

Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes für faire Verbraucherverträge sowie begleitender Anträge

(BT-Drs: 19/26915 sowie 19/17449, 19/17451, 19/26630)¹

28.04.2021

Die Anliegen des Gesetzentwurfes

*a) die rechtliche Position der Verbraucher*innen im Hinblick auf Dauerschuldverhältnisse zu stärken und*

b) gegen untergeschobene Verträge aufgrund von Telefonanrufen vorzugehen

sind richtig. Rechtspolitisch ist ein Handeln dringend geboten, wie der Entwurf richtig herausstellt. Die gefundene Lösung ist jedoch halbherziges Stückwerk, das die angestrebten Ziele nicht wird erreichen können. Eine Nachschärfung ist dagegen einfach möglich, sofern der politische Wille besteht, die z. T. seit Jahren bestehenden und beklagten Probleme tatsächlich an der Wurzel zu packen.

Im Hinblick auf a) Dauerschuldverhältnisse fällt die Regelung zu eng aus. Der Regierungsentwurf hat die (bereits unzureichende) Regelung des Referentenentwurfes noch einmal wesentlich verschlechtert, indem jetzt – unter komplizierten Bedingungen – weiterhin Zweijahresverträge möglich bleiben. Darüber hinaus übersieht der Vorschlag – wie schon der Referentenentwurf – die vielfältigen faktischen Hürden, die Anbieter der Kündigung von Dauerschuldverhältnissen in den Weg stellen, wobei umgekehrt der Vertragsschlussprozess optimal einladend ausgestaltet ist (negatives, wenn nicht gar als „toxisch“ zu bezeichnendes und nicht transparent gemachtes Nudging). Dafür liefert ein jüngeres Gutachten des vnk deutliche Evidenz.² Berücksichtigt man die Erkenntnisse des behavioral research, so ist zu fordern, dass die Vertragsbeendigung nicht komplizierter ausgestaltet werden darf, als der Vertragsschluss. Dafür werden im Folgenden konkrete Vorschläge unterbreitet.

Im Hinblick auf b) die untergeschobenen Verträge im Zusammenhang mit Telefonanrufen fällt die Regelung durch die sachliche Begrenzung unverständlich eng aus. Jahrelang ist es dem Gesetzgeber nicht gelungen, dem Ärgernis untergeschobener Verträge

¹ Diese Stellungnahme übernimmt dort, wo der Regierungsentwurf dieselben Regelungen wie der vorangegangene Referentenentwurf enthält, im Wesentlichen die Argumente und Formulierungen der vorangegangenen Stellungnahme Nr. 55/2020 zu dem Referentenentwurf, vgl. www.verbraucherkommission.de unter „Stellungnahmen“.

² vnk-Gutachten: Brönneke/P. Schmidt zu Kündigungen von Verträgen im Internet – Feldstudie und rechtspolitische Konsequenzen https://www.gruene-bundestag.de/fileadmin/media/gruenebundestag_de/themen_az/verbrauerschutz/PDF/200310-Gutachten-Kuendigung.pdf

durch sachlich begrenzte Regelungen beizukommen. Vorgeschlagen wird hier die Einführung einer konsequenten Bestätigungslösung.

c) Im Hinblick auf die Anpassung des Kaufrechtes an die Rechtsprechung des EuGH im Urteil Ferenschild vom 13.07.2017- C-133/16 erscheint eine Regelung zum jetzigen Zeitpunkt unnötig und auch untunlich. Die aktuelle Rechtslage ist in der Rechtsanwendung aufgrund der Entscheidung des Gerichtshofes hinreichend klar und rechtspolitisch ist es untunlich, die Regelung kurz vor der Umsetzung der Warenkaufrichtlinie herauszugreifen, ohne den Gesamtzusammenhang des Kaufmängelgewährleistungssystems zu behandeln.

d) Zu den Abtretungsausschlüssen in Art. 1 betr. § 308 Nr. 9 BGB wird hier im Einzelnen nicht Stellung bezogen. Der Unterzeichner macht sich allerdings die Hinweise des Bundesrates zu den Gefahren für die Verbraucher insbesondere im Hinblick auf Pfändungsschutzkonten zu eigen (BT-Drs 19/26915 S. 40 der Vorabfassung).

e) Der Vorschlag in BT-Drs. 19/17451, Durchschnittspreisangaben bei Langzeitverträgen mit Verbrauchern einzuführen, ist als zusätzliche Maßnahme begrüßenswert und fügt sich in ein Transparenzschaffendes Preisangabenrecht als bisher fehlender Baustein gut ein.

