

Verbraucherrecht im Wandel

Erste Erfahrungen mit den Neuregelungen zu den besonderen Vertriebsformen

Ein neues Verbraucherrecht ist in Kraft getreten!

Durch die Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie erfolgte eine Neuordnung des Verbraucherrechts zum 13. Juni 2014. Zum einen enthalten §§ 312 ff. BGB „Grundsätze bei Verbraucherverträgen und besondere Vertriebsformen“, zum anderen regeln §§ 355 ff. BGB das „Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen“. Über die Struktur hinaus sind die Inhalte neu konzeptioniert, unter anderem durch die Einführung grundlegender Informationspflichten auch im stationären Handel, die Erweiterung des sachlichen Anwendungsbereichs des Haustürwiderrechts auf alle außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge, die Bereitstellung neuer Musterformulare, geänderte Anforderungen an einen Widerruf sowie neue Fristenregelungen und Formerfordernisse. Die Neuordnung des Verbraucherrechts erfordert eine Umorientierung in der Praxis.

Aus diesem Grunde lud die Forschungsstelle Anwalts- und Notarrecht der Westfälischen Wilhelms-Universität unterstützt von der Vereinigung der Rechtsanwälte und Notare in Münster e. V. sowie der JurGrad gGmbH am 4. Februar 2015 Herrn



Prof. Dr. **Raphael Koch**, LL.M. (Cambridge), EMBA
Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Zivilverfahrensrecht,
Europäisches Privat- und Internationales Verfahrensrecht,
Juristische Fakultät der Universität Augsburg

ein. *Koch* stellte äußerst strukturiert die systematischen und inhaltlichen Neuerungen vor. Dabei ging er nicht nur auf die Entstehungsgeschichte und Motive der Novelle ein, sondern legte auch dar, welche Auswirkungen sich für die Praxis ergeben. In der Wissenschaft diskutierte Fragen verknüpfte er anschaulich mit ersten Erfahrungen im Rechtsalltag.

Koch erläuterte zunächst die rechtspolitischen Hintergründe und europäischen Vorgaben der Neuregelungen.

Die „neuen“ §§ 312 ff., 355 ff. BGB dienen der Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie RL 2011/83/EU, die an die Stelle der früheren Richtlinien zu Haustürgeschäften und zum Fernabsatz tritt. Bedeutsame Neuerungen sind insbesondere die neuen Regelungen und Informationspflichten auch im stationären Handel und die Erweiterung der Sonderregeln zu den früheren „Haustürgeschäften“ auf alle i. S. d. § 312 b BGB außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträge. Zudem wurde das Widerrufsrecht geändert. Finanzdienstleistungen sind in der neuen Richtlinie nicht geregelt. Die sog. Fernabsatzfinanzdienstleistungsrichtlinie ist aber in Kraft geblieben.

Als Ziel der Richtlinie gab die Kommission die Stärkung des Binnenmarktes an: Bislang habe es starke Wettbewerbsverzerrungen insb. bei grenzüberschreitenden Verbraucherverträgen gegeben, die dem Wirtschaftswachstum entgegenständen. Ob Verbraucher wirklich aus Angst vor einer anderen Rechtsordnung auf grenzüberschreitende Geschäfte verzichten, die Richtlinie ihr Ziel also wirklich erreichen kann, zieht *Koch* in Zweifel. Vielfach werden nicht rechtliche, sondern eher tatsächliche Gründe wie Sprachbarrieren den Verbraucher davon abhalten, im Ausland zu bestellen.

Im Gegensatz zu den Haustür- und Fernabsatz-Richtlinien verfolgt die neue Verbraucherrechterichtlinie den Ansatz der sog. Vollharmonisierung, d. h. den Mitgliedstaaten wird nicht nur ein Mindeststandard für den Verbraucherschutz vorgeschrieben, sondern auch eine Obergrenze. Da sich hierdurch in einzelnen Mitgliedstaaten das Verbraucherschutzniveau verschlechtern kann, wurde dieser Ansatz vor allem von Stimmen aus Deutschland kritisiert. Als Kompromiss enthält die Richtlinie nun vereinzelt Öffnungsklauseln, die bei der Umsetzung ins nationale Recht auch ein höheres Schutzniveau ermöglichen. Insbesondere bei Widerrufsrechten und Informationspflichten sind keine Abweichungen möglich.



Im Folgenden stellte *Koch* die Systematik, den Anwendungsbereich und die Grundsätze bei Verbraucherverträgen dar, bevor er auf die Besonderheiten bei den verschiedenen besonderen Vertriebsformen einging.

