

Verbraucherschutzbilanz 2006:

Regelmäßiger Erfolg vor höchsten Gerichten – aber Verbraucher gehen leer aus

Edda Müller: „Es ist zu einfach und zu lukrativ, Verbraucherrechte zu missachten“

08. Mai 2006 – Die Verbraucherzentralen und der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) sind im vergangenen Jahr in mehr als 900 Fällen gegen rechtswidrige Praktiken von Unternehmen vorgegangen. Dabei konnten sie zahlreiche Erfolge verbuchen: In jedem zweiten Fall verpflichteten sich die Unternehmen selbst zu einer Änderung ihrer Geschäftspraktiken. Vor Gericht wurden die meisten Fälle zugunsten der Verbraucher entschieden, in vielen Fällen durch den Bundesgerichtshof. Trotz der Erfolge sieht der vzbv erhebliche Defizite bei der Durchsetzung von Verbraucherrechten: „Mit dem Aushebeln von Verbraucherrechten lässt sich viel zu einfach Geld verdienen“, sagte vzbv-Vorstand Edda Müller bei der Vorstellung der Jahresbilanz. „Auch im Interesse einer qualitätsorientierten deutschen Wirtschaft müssen wir das ändern.“

Hintergrund der Verfahren: Anders als in fast allen anderen europäischen Ländern gibt es in Deutschland keine Behörden, die die Einhaltung von Verbraucherschutzgesetzen im Geschäftsverkehr kontrollieren. Um Rechtsverstöße dennoch wirksam zu bekämpfen, sind die Verbandsklagerechte der Verbraucherzentralen und des vzbv daher besonders wichtig.

Allein der vzbv geht im Jahresdurchschnitt mit 300 bis 350 Abmahnungen gegen unlautere Werbung und mit 50 bis 100 Abmahnungen gegen unzulässige Allgemeine Geschäftsbedingungen vor.

Erfolg: BGH entscheidet für Verbraucher

Besondere Erfolge verbuchte der vzbv auch bei der privaten Altersvorsorge: So endete ein Verfahren gegen die **Hamburg-Mannheimer** kurz vor einem Grundsatzurteil des Bundesgerichtshofs zugunsten der Verbraucher. Die Versicherung hatte sich bereiterklärt, bei der Kündigung von Altersvorsorgeverträgen künftig auf überhöhte Stornokosten zu verzichten.

Die Defizite: Wie sich Rechtsverstöße bezahlt machen	>> Seite 3
Die Forderungen: Mit weniger Bürokratie mehr erreichen	>> Seite 5
Telekom, Media Markt: Branchenführer – auch bei Verbraucherbeschwerden	>> Seite 8
Ansprechpartner, weitere Informationen	>> Seite 9

Auch in folgenden Fällen erstritt der vzbv verbraucherfreundliche Urteile des Bundesgerichtshofs:

- Der **Otto-Versand** darf sich in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für seinen Online-Shop nicht uneingeschränkt das Recht vorbehalten, einen Ersatzartikel zu liefern, wenn der bestellte Artikel nicht lieferbar ist.
- Die Firma **Neckermann** darf nicht den Eindruck erwecken, dass Verbraucher nur Anspruch auf eine Gutschrift oder einen Verrechnungsscheck haben – dies gilt, wenn Kunden im E-Commerce von ihrem Recht auf Rücksendung Gebrauch machen.
- Werbung für Handy-Klingeltöne gegenüber Minderjährigen ist unzulässig, wenn der Endpreis nicht erkennbar ist – eine entsprechende Werbung der Firma **INA Germany** in der „BRAVO Girl“ nutzt die geschäftliche Unerfahrenheit Jugendlicher aus und ist deshalb rechtswidrig.

Auch den **Kinder- und Jugendschutz** konnte der vzbv voranbringen:

- Das Oberlandesgericht Celle stoppte eine Werbeaktion des Keksherstellers **Bahlsen**. Hierbei konnten Eltern und Schüler durch den Kauf von Bahlsen-Produkten Punkte für eine Klassenfahrt sammeln, die von der Firma unterstützt wurde. Eltern und Schüler würden unzulässig unter Druck gesetzt, die Klassenfahrt durch den Keks-Kauf zu unterstützen, urteilte das Gericht. Bahlsen hat Berufung beim Bundesgerichtshof eingelegt.
- Der Automobilhersteller **Škoda** wollte in einem „Kinder-Club“ im Internet wissen, welche Hobbies sie haben, welche Autos sie mögen, welche Freizeitparks sie toll finden. Ohne Zustimmung der Eltern rechtswidrig, so das Oberlandesgericht Frankfurt am Main.