1. Dauerschuldverhältnisse

Die Regeln zur Stärkung der Verbraucherrechte bei bestehenden Dauerschuldverhältnissen weisen zwar in die richtige Richtung. Langfristige Verträge und automatische Verlängerungen binden die Verbraucher in einem Maße, das nicht zu rechtfertigen ist und behindern damit auch den Wettbewerb zwischen den Anbietern, da sie den Anbieterwechsel ganz erheblich erschweren. Sie reichen aber in keiner Weise aus.

„Die vom Zentrum für Verbraucherforschung und nachhaltigen Konsum | vunk durchgeführte Untersuchung ‚Kündigung von Verträgen im Internet durch Verbraucher‘ belegt deutliche Defizite im Hinblick auf die Informationen zur Kündigung von länger laufenden Verträgen (Dauerschuldverhältnissen). Den Verbraucher*innen werden zudem Hürden in den Weg gestellt, bevor sie erfolgreich kündigen können. Dies erweist sich als eine, der ökonomischen Rationalität entsprechenden Ausgestaltung der Homepages:

Anbieter haben kein Interesse daran, dass Verbraucher Dauerschuldverhältnisse kündigen. Dies zu fördern oder zu vereinfachen, wäre das Gegenteil eines ‚Kundenbindungsprogramms‘. Umgekehrt ist im Rahmen des Online-Marketings aber bekannt, wie die ‚Conversion-Rate‘, also das Verhältnis von Klicks auf eine Produktseite zu endgültigen Vertragsabschlüssen, im Sinne der Anbieter verbessert werden kann, dass also möglichst viele Verbraucher*innen sich ein Produkt nicht nur anschauen, sondern auch direkt im Internet gleich zu einem Vertragsabschluss kommen. Das Ziel entsprechender Untersuchungen und daraus folgender Web-Auftritte ist es also, dass Hürden, die dem Anklicken des abschließenden ‚Zahlungspflichtig bestellen‘-Buttons entgegenstehen, abgebaut bzw. möglichst weitgehend minimiert werden. Mit einiger Plausibilität

*darf wohl behauptet werden, dass es einer gewissen ökonomischen Rationalität entspricht, diese Erkenntnisse im Bereich der Kündigung genau andersherum anzuwenden: Selbst wenn dieses ökonomische Kalkül möglicherweise auf lange Sicht etwas kurz greifen mag, wäre danach eine Homepage aus ökonomischem Interesse des Anbieters hinsichtlich der Kündigungsinformationen und des Kündigungsprozesses dann besonders gelungen gestaltet, wenn Verbraucher gerade nicht die Willenserklärung „Ich kündige jetzt“ abgeben, sei es durch Anklicken eines entsprechenden Buttons, sei es in anderer Weise. Ohne über die Motivlage der Anbieter spekulieren zu müssen, belegt der in der Untersuchung zutage getretene Befund, der durch eigene und fremde Erfahrungen (insbesondere Aussagen von Verbraucherberater*innen) gestützt wird, dass die derzeitigen Marktmechanismen dazu führen, dass Kündigungsmöglichkeiten der Verbraucher bei Dauerschuldverhältnissen verbreitet über Gebühr erschwert sind.“³*

Die vom vnk durchgeführte Studie belegt, dass bereits die nötigen Informationen zu Kündigungsmodalitäten häufig nur schwer auffindbar sind, dass darüber hinaus die konkreten Kündigungsprozesse kompliziert ausgestaltet sind, die nur dadurch erklärt werden können, dass überflüssige Hürden aus Sicht der Anbieter interessengerecht erscheinen, weil darin ein „Kundenbindungsprogramm“ eigener Art liegt. Dies widerspricht allerdings eklatant den berechtigten Verbraucherinteressen.⁴