Den neuen nationalen Regeln dient der Verbrauchervertrag

an sich als Ansatzpunkt – unabhängig davon, wo und auf welche Weise der Vertrag geschlossen wurde (§§ 312, 312 a BGB). Besondere Rechte und Pflichten ergeben sich zudem bei den besonderen Vertriebsformen im Fernabsatz und außerhalb von Geschäftsräumen (§§ 312 b – h BGB) sowie im elektronischen Geschäftsverkehr (§§ 312 i – j BGB). Vorschriften zum Inhalt der Informationspflichten sind in das EGBGB ausgelagert worden. Zu beachten sind zudem neue, europaweit geltende Legaldefinitionen.

Im stationären Handel gelten bei Verbraucherverträgen nun Informationspflichten etwa über Fracht-, Liefer- und Versandkosten (§ 312 a II BGB i. V. m. Art. 246 EGBGB). Dies gilt jedoch nicht bei Bagatellgeschäften des täglichen Lebens (Art. 246 II EGBGB). Da sich die Informationen zudem aus den Umständen ergeben können, führen diese Neuregelungen in der Praxis nur zu geringen Änderungen.

Angesichts der neuen Informationspflichten stellt sich die Frage, in welchem Verhältnis sie zu den AGB-Vorschriften stehen. So ist zum einen streitig, ob die Anforderungen des § 312 a II BGB i. V. m. Art. 246 I EGBGB eine besondere Einbeziehungsvoraussetzung darstellen. Teilweise wird vertreten, im Sinne des Verbraucherschutzes müsse der jeweils strengere Maßstab Einbeziehungsvoraussetzung sein (MüKo BGB/*Wendehorst*, 6. Aufl. 2012, § 312 c Rn. 71 zu § 312 c aF). Nach herrschender Auffassung (vgl. Palandt/*Grüneberg*, Art. 246 EGBGB nF Rn. 19) stellt § 312 a II BGB, Art. 246 I EGBGB keine Einbeziehungsvoraussetzung dar. Zum anderen ist fraglich, ob die Informationen des § 312 a II BGB in einheitlichen AGBs erteilt werden können. Art. 246 I EGBGB sowie § 307 I 2 BGB verlangen klare und verständliche Bestimmungen. Angesichts dieses Transparenzgebots verlangt *Koch*, dass die besonderen Informationen auf den ersten Blick – etwa durch besondere optische Gestaltung – als solche erkennbar sind, also nicht in den allgemeinen AGBs „untergehen“.

Mit den neuen Regelungen wurde erfolgreich auf verschiedene Praxisprobleme reagiert. Wurde der Verbraucher früher häufig am Ende einer Bestellung mit Kosten für die Nutzung der verschiedenen Zahlungsmittel überrascht, muss nun gem. § 312 a IV Nr. 1, 2 BGB zumindest eine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit bestehen und darf für andere Zahlungsmittel lediglich ein Entgelt verlangt werden, das nicht über die dem Unternehmer entstehenden Kosten hinausgeht. Kosten für Servicehotlines können nur insoweit auf den Verbraucher abgewälzt werden, als sie tatsächlich für die Nutzung des Telekommunikationsdienstes anfallen (§ 312 a V BGB). Dies gilt aber nicht für potentielle Kunden, die für eine zukünftige Leistung Informationen verlangen, sowie in Fällen, in denen telefonisch die Hauptleistung erbracht wird (etwa bei der anwaltlichen telefonischen Beratung). Ein Verstoß gegen § 312 a V BGB wird damit

sanktioniert, dass der Unternehmer statt des Verbrauchers das Entgelt an den Telekommunikationsdienst leisten muss.



Der Anwendungsbereich der außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträge (AGV, § 312 b BGB) geht über den der früheren Haustürgeschäfte weit hinaus. Erfasst werden nun alle außerhalb von Geschäftsräumen angebotenen Verträge bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit von Verbraucher und Unternehmer. Maßgeblich ist das erste Ansprechen, so dass auch Fälle erfasst