Trotz der Erfolge: Durchsetzung von Verbraucherrechten extrem aufwendig

Trotz aller Erfolge: Das Vorgehen gegen irreführende Werbung, illegale Vertragsklauseln und rechtswidrige Geschäftspraktiken gleicht häufig einer Sisyphe-Arbeit. „Für Verbraucher ist es meist extrem aufwendig nicht nur Recht zu haben, sondern es auch durchzusetzen,“ sagte vzbv-Chefin Edda Müller. „Viele Unternehmen verhalten sich völlig korrekt – auch für diese Firmen ist es ein unerträglicher Zustand, dass es häufig lohnender ist, Verbraucherschutzgesetze zu missachten als sie zu respektieren.“

Defizite bei der Durchsetzung von Verbraucherrechten

Eine Bestandsaufnahme des Verbraucherrechts in Deutschland zeigt vor allem folgende Defizite:

Irreführung zahlt sich aus

- Die Sanktionen bei rechtswidriger Werbung sind zu schwach: Gegen unerwünschte Telefonwerbung, Werbung mit gefälschten Testergebnisse der Stiftung Warentest oder Sonderangebote, die es gar nicht gibt, können Verbraucher selbst nicht effektiv vorgehen. Abmahnungen oder Klagen der Verbraucherzentralen haben – wenn sie Erfolg haben - eine einzige Folge: die unzulässige Werbung muss *künftig* unterbleiben. Der damit erzielte Gewinn jedoch verbleibt beim Unternehmen, da die 2004 eingeführte Abschöpfung von Unrechtsgewinnen nicht greift.
- Und selbst nach einem gerichtlichen Verbot bleiben die künftigen Folgen beschränkt, wie eine Werbeaktion des Discounters Plus zeigt: So durfte Plus zwar nicht mehr Werbung für Computermonitore oder Dampfbügeleisen machen, wenn diese wie in einer vorangegangenen Aktion erneut bereits nach Stunden ausverkauft waren. Plus wurde deshalb auch zu einem Ordnungsgeld an die Staatskasse von 90.000 Euro verurteilt. Das Problem dabei: Das gerichtliche Verbot gilt nur für identische Fälle. So gelte es nicht für die ebenfalls nach Stunden ausverkauften 22 anderen Produkte wie CD-Player, Digitalreceiver oder Bademäntel, entschied das Oberlandesgericht Düsseldorf im April 2006. Das Gericht wies daher die vom vzbv beantragte Anwendung des Verbots auch im Fall der 22 zusätzlichen Produkte ab.
- Für diese Produkte muss der vzbv also von vorn beginnen und die Unzulässigkeit der Werbung mühsam in einem neuen Verfahren feststellen lassen – und dies obwohl es inhaltlich um die gleiche Sache geht und obwohl das Gesetz eindeutig festlegt, dass derartige Lockvogelangebote zwei Tage lang vorrätig zu halten sind.
- **Die Folge:** *Trotz zahlreicher höchstrichterlicher Entscheidungen und klarer Gesetzeslage wird täglich hunderttausendfach gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verstoßen.*

Verbraucher müssen zahlen - trotz Irreführung

- Unerwünschte Telefonwerbung oder unseriöse Renditeversprechen („20 Prozent Rendite!“) sind zwar eindeutig verboten. Dennoch sind sie alltägliche Praxis und dienen als Türöffner für den Vertrieb von Versicherungen, Geldanlagen oder Telefonverträgen. Begünstigt wird dies durch eine Rechtslage, die derartige Praktiken geradezu

belohnt – denn die Verbraucher sind auch dann an Verträge gebunden, wenn diese auf illegalem Wege angebahnt wurden. Die Verbraucher selbst haben weder ein Kündigungsrecht noch Schadensersatzansprüche.