Entscheidend für die Beurteilung der Wirtschaftspraxis und der Regelungsbedürftigkeit der Kündbarkeit von Dauerschuldverhältnissen sind die Erkenntnisse der behavioral economics, insbesondere zum sog. Status-Quo Bias: Danach tun sich Verbraucher ohnehin schwer, einmal getroffene vertragliche Entscheidungen zu ändern, selbst wenn dies bei einer kühlen Wirtschaftlichkeitsberechnung im objektiven Verbraucherinteresse läge. Verstärkt für die Kündigungsfälle wird dies durch den „omission bias“, der dadurch wirkt, dass jede Änderung des bestehenden Vertragszustandes eine aktive Handlung erfordert, während Nichtstun zur Aufrechterhaltung des Status quo führt. Kern des omission bias ist nun, dass Menschen eher Unterlassungsfehler tolerieren, als eventuelle Fehler einer aktiven Handlung. Dem omission-bias wird durch die gesetzliche Begrenzung der Laufzeiten von Dauerschuldverhältnissen, jedenfalls im Rahmen von Vereinbarungen, die durch AGB getroffen werden, sinnvoll entgegengewirkt.

Zudem verdeutlichen diese Erkenntnisse, dass schon geringfügige Hürden ausreichen können, um Verbraucher von dem Plan einer Kündigung abzubringen. Im Zusammenwirken mit dem Aspekt der „regret aversion“ brauchen die Firmen beim Einsatz derartiger kundenunfreundlicher Regelungen und Ausgestaltungen nicht einmal befürchten,

³ vnk-Gutachten: Brönneke/ P. Schmidt zu Kündigungen von Verträgen im Internet – Feldstudie und rechtspolitische Konsequenzen a. a. O (Anm. 2) S. 4.

⁴ So unser Fazit: Brönneke/ P. Schmidt zu Kündigungen von Verträgen im Internet – Feldstudie und rechtspolitische Konsequenzen a. a. O (Anm. 2) S. 32, das auf der akribischen, auf ca. 50 S. dokumentierten Analyse der Webangebote von 37 Unternehmen beruht, verteilt auf die Branchen Energie (8), Versicherungen (10), Telekommunikation (9), Zeitungen/Zeitschriften (5), sowie Sonstige (5).

dass diese objektiv kundenunfreundliche Handlungsweise wesentliche negative Auswirkungen auf das Markenimage haben würde. Regret aversion bezeichnet ein Handlungsmuster, nach dem Menschen bei Ihren Entscheidungen das Bedauern berücksichtigen, das sie empfinden würden, wenn sie nachträglich erkennen, dass ihre ursprüngliche Entscheidung falsch war. Das spricht bei der individuell zu treffenden Entscheidung wiederum gegen die Änderung eines an sich objektiv interessenwidrigen Zustandes, konkret also gegen eine Kündigung, mit der man sich eingestehen müsste, dass der geschlossene Vertrag (jedenfalls inzwischen) unsinnig ist.

Hürden, die diese allgemein verbreiteten psychologischen Handlungsmuster verstärken, führen zu erheblichen Erfolgen im Sinne der Verhinderung von an sich objektiv interessengerechten Kündigungen. Zu bedenken ist auch, dass manche Anbieter das Kündigungsrecht der Verbraucher absichtlich erschweren, wie sich durch das zitierte Vunk-Gutachten zu Kündigungen im Internet gezeigt hat. Daneben ist auch durch zahlreiche Verbraucherbeschwerden und daraus resultierende Verfahren der Verbraucherzentralen bekannt, dass Kündigungen beispielsweise von Rückrufen oder Bestätigungen des Anbieters abhängig gemacht werden, oder Verbraucher angeblich nur auf bestimmten Wegen kündigen könnten, beziehungsweise nach erfolgter Kündigung, die Kündigung nachträglich von weiteren Auflagen abhängig gemacht wird (Einschicken des Routers, Abschicken der Zutrittskarte vom Fitnessstudio, zusätzliche Kündigung an andere Stelle zu schicken etc.).