werden, bei denen der Verbraucher im Geschäft einen Vertrag abschließt, weil er vor dem Geschäft einen Flyer in die Hand gedrückt bekommen hat. Ebenfalls werden Verträge erfasst, die auf neutralem Boden geschlossen werden, etwa bei einem Rechtsanwalt. Nach *Koch* soll dies aber mangels Schutzwürdigkeit des Verbrauchers nicht gelten, wenn der Verbraucher explizit einen Anwalt einschalten wollte. Der Anwendungsbereich der AGV ist im Vergleich zu den Haustürgeschäften auch insoweit erweitert worden, als die Ausnahmetatbestände reduziert wurden: So besteht nach § 312 g II BGB ein Widerrufsrecht, wenn die Initiative zum AGV vom Verbraucher ausging. Beim Anwendungsbereich der Fernabsatzverträge (FAV, § 312 c BGB) ist zu beachten, dass sowohl die verbindlichen Vertragsverhandlungen als auch der Vertragsabschluss allein mit Fernkommunikationsmitteln erfolgen dürfen. Hat der Verbraucher sich zunächst umfassend im Geschäft beraten lassen und bestellt lediglich im Internet, liegt kein Fernabsatzvertrag vor. Anders liegt es, wenn der Verbraucher sich nur unverbindlich im stationären Geschäft umgesehen hat.

Für AGV und FAV gelten besondere Informationspflichten, § 312 d BGB. Die nach Art. 246 a EGBGB erteilten Informationen werden ohne ausdrücklichen Vorbehalt Vertragsinhalt. Gem. § 312 f BGB sind dem Verbraucher Abschriften und Bestätigungen zur Verfügung zu stellen. Ob diese Vorschrift wirklich dem Verbraucherschutz dient, ist angesichts der Tatsache, dass der Verbraucher sich bei der Flut an Informationen, Abschriften und AGBs bei jedem Vertragsabschluss selbige in der Praxis nur oberflächlich ansieht, zweifelhaft.

Bei der Widerrufsbelehrung kann der Unternehmer auf einen gesetzlichen Mustertext zurückgreifen, § 312 d I BGB i. V. m. Art. 246 a § 1 II 2 EGBGB (Anlage 1). Dies soll es ihm erleichtern, seine

Informationspflichten zu erfüllen. Sofern er das Muster ausgefüllt und ansonsten unverändert in Textform übermittelt, gilt die unwiderlegliche Vermutung, dass er ordnungsgemäß belehrt hat. In der Praxis sollte beachtet werden, dass auch geringe Änderungen des Musters vor Gericht als schädlich angesehen werden könnten.

Für die Vorschriften über Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr enthält § 312 BGB keine Anwendungsvoraussetzung. Neben allgemeinen Pflichten des Unternehmers gegenüber jedem Kunden (§ 312 i BGB) gelten besondere Pflichten bei Verbraucherverträgen (§ 312 j BGB). Insbesondere muss der Verbraucher ausdrücklich eine zahlungspflichtige Leistung bestellen, anderenfalls kommt kein Vertrag zustande (§§ 312 j III, IV BGB). Diese sog. Buttonlösung wurde auf Initiative des deutschen Gesetzgebers in die Verbraucherrechterichtlinie aufgenommen. Während früher der Verbraucher bei Bestellungen im Internet teilweise verschiedene Zusatzleistungen mitbestellte, wenn er die bereits gesetzten „Häkchen“ nicht entfernte, dürfen Unternehmer solche Zusatzleistungen nun nur noch im Rahmen einer Opt-in-Gestaltung anbieten (§§ 312, 312 a II 2 BGB).

Die Neuregelungen zum Widerrufsrecht wurden in der Praxis wegen ihrer Klarheit begrüßt.

In systematischer Hinsicht wird auf die Widerrufsregeln der §§ 355 ff. BGB durch § 312 g BGB für AGV und FAV, § 485 BGB für Teilzeitwohnrechteverträge, § 495 I BGB für Verbraucherdarlehensverträge und Teilzahlungsgeschäfte, § 506 I BGB für Finanzierungshilfen und § 510 II BGB für Ratenlieferungsverträge verwiesen. Die §§ 355 ff. BGB regeln abschließend Fristen und Rechtsfolgen des Widerrufs, wobei neben allgemeinen Vorschriften (§ 355 BGB) für die einzelnen Verträge Besonderheiten normiert sind (§§ 356 – 357 c BGB). Auf das Rücktrittsrecht wird nicht mehr verwiesen. Zudem enthalten §§ 358 ff. BGB Bestimmungen über verbundene und zusammenhängende Verträge.

Das Widerrufsrecht ist materiell ein freies Lösungsrecht, § 355 BGB. Die gesetzliche Widerrufsfrist beträgt 14 Tage und beginnt frühestens mit Vertragsschluss (§ 355 II BGB). Sie kann durch den Unternehmer auch einseitig verlängert werden.