- **Die Folge:** *Selbst Großkonzerne wie die Deutsche Telekom bedienen sich illegaler Praktiken wie der Telefonwerbung. Sie können sich darauf verlassen, dass Verbraucher an die Verträge gebunden bleiben – und gegen unzulässige Werbepraktiken selbst nicht vorgehen.*

Unzulässige Geschäftsbedingungen: Verbraucher bleiben ohne Entschädigung

- Um immense Schäden geht es in vielen Verfahren, in denen der vzbv und die Verbraucherzentralen gegen unzulässige Allgemeine Geschäftsbedingungen vorgehen: Als Beispiele sind etwa die sogenannten Kerosinzuschläge zu nennen, die viele Reiseveranstalter im Jahr 2000 zu Unrecht erhoben hatten. Der Schaden für die Verbraucher war mit rund fünfzehn Euro pro Ticket gering. Dem gegenüber standen sechsstellige Zusatzeinnahmen für die Reiseveranstalter.
- Gerichtsurteile, die Unternehmen die Verwendung bestimmter Vertragsklauseln untersagen, sind allerdings mit einer doppelten Einschränkung versehen: Das Gericht kann nämlich zunächst nur die Rechtswidrigkeit feststellen – eine Entscheidung über die Folgen, beispielsweise eine Entschädigung der betroffenen Verbraucher, kann das Gericht nach deutschem Recht nicht fällen. Und selbst wenn ein Verbraucher seine Forderungen von einer Verbraucherzentrale vertreten lässt, gilt das Urteil nur für ihn und nicht etwa für alle geschädigten Verbraucher.
- **Die Folge:** *Auch die Verwendung unzulässiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen kann sich „lohnen“: Selbst wenn der BGH die betreffende Klausel kippt: Entschädigt werden muss allenfalls ein Bruchteil der tatsächlich betroffenen Verbraucher. Die wenigsten Verbraucher nehmen die hohen rechtlichen Hürden auf sich und machen ihre Ansprüche selber geltend.*

Existenzbedrohende Gewinnabschöpfung

- Die 2004 eingeführte Möglichkeit, Unrechtsgewinne abschöpfen zu können, konnte bisher kein einziges Mal genutzt werden: Der vom Gesetz geforderte Nachweis, die Unternehmen wollten Verbraucher *vorsätzlich* schädigen, ist in der Praxis nur schwer zu erbringen.
- Die Gewinnabschöpfung ist für die Verbraucherzentralen und den vzbv aber auch mit existenzbedrohenden Prozesskostenrisiken verbunden. Dies zeigt das Beispiel O₂. Die Telefonfirma hatte bei der

Euro-Einführung getrickst: Statt den Endbetrag der Rechnungen von DM in Euro umzurechnen, wurde bereits der Minutenpreis in Euro umgerechnet – und dabei großzügig aufgerundet. Beispiel: Wer einen Genion-Home-Vertrag hatte und zur Nebenzeit ein Ortsgespräch führte, zahlte vor der Euro-Einführung 5 Pfennig, also 2,65 Cent. O₂ rundete jedoch auf 3 Cent auf – eine Preiserhöhung um 17 Prozent. Betroffen waren 400.000 Kunden mit einem geschätzten Schaden von bis zu 50 Millionen Euro.

- Der Europäische Gerichtshof stellte zwar nach einer Klage der Verbraucherzentrale Hamburg fest: Die Aufrundungspraxis ist rechtswidrig. Konkrete Folgen hatte dies für das Unternehmen bisher jedoch nicht. Mangels gesicherter Finanzierung konnte die Verbraucherzentrale die beabsichtigte Gewinnabschöpfungsklage bisher nicht einreichen.
- Prozesse zur Gewinnabschöpfung sind auf Kosten und Risiko der Verbraucherzentralen zu führen. Bei rund 400.000 betroffenen Kunden und einem Gesamtschaden von schätzungsweise bis 50 Millionen Euro könnte für die Verbraucherzentrale Hamburg eine Niederlage vor Gericht existenzbedrohend sein. Ironie: Im Erfolgsfall gehen die abgeschöpften Unrechtsgewinne an den Bundesfinanzminister.
- **Die Folge:** *Selbst in rechtlich eindeutigen Fällen unterbleiben Prozesse auf Gewinnabschöpfung. Dem Fiskus entgehen auf diese Weise Millioneneinnahmen – die Verbraucher gehen leer aus.*

Die Forderungen: Weniger Bürokratie soll Justiz und Verbraucherzentralen entlasten