Bezieht man diese Erkenntnisse ein, so zeigt sich, dass über die im Gesetzentwurf unterbreiteten Vorschläge hinaus auch die Vorschriften über die Informationen über Vertragslaufzeiten und Kündigungsmöglichkeiten deutlich zu schärfen sind: Schon die Alltagserfahrung zeigt, dass die einschlägigen Informationen häufig sehr versteckt und für Verbraucher*innen nicht sicher aufzufinden sind. Dies ist etwa dann der Fall, wenn in sehr umfangreichen AGB, die teilweise auch noch auf spezielle Anlagen verweisen, ganz unterschiedliche Laufzeiten und Kündigungsfristen für unterschiedliche Produkte angegeben werden, die so technisch oder so undeutlich bezeichnet werden, dass bisweilen auch Fachleute Schwierigkeiten bekommen, die im Einzelfall zutreffenden Kündigungsmodalitäten zu ermitteln. Konkrete Vorschläge, in welcher Art die Informationspflichten und die Vorgaben für die Ausgestaltung von Kündigungsprozessen ohne ins Gewicht fallende Umsetzungskosten bei den Anbietern ausgestaltet werden können, können gerne unterbreitet werden.

Zielführende Vorschläge, die dem Antrag „Mit einem Klick“ (BT-Drs. 19/17449) entsprechen, finden sich in der Stellungnahme des Bundesrates, die hier übernommen werden. So wird dort ein zu begrüßender § 312a Abs. 7 BGB neu mit dem folgenden Wortlaut gefordert:⁵

⁵ BT-Drs. 19/26915, S. 42 (Vorabfassung)

„§ 312 Abs 7 BGB – neu: Der Unternehmer hat unbeschadet anderer Vorschriften leicht zugängliche Verfahren zur Verfügung zu stellen, mit denen der Verbraucher nach Vertragsschluss für das Vertragsverhältnis relevante Erklärungen, insbesondere Kündigung, Widerruf und die Geltendmachung von Rechten aus dem Vertragsverhältnis (vertragsrelevante Erklärungen) abgeben kann.“

Da diese sinnvolle Möglichkeit evtl. an der Regierungsmehrheit im Bundestag scheitern könnte, wird als Auffanglösung eine Vorschrift vorgeschlagen, die eine Spiegelbildlichkeit im Aufwand zur Kündigung gegenüber dem Aufwand zum Vertragsschluss fordert, etwa unter Verwendung einer Floskel „Kündigungen von Dauerschuldverhältnissen dürfen bei Verbrauchergeschäften nicht komplizierter ausgestaltet werden, als die ursprüngliche Vertragserklärung des Verbrauchers.“ (Rohformulierung. Eine exaktere Formulierung kann bei Bedarf mitsamt einem Vorschlag zur Verortung im BGB nachgereicht werden.)

Für die Fälle, in denen die Button-Lösung greift, bietet sich eine Erweiterung an, wie sie in der Beschlussempfehlung des Bundesrates zum Regierungsentwurf mittels einer Ergänzung des § 312j BGB durch einen neuen Abs. 4a angeregt wird. Dieser neue Absatz sollte also wie folgt formuliert werden:

„§ 312j Abs. 4a BGB-neu: Für den Fall, dass die Bestellung eines Verbrauchers nach Absatz 3 Satz 2 über eine Schaltfläche erfolgt ist und ein Dauerschuldverhältnis begründet hat, muss der Unternehmer auch für die Kündigung dieses Dauerschuldverhältnisses eine leicht auffindbare, barrierefreie, gut lesbare und verständlich beschriebene Schaltfläche (beschriftet mit dem Wort „Vertrag kündigen“) vorsehen. § 312i Absatz 1 Satz 1 Nummer 3 gilt entsprechend. § 312h bleibt unberührt.“⁶

Ferner ist vorzusehen, dass Kündigungen unverzüglich bestätigt werden und zwar auf dem Wege, auf dem die Kündigungserklärung erfolgt ist:

„Kündigungen von Dauerschuldverhältnissen durch Verbraucher sind unverzüglich auf dem Wege zu bestätigen, auf dem Sie dem Unternehmer zugegangen sind.“

Im Fall von Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr ist eine solche Bestätigungspflicht zusätzlich in §312 i Abs. 1 S. 1 Ziff. 3 BGB zu verankern:

„Bedient sich ein Unternehmer zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrags über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen der Telemedien (Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr), hat er dem Kunden

1. ...

2. ...

3. **den Zugang von dessen Bestellung wie auch den Zugang der Kündigung eines Dauerschuldverhältnisses unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen ...“**

Im Textvorschlag wurden die einzuschiebenden Worte hervorgehoben.