Während für die Widerrufserklärung früher die bloße Rücksendung genügte, ist nun gem. § 355 I 2 BGB eine ausdrückliche Erklärung erforderlich. Der Ablieferungsbeleg für das Paket ist somit kein Nachweis für den Widerruf mehr. In der Praxis wird aber – zumindest bisher – die bloße Rücksendung als Widerrufserklärung akzeptiert. Die gesetzlich geforderte Erklärung ist formlos möglich, doch empfiehlt sich zur späteren Beweisführung ein Widerruf zumindest in Textform. Sofern der Unternehmer ein Musterwiderrufsformular anbietet, stellt dies für den Verbraucher eine Erleichterung dar.

Ist der Unternehmer seinen Pflichten zur Widerrufsbelehrung im Rahmen der AGV und FAV nicht nachgekommen, so beginnt die Widerrufsfrist nicht zu laufen. Das Widerrufsrecht erlischt aber zwölf Monate und 14 Tage nach dem Zeitpunkt, zu dem bei ordnungsgemäßer Belehrung die Frist begonnen hätte, § 356 IV BGB. Im Gegensatz zu § 355 IV 3 BGB aF gibt es somit nun kein „endloses“ Widerrufsrecht mehr. Zu beachten ist, dass § 356 III 1 BGB einer richtlinienkonformen Auslegung bedarf: Zum einen sieht Art. 10 II der Richtlinie eine Heilungsmöglichkeit vor. Zum anderen hat laut der Richtlinie (insb. Art. 8 VII) die Belehrung auf einem dauerhaften Datenträger zu erfolgen.

Folge des Widerrufs ist, dass die vertragliche Bindung entfällt und die Leistungen, sofern sie bereits erbracht wurden, zurück zu gewähren sind, § 355 III BGB. Der Unternehmer hat im Rahmen der AGV und FAV ein Zurückbehaltungsrecht (§ 357 IV 1 BGB), so dass der Verbraucher vorleistungspflichtig ist. Die Gefahr der Rücksendung der Waren ist aber dem Unternehmer auferlegt, § 355 III 4 BGB. Bisher musste der Unternehmer in der Regel die Kosten für die Rücksendung übernehmen. Heute trifft den Verbraucher nach der gesetzlichen Regelung diese Kostenpflicht, wenn er hierüber vom Unternehmer informiert wurde, § 357 VI 1 BGB. Allerdings übernimmt in der Praxis weiterhin häufig der Unternehmer die Rücksendekosten. Die Hinsendekosten trägt bei Standardlieferung der Unternehmer, § 357 II BGB. Bei ordnungsgemäßer Widerrufsbelehrung und einem über die Prüfung der Ware hinausgehenden Umgang hat der Verbraucher verschuldensunabhängig Wertersatz für den Wertverlust der Ware zu leisten, § 357 VII BGB. Im Rahmen insb. von Dienstleistungsverträgen hat der Verbraucher auch dann Wertersatz zu leisten, wenn er die sofortige Leistung ausdrücklich auf einem dauerhaften Datenträger gewünscht hat und ordnungsgemäß sowohl über die Widerrufsmöglichkeit als auch die Wertersatzpflicht belehrt wurde, § 357 VIII BGB. Dies wird insb. bei Softwaredownloads und Immobilienmaklerverträgen an Bedeutung gewinnen.



Aber auch dem Strafverteidiger, der für den Untersuchungshäftling in die JVA kommt, ist zu raten, diese Regelung zu beachten.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass neben einer neuen Struktur auch inhaltliche Änderungen mit der Richtlinienumsetzung erfolgten. Insbesondere sind andere Informati-

onspflichten, Musterformulare und Fristenregelungen zu beachten. Dem Verbraucher werden nach den Neuregelungen Pflichten auferlegt, wenn er zuvor umfassend informiert wurde. Insgesamt dienen die Neuregelungen einem wirksamen Verbraucherschutz, doch berücksichtigen sie verstärkt ebenfalls die Interessen des Unternehmers.

Die befürchtete Abmahnwelle ist bisher ausgeblieben – obwohl nur etwa 50 % der online-Shops die Neuregelungen bisher berücksichtigen. Zudem werden in der Praxis häufig weitergehende Kundenrechte als freiwillige Serviceleistung gewährt. Damit deckt sich, dass die anwesenden Rechtsanwälte berichteten, bisher beruflich noch nicht mit den Neuregelungen in Kontakt gekommen, sondern noch mit „Altfällen“ zu den §§ 312 ff. aF BGB befasst zu sein.

Im Anschluss an den Vortrag diskutierten die interessierten Teilnehmer zunächst in großer Runde zusammen mit dem Referenten, später aber auch bei einem kleinen Imbiss in kleineren Gruppen weiter, welche Unklarheiten bei den Neuregelungen noch vorliegen und mit welchen Konsequenzen aufgrund der Neuregelungen zu rechnen sei.