Der vzbv rief Bundesverbraucherminister Seehofer auf, durch gezielte Maßnahmen die bestehende Lücke bei der Durchsetzung von Verbraucherrechten zu schließen. Der vzbv will damit eine Entlastung der Verbraucherzentralen und der Justiz von Bagatellverfahren und Massenbeschwerden erreichen. „Zum dringend notwendigen Bürokratieabbau gehört auch, dass sich nicht die Missachtung, sondern die Einhaltung von Verbraucherschutzgesetzen für die Unternehmen lohnt“, sagte vzbv-Chefin Edda Müller. „Dann müssten wir Verbraucherrechte nicht erst mühsam vor Gericht durchsetzen.“

Mit seinen Forderungen will der vzbv auch eine Entlastung der Verbraucherzentralen und der Justiz erreichen. Unseriöse Geschäftspraktiken vor allem in der Telekommunikation und im eCommerce führen regelmäßig zu

massenhaften Beschwerden – und blockieren die ohnehin knappen Beratungskapazitäten: „Durch die Lücken im Verbraucherrecht werden wir in überflüssige und aufwändige Verfahren gezwungen – für die wirklich wichtigen Verbraucherthemen wie Altersvorsorge oder Patientenberatung fehlen dann die Ressourcen.“

Folgende Punkte sollen zu einer effektiveren Rechtsdurchsetzung führen:

- **Wirksame Gewinnabschöpfung:** Die Abschöpfung zu Unrecht erzielter Gewinne lässt sich bislang nur durchsetzen, wenn Verbraucherverbände beweisen, dass ein Unternehmen die Verbraucher vorsätzlich schädigen wollte. Diese hohe Hürde macht die Gewinnabschöpfung zum Placebo-Paragrafen – eine Gewinnabschöpfung muss bereits greifen, wenn ein Unternehmen grob fahrlässig gehandelt hat.
- **Absicherung gegen Prozesskostenrisiko:** Bei der Gewinnabschöpfung muss sich der Staat entscheiden: Entweder die Verbraucherzentralen tragen das volle Risiko – dann sollte die Gewinnabschöpfung direkt der Verbraucherarbeit zugute kommen. Oder die eingezogenen Gewinne gehen wie bisher an den Fiskus – dann brauchen die Verbraucherzentralen aber eine Absicherung gegen das Prozesskostenrisiko, etwa in Form einer Bürgschaft.
- **Keine Vertragsbindung bei unzulässiger Werbung:** Für Verträge, die auf illegalen Marketing- oder Werbepraktiken beruhen, muss das Wettbewerbsrecht dem einzelnen Verbraucher gestatten, den Vertrag aufzulösen und Schadensersatz zu fordern. Nur dies schafft einen wirksamen Anreiz, von vornherein auf rechtswidrige Praktiken zu verzichten.
- **Klare Folgen bei Rechtsverstößen:** Die gerichtliche Feststellung illegaler Vertragsklauseln muss unmittelbare Folgen für die Verbraucher haben. Geschädigte Verbraucher müssen entschädigt werden, ohne dass sie selbst erst Verfahren anstrengen müssen.
- **Direkte Entschädigung der Verbraucher:** Die gerichtliche Feststellung unzulässiger Vertragsklauseln muss unmittelbare Folgen für die Verbraucher haben. Ist der einzelne Verbraucher durch die unzulässige Klausel geschädigt und lässt sich der Schaden berechnen, muss das Gericht gleichzeitig anordnen können, dass die Betroffenen zu entschädigen sind. Beispiele sind unzulässige Bankgebühren, die Kerosinzuschlägen oder die unzulässigen Klauseln beim FIFA-Ticketverkauf. Es belastet die Ressourcen der

Justiz, wenn Verbraucher anschließend zusätzliche individuelle Verfahren anstrengen müssen.

- **Musterverfahren für Verbraucherverbände:** Doch es gibt auch andere rechtswidrige Praktiken von Unternehmen, etwa unbillige Preiserhöhungen von Monopolunternehmen wie bei Gas- oder Strom oder die Weitergabe der Kundendaten ohne Einverständnis. Für diese Fälle ist ein pragmatisches Musterverfahren erforderlich, ohne dass die Verbraucher selbst aufwändige zusätzliche Verfahren anstrengen müssen. Mit einem solchen Musterverfahren könnten die Verbraucherzentralen für die Verbraucher in einem einzigen Gerichtsverfahren klären lassen, ob eine Praktik unwirksam gewesen ist.
- Darüber hinaus sollte das Musterverfahren Verbrauchern ermöglichen, ihre Schäden anzumelden bevor diese verjähren, etwa durch Eintragung in eine Gerichtsliste. Denn nicht selten sind Ansprüche der Verbraucher verjährt, wenn der Bundesgerichtshof endlich das letzte Wort gesprochen hat. Fazit: Wir müssen als Verband zugunsten der Verbraucher ein Musterverfahren einleiten können und gleichzeitig die individuellen Schäden in diesem Musterverfahren für die Verbraucher mit anmelden können – nur dann besteht Waffengleichheit auf dem Markt.