⁶ So der Vorschlag des Bundesrates in BT-Drs. 19/26915, S. 45 (Vorabfassung)

2. Telefonisch untergeschobene Verträge

Telefonisch untergeschobene Verträge sind ein erhebliches Ärgernis. Sie belasten insbesondere – aber durchaus nicht ausschließlich – eine besonders vulnerable Verbrauchergruppe: ältere Menschen, die altersbedingt und oft auch bedingt durch Einschränkungen des Gehörs am Telefon nicht mehr dieselbe Wendigkeit in geschäftlichen Dingen aufweisen, wie jüngere Menschen. Seit Jahren versucht der Gesetzgeber diesen Machenschaften mit unzureichenden, weil eingeschränkten Mitteln beizukommen und stellt damit nur einen Teil der zu beklagenden Probleme ab. Nach dem Regierungsentwurf soll entsprechend dessen Art. 4 durch eine Änderung des § 41 Energiewirtschaftsgesetzes lediglich bei der „Belieferung von Haushaltskunden mit Energie außerhalb der Grundversorgung“ eine Bestätigungslösung vorgesehen werden. Eine solche Beschränkung ist nicht zu rechtfertigen. Sie lässt wieder Lücken offen.

Zwar ist es richtig, dass in diesen Branchen ein aktueller (durch die Marktwächter der Verbraucherzentralen und die Bundesnetzagentur bekannt gewordener) Handlungsdruck besteht. Die Begrenzungen übersehen aber, dass es – nach Kenntnis des Unterzeichners, die sich unter anderem auf die Beratungstätigkeit der Verbraucherzentralen bezieht,⁷ – seit Jahren in anderen Branchen immer wieder untergeschobene telefonische Verträge gab. Alle bisherigen Bemühungen des Gesetzgebers (namentlich durch das Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken von 2013) haben genau aus dem Grund zu kurz gegriffen, dass sich der Gesetzgeber nur zu Minimalreparaturen entschließen konnte. Dies erwies sich als unzureichendes Stückwerk. Diesmal sollte dem weit verbreiteten Übel des Unterschiebens von Verträgen am Telefon endlich konsequent ein Riegel vorgeschoben werden, ohne erneut den massiven, aber durchsichtigen Interventionen von Wirtschaftslobbyisten nachzugeben. Dies würde auch die knappen Beratungsressourcen der Verbraucherzentralen schonen, die schließlich zu einem erheblichen Teil aus Steuergeldern finanziert werden.

Ein aner kennenswertes rechtspolitisches Interesse an einem rein telefonischen Abschluss von Verträgen B2C ist nicht zu erkennen. Die Forderung nach einer sachlich nicht eingeschränkten Bestätigungslösung entspricht den dreimaligen Vorschlägen des Bundesrates, der eine konsequente Bestätigungslösung bereits 2011, 2017 und nun auch in der Stellungnahme zum Regierungsentwurf gefordert hat.⁸ Wie der Bundesrat dort richtig feststellt, geht es bei einer konsequenten Bestätigungslösung nicht nur um den Schutz vor unseriösen Unternehmen sondern auch darum, dass Telefonanrufe auch seriöser Anbieter nicht selten zu Missverständnissen führen. In aller Regel werden heute umfassende Klauselkataloge verwendet – bei vielen Verträgen auch zur Beschreibung des Leistungsinhaltes. Um Derartiges in Ruhe prüfen zu können und vor

⁷ Darüber wurde immer wieder detailliert in den Sitzungen der Verbraucherkommission Baden-Württemberg seitens verschiedener Mitglieder berichtet.

⁸ BT Drs 19/26915, S.42 sowie 49 in der Vorabfassung

Übereilung zu schützen ist eine sektoral nicht eingeschränkte Bestätigungslösung erforderlich.

