 EGBGB-E vorgesehene Kappungsfrist für Altverträge, bei denen der Verbraucher nicht oder nicht ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt wurde, ist deutlich zu kurz: Nach dem geplanten Inkrafttreten der neuen Regelungen zum 14. Juni 2014 bliebe betroffenen Verbrauchern nur noch ein Jahr und 14 Tage, um ihre Rechte geltend zu machen. Dies ist viel zu kurz, insbesondere angesichts der Tatsache, dass diese Verbraucher bislang über ein „unendliches“ Widerrufsrecht verfügen und die Richtlinie selbst eine solche Kappung nicht vorschreibt.

Der vzbv fordert eine deutlich längere Übergangsfrist.

## 15. Informationspflichten: kein geeigneter Schutz für Verbraucher

Die Verbraucherpolitik setzt bislang vor allem auf die Kraft der Information. Der "informierte Verbraucher" gilt dabei häufig als Garant für stabilen Wettbewerb und Märkte, die für alle Akteure reibungslos funktionieren.<sup>4</sup> Nicht selten verkehrt sich aber mittlerweile der Umgang mit Information für Verbraucher ins paradoxe Gegenteil: Je mehr man liest, desto weniger versteht man. Statt Klarheit zu schaffen, bringen Informationsflut und Juristendeutsch nur Verwirrung und Erschöpfung.

Die auch von Verbraucherverbänden geforderten Informationspflichten sind eine logische Folge des in Politik und Wirtschaft dominierenden Leitbildes des „mündigen Verbrauchers“. Neue wissenschaftliche Erkenntnisse über das tatsächliche, rationale wie irrationale Verbraucherverhalten decken aber die Schwäche des Leitbildes vom mündigen Verbraucher auf – es ist wirklichkeitsfremd.<sup>5</sup>

Weil Informationen kein Allheilmittel sind, müssen sich die politischen Entscheidungsträger intensiv mit den Grenzen von Information und der Frage befassen, wie sich ein intelligenter und effizienter Mix aus Information, Beratung und Regulierung gestalten lässt. Informationen sind wichtig, aber nicht die Lösung für alle Verbraucherprobleme. Keine Lösung ist aber auch die bloße Streichung von Informationspflichten!

## 16. Verständlichkeit von Musterwiderrufsbelehrungstexten

Mit dem aktuellen Vorhaben werden nicht nur die Musterwiderrufsbelehrungen für andere Branchen maximalharmonisiert, es gibt auch eine nicht von der Richtlinie erfasste Anlage 3 zu Artikel 246b § 2 Absatz 3 EGBGB mit Musterwiderrufsbelehrungen für den FDL-Bereich. Diese sind weitgehend noch immer so wenig an die Bedürfnisse der Verbraucher angepasst, wie sie zuletzt mit dem Zweiten Musterwiderrufsänderungsgesetz verabschiedet worden waren. Das ist im Verhältnis auch zu den stringenteren, an den Laien gerichteten Texten der Anlagen 1 und 2 nicht mehr hinnehmbar.

- a. In den zu [1] gefassten Textbausteinen kommen Normketten des EGBGB in Bezug auf Informationspflichten zur Anwendung. Es schadet zwar nicht zu referenzieren, aber diese Texte müssen dem Laien in sich verständlich sein, so dass er ohne Einblick in die besagten Normen weiß, welche Informationspflichten gemeint sind, und erkennen kann, ob sich daraus andere Fristabläufe ergeben.
- b. In den zu [5] gefassten Textbausteinen wird vom Verbraucher die Subsumtion von Folgen seiner Widerrufsentscheidung verlangt. Die Texte lauten etwa „Dies ist insbesondere dann anzunehmen, wenn wir gleichzeitig Ihr Darlehensgeber sind oder wenn sich Ihr Darlehensgeber im Hinblick auf die Finanzierung

---

<sup>4</sup> <http://www.vzbv.de/7288.htm>

<sup>5</sup> Vgl. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV vom Dezember 2012 („Ist der „mündige Verbraucher“ ein Mythos? Auf dem Weg zu einer realistischen Verbraucherpolitik“)

unserer Mitwirkung bedient.“ Und so weiter. Dies ist unzumutbar. Der Anbieter muss die Folgen auf den konkreten Anwendungsfall ohne Bedingungen korrekt wiedergeben und für diese Aussagen individuell haften. Eine Bedingung in den Erläuterungen ist überhaupt nur dann hinnehmbar, wenn dem Verbraucher ein echtes Wahlrecht zukommt und der richtig über seine Optionen aufgeklärt wird.

- c. Der Laie kann auch nicht unbedingt zwischen verbundenen und zusammenhängenden Verträgen [6] unterscheiden. Es ist daher nötig, die Verträge konkret zu benennen. Für die richtige und vollständige Zuordnung haftet der Verwender der Belehrung.

Nach den Erkenntnissen der Kommunikationswissenschaft sind Texte auch nur dann für eine breite Mehrheit der Bevölkerung gut verständlich, wenn sie weitere sprachliche Anforderungen erfüllen. So sollten sie zwölf bis 14 Worte pro Satz keinesfalls überschreiten. Verschachtelungen in Relativsätzen erschweren die Wahrnehmung ebenso wie der leider in der Rechtssprache übliche Nominalstil. Ziel muss sein: Alle Verbraucher müssen nach der Lektüre der Hinweise sofort benennen können:

1. Bis wann können sie widerrufen? – Genaues Datum.
2. Wie ist zu widerrufen?
3. Welche Folgen hat der Widerruf? – gegebenenfalls aufzählbar
4. Welche Wahlmöglichkeiten bestehen? - mit den jeweiligen Konsequenzen