Branchenführer – auch bei Verbraucherbeschwerden

Telekom: Legal, illegal, Callcenter

Die **Deutsche Telekom** ist das einzige DAX-Unternehmen, das besonders wegen fragwürdiger Geschäftspraktiken auffällt. Allein beim vzbv laufen derzeit fünf Verfahren wegen verbraucherschädigender Geschäftspraktiken.

Beispielhaft ist die Praxis der Deutschen Telekom und von T-Online International zu nennen, Verbraucher anzurufen und sie zur Umstellung der Verträge oder zum Abschluss eines neuen Vertrags zu drängen. Wenn sich die Verbraucher damit einverstanden erklären, dass Ihnen Informationsmaterial geschickt wird, erhalten sie eine Auftragsbestätigung, obwohl sie ausdrücklich keinen Vertrag am Telefon abschließen wollten. Nun müssen sich die Verbraucher die Mühe machen, einen Widerruf an das Unternehmen zu schicken, damit der angebliche Vertrag aus dem Wege geräumt wird. Aufgrund der Vielzahl und des Zeitraums der bei den Verbraucherzentralen eingegangenen Beschwerden geht der vzbv von einer systematischen und kontinuierlichen Vorgehensweise aus. Nach erfolglosen Abmahnungen wegen unlauterer Werbung hat der Verbraucherzentrale Bundesverband gegen die T-Online International AG am 20.09.2005 Klage beim Landgericht Darmstadt eingereicht; gegen die Deutsche Telekom AG hat der Bundesverband am 30.09.2005 Klage beim Landgericht Bonn erhoben.

Ähnlich auch folgendes Vorgehen von Deutsche Telekom und T-Mobile: Beide Firmen bestätigten ihren Kunden unaufgefordert eine angeblich erteilte „Einverständniserklärung“ zur Weitergabe ihrer Vertragsdaten innerhalb des Konzerns für Werbung und Marktforschung – tatsächlich hatten die Kunden ein solches Einverständnis nie erteilt.

Media Markt: Impressum jeden Monat neu

Zahlreiche Verbraucherbeschwerden betreffen auch die Firma **Media Markt** – etwa wegen angeblicher Preissenkungen oder Lockvogelwerbung. Media Markt koordiniert seine Werbung offenkundig zwar bundesweit. Einer Verfolgung immer wiederkehrender rechtswidriger Werbepraktiken aber versucht sich das Unternehmen zu entziehen: Media Markt hat allein in Deutschland über 200 rechtlich selbstständige Media Märkte. Die Zentrale behauptet, die einzelnen Märkte seien für die Werbung verantwortlich. Eine Verantwortlichkeit der Zentrale konnte rechtlich bisher nicht bewiesen werden. Auffällig ist, dass das Impressum der Website monatlich ändert.

Die Folge dieses Versteckspiels: Aufgrund begrenzter Kapazitäten ist es den Verbraucherzentralen nicht möglich, alle Media Märkte gleichzeitig wegen *eines* Wettbewerbsverstoßes abzumahnern und bei Nichtabgabe der Unterlassungserklärung zu verklagen. So bleibt ein Großteil der Verstöße ohne Sanktionen.

Doch es gibt auch positive Beispiele. So reagieren 50 Prozent der Unternehmen sofort, wenn sie vom vzbv aufgefordert werden, als irreführend oder unlauter eingestufte Werbepraktiken zu beenden.

Für weitere Informationen:

- Patrick von Braunmühl, Fachbereichsleiter Wirtschaftsfragen, Tel. (030) 25800-121, wirtschaft@vzbv.de
- Carel Mohn, Pressesprecher, Tel. (030) 25800-524, presse@vzbv.de

presseinfo presseinfo presseinfo