Wir schlagen daher vor, die Überschrift des § 312c BGB wie folgt zu fassen:

„§ 312c Fernabsatzverträge, genehmigungsbedürftige Fernabsatzverträge“

und sodann § 312c BGB um folgende Absätze 3, 4 und 5 zu ergänzen:

„(3) Schließt ein Verbraucher telefonisch einen Fernabsatzvertrag, so hängt die Wirksamkeit des Vertrags davon ab, dass der Verbraucher den Vertrag in Textform genehmigt, nachdem ihm der Unternehmer den Inhalt des Vertrages auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt und ihn über die Notwendigkeit und das Vorgehen der Genehmigung, sowie die Folgen im Falle der Nicht- oder nicht rechtzeitigen Genehmigung, informiert hat. Fordert der Unternehmer den Verbraucher zur Genehmigung des Vertrages auf, so gilt die Genehmigung als verweigert, wenn der Verbraucher sie nicht bis zum Ablauf von zwei Wochen nach dem Empfang der Aufforderung erklärt hat.

(4) Genehmigt der Verbraucher in den Fällen des Absatzes 3 den Vertrag nicht, so steht dem Unternehmer, wenn er dem Verbraucher in Erwartung der Genehmigung geliefert hat, kein Anspruch auf Wertersatz zu.“

Dies entspricht neben den Gesetzentwürfen und wiederholten Stellungnahmen des Bundesrates auch der Forderung der Verbraucherkommission Baden-Württemberg vom 21.05.2007. Zur näheren Begründung der Vorschläge wird auf diese Stellungnahme verwiesen, die als Anlage I Bestandteil dieser Stellungnahme ist). Zur weiteren Fundierung wird zudem auf die ausführlichen rechts-dogmatisch/rechtspolitischen Begründungen von Prof. Dr. Karl-Heinz Fezer in folgenden Publikationen verwiesen: in: Fezer, Karl-Heinz/Büscher, Wolfgang/Obergfell, Eva Inés (Hrsg.), Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Band 1, 3 A. München 2016, Seiten 2336 ff., Einleitung Rn. 529 – 548 sowie Rn. 200 – 209 und ferner in: GRUR-Prax 2011, 361 ff.

Die in Art. 3 vorgeschlagenen Ergänzungen des UWG zur Bekämpfung des Cold Callings sind insgesamt richtig. Allerdings sollte der Bußgeldrahmen in § 20 Abs. 2 erster Halbsatz in Verbindung mit § 20 Abs. 1 Ziff. 1 und 2 UWG verdreifacht werden, um den Unternehmen die ökonomischen Anreize für die hartnäckige Praxis des Cold Callings zu nehmen und insbesondere dadurch zustande gekommene Unrechtsgewinne ohne große Diskussionen und Rechtsunsicherheiten abschöpfen zu können. Dazu empfiehlt sich die Ergänzung des vorgeschlagenen § 20 Abs. 2 BGB um folgenden Satz 2:

„Das Bußgeld ist seiner Höhe nach so zu bemessen, dass Umsätze, die infolge der Ordnungswidrigkeit erzielt wurden, abgeschöpft werden; der auf diesen Umsatz entfallende Teilbetrag der Geldbuße ist bei Fehlen konkreter Anhaltspunkte zu schätzen.“

Das verfassungsrechtlich vorgegebene Verhältnismäßigkeitsprinzip mit seinen drei Teilprinzipien begrenzt in der konkreten Anwendung die zu verhängenden Geldbußen der Höhe nach so, dass keine überschießende Anwendung befürchtet zu werden braucht; umgekehrt ist bei der genannten Anhebung des Bußgeldrahmens nicht damit zu rechnen, dass die betragsmäßige Kappung des Bußgeldes ökonomische Anreize gerade zu groß angelegten Cold-Calling-Aktionen herbeiführt, weil Unrechtsgewinne ab einer durchaus erreichbaren Größenordnung nicht abgeschöpft werden können.

§ 17 Abs. 4 OWiG reicht dafür nicht aus, da es bei Anwendung dieses Paragraphen regelmäßig zu Streitigkeiten über die Höhe des wirtschaftlichen Vorteils kommt. Genau aus diesem Grund bemisst z. B. die Datenschutzgrundverordnung Sanktionen nicht am Unrechtsgewinn, sondern an bestimmten Anteilen des erzielten Umsatzes.

3. Durchschnittspreisangaben bei Langzeitverträgen mit Verbrauchern

In BT-Drs 19/17451 wird der folgende Beschluss angeregt:

„1. einen Gesetzentwurf vorzulegen, welcher gewerblichen Anbietern bei der Werbung und im Rahmen der Vertragsanbahnung für Dauerschuldverhältnisse über die regelmäßige Lieferung von Waren oder die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen bei Preisangaben gegenüber Verbrauchern die zusätzliche Angabe eines monatlichen Durchschnittspreises, d. h. die Summe aller bei Vertragsschluss bereits feststehenden, verbindlich zu zahlenden Entgelte, Kosten oder Gebühren geteilt durch die Mindestlaufzeit des Vertrages in Monaten, in unmittelbarer Nähe des Preises vorschreibt, und

2. sich auf europäischer Ebene dafür einzusetzen, dass solch eine Regelung spätestens anlässlich einer Überarbeitung der EG-Grundpreis-Richtlinie (98/6/EG) Eingang in europäisches Recht findet, um Anwendungskonflikten, die sich aus der Vollharmonisierung des europäischen Wettbewerbsrechts ergeben könnten, vorzubeugen.“

Dieser Beschlussvorschlag zielt auf eine Ergänzung des Preisangabenrechts und ist als zusätzliche Maßnahme zu den bisher beschriebenen Maßnahmen begrüßenswert und fügt sich in ein transparenzschaffendes Preisangabenrecht als bisher fehlender Baustein gut ein. Auf die Begründung in der Bundestagsdrucksache kann insoweit verwiesen werden. Bei der konkreten Umsetzung dieses Vorschlages wird noch zu analysieren sein, wie der Vorschlag konkret auszugestalten ist, damit Unternehmer das Ziel dieser erforderlichen Transparenzpflicht (nach Ablauf der im Gesetz benannten Bezugsgröße für den Durchschnittspreis) nicht doch noch unterlaufen können.

4. Verjährung beim Kauf gebrauchter Sachen

Der Vorschlag des Referentenentwurfes passt in Art. 1 Ziff. 6 die Verjährung beim Kauf von gebrauchten Sachen an die Rechtsprechung des EuGH entsprechend dem Urteil Ferenschild vom 13. Juli 2017- C-133/16 an. Diese Anpassung ist für den noch verbleibenden kurzen Zeitraum bis zur Umsetzung der Warenkaufrichtlinie unnötig und auch untunlich. Die aktuelle Rechtslage ist in der Rechtsanwendung aufgrund der Entscheidung des Gerichtshofes hinreichend klar. Selbst wenn es sich vorliegend nur um eine partielle Neuregelung im Kaufrecht handelt (die bekanntlich hinsichtlich der kurzen Fristen von den allgemeinen Verjährungsregeln des BGB erheblich abweicht), ist es rechtspolitisch untunlich, die zu kurzen Verjährungsfristen im Hinblick auf langlebige Gebrauchsgüter noch einmal zu unterstreichen.

Sicherlich bedürfen Gebrauchsgüter bei einer dringend erforderlichen Verlängerung der Kaufmängelgewährleistungsfristen für langlebige Produkte (siehe hierzu mit ausführlicher Begründung Gildeggen, VuR 2016, S. 83-91 sowie in Kürze auch: Keimeyer, Friedhelm/Brönneke, Tobias/Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit et al. (Hrsg.): Weiterentwicklung von Strategien gegen Obsoleszenz einschließlich rechtlicher Instrumente, Dessau 2020, Kapitel 6) besonderer Regeln, die das berechtigte Anliegen im Blick behalten, einen Gebrauchsgütermarkt eher zu fördern als zu verhindern. Diese Regeln müssen aber genau durchdacht werden. So sollten jedenfalls Gewährleistungsrechte, die der Gebrauchsgüterverkäufer (Verkäufer 2) gegenüber seinem ursprünglich (Neuwaren-)Verkäufer (Verkäufer 1) noch hat, nicht dadurch abgekürzt werden, dass durch den zweiten Verkauf (den des Gebrauchsgüterverkäufers gegenüber dem Käufer des gebrauchten Produktes – Käufer 2) nun die noch laufende Gewährleistungsfrist beendet wird. Dies könnte durch eine Legalzession der noch bestehenden Gewährleistungsansprüche auf den Käufer des gebrauchten Produktes erreicht werden.

Hauptautor: Prof. Dr. Tobias Brönneke