

VERBRAUCHER:INNEN IM FERN- ABSATZ BESSER SCHÜTZEN

Stellungnahme zum Vorschlag zur Änderung der Verbraucherrechte-Richtlinie (2011/83/EU) und zur Aufhebung der Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen (2002/65/EG)

5. August 2022

Impressum

Verbraucherzentrale

Bundesverband e.V.

Team

Finanzmarkt

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

Finanzen@vzbv.de

I. ZUSAMMENFASSUNG	3
II. KOMMENTIERUNG DER EINZELNEN VORSCHRIFTEN	4
1. Wegfallende Vorschriften	4
1.1 Widerrufsfrist bei Lebensversicherungen erhalten.....	4
1.2 Beweislast für die Zustimmungen durch Verbraucher:innen beim Anbieter belassen	4
2. Informationspflichten	5
2.1 Informationen zur Einlagensicherung beibehalten	5
2.2 Zugang zu Vertragsbedingung in Papierform bei Telefonverträgen ermöglichen....	5
3. Verbraucher:innen den Widerruf mittels Schaltfläche (Widerrufsbutton) erleichtern	5
4. Das Recht auf angemessene Erläuterungen und Eingreifen einer Person beim Fernabsatz gewährleisten	6
5. Verbot von dark patterns	7
III. WEITERGEHENDE VERBRAUCHERPOLITISCHE ANLIEGEN	8
1. Widerrufsbutton auf alle online abschließbaren Verbraucherverträge ausweiten....	8
2. Kündigungsbutton für alle online abschließbaren, langfristigen Verbraucherverträge einführen	9
3. Schutzvorschriften zu Haustürgeschäften auf Finanzdienstleistungen anwenden und ausweiten	10
3.1 Schutzvorschriften für Geschäfte außerhalb von Geschäftsräumen auf Finanzdienstleistungen anwenden	10
3.2 Widerrufsfrist auf 30 Tage verlängern.....	11
4. Vertragsschluss am Telefon von Verbraucher:innen bestätigen lassen.....	12
5. Transparenz bei Vergleichswebsites schaffen.....	12
6. Marketing in Social Media regeln	14

I. ZUSAMMENFASSUNG

Mit dem vorliegenden Vorschlag der Europäischen Kommission soll die Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen (RL 2002/65) abgeschafft werden. Zentrale Vorschriften sollen hierzu in die Verbraucherrechte-Richtlinie (RL 2011/83) integriert werden: Dies betrifft Informationspflichten und das Widerrufsrecht beim Fernabsatz von Finanzdienstleistungen. Zusätzlich sollen neue ergänzende Vorschriften zur Fairness im Internet beitragen: Mit der Vorschrift über angemessene Erläuterungen soll mehr Transparenz gewährleistet werden. Verbraucher:innen sollen die Möglichkeit erhalten, das Eingreifen einer Person zu verlangen, wenn sie mit Unternehmer:innen über Online-Benutzeroberflächen wie Chatfelder oder ähnliche Tools interagieren. Und Unternehmer:innen soll es verboten sein, ihre Online-Benutzeroberfläche so einzurichten, dass die Fähigkeit der Verbraucher, eine freie, autonome und fundierte Entscheidung oder Wahl zu treffen, verzerrt oder beeinträchtigt werden könnte.¹

Neben der verbraucherorientierten Ausgestaltung der in die RL 2011/83 zu überführenden Vorschriften darf die Streichung der anderen Vorschriften nicht zu einem Absinken des Verbraucherschutzniveaus führen. Zusätzlich sollte der Regulierungsprozess genutzt werden, um einerseits die vorgesehenen Regelungen nicht nur auf Finanzdienstleistungen, sondern auf alle Verbraucherverträge anzuwenden und andererseits bestehende Schutzvorschriften allgemeiner Verbraucherverträge auch für Finanzdienstleistungen gelten zu lassen.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) fordert in diesem Zusammenhang:

- der Widerrufsbutton sollte über den Finanzdienstleistungssektor hinaus und für alle Verbraucherverträge eingeführt werden, bei denen ein Widerrufsrecht besteht und deren Abschluss online möglich ist,
- bei langfristigen Verträgen (auch Finanzdienstleistungen), die online abgeschlossen werden können, sollte es zusätzlich einen Kündigungsbutton geben,
- die Schutzvorschriften zu Haustürgeschäften sollten auch für Finanzdienstleistungen gelten,
- Widerrufsfrist von 30 Tagen muss bei Lebensversicherungen erhalten bleiben,
- die Beweislast für die Zustimmung zum Abschluss des Vertrages und zur vorzeitigen Durchführung des Vertrags muss beim Anbieter liegen und
- bei telefonisch abgeschlossenen Verträgen müssen Verbraucher:innen weiterhin die Vertragsunterlagen in Papierform einfordern können.

¹ vgl. Erwägungsgrund 12 des Richtlinienentwurfs.

II. KOMMENTIERUNG DER EINZELNEN VORSCHRIFTEN

1. WEGFALLENDE VORSCHRIFTEN

Nach dem Willen der Europäischen Kommission sollen diverse Vorschriften der RL 2002/65 wegfallen. Da die Abschaffung der nachfolgenden Regeln ein Absinken des Verbraucherschutzes bedeutet, spricht sich der vzbv gegen einen Wegfall dieser Regelungen aus.

1.1 Widerrufsfrist bei Lebensversicherungen erhalten

Nach der Regelung in Artikel 6 Absatz 1 Satz 1 der RL 2002/65 beträgt die Widerrufsfrist bei Lebensversicherungen, die im Fernabsatz vertrieben werden, 30 Tage. Der deutsche Gesetzgeber ist noch einen Schritt weiter gegangen und hat in § 152 Absatz 1 Versicherungsvertragsgesetz (VVG) über den Fernabsatz hinaus für alle Lebensversicherungsverträge eine Widerrufsfrist von 30 Tagen festgelegt.

Mit der Streichung von Art. 6 Absatz 1 Satz 1 der RL 2002/65 würde nur noch die schwächere Regelung in der Richtlinie betreffend der Aufnahme und Ausübung der Versicherungs- und der Rückversicherungstätigkeit (Solvency II) erhalten bleiben. Artikel 186 Absatz 1 der (Solvency II) regelt nur, dass Versicherungsnehmer:innen von dem Zeitpunkt an, zu dem sie über die Wirksamkeit des Vertrages in Kenntnis gesetzt werden, mit einer Frist zwischen 14 und 30 Tagen von dem Vertrag zurücktreten können. Dies würde ein Absenken des Verbraucherschutzniveaus bedeuten.

Da es sich um eine versicherungsspezifische Regelung handelt, ist es sinnvoll eine Anpassung in Solvency II vorzunehmen.

DER VZBV FORDERT:

In Artikel 186 Absatz 1 Solvency II sollte eine allgemeine Widerrufsfrist von 30 Tagen ab Kenntnisnahme des Vertragsschlusses eingeführt werden. Mindestens müsste für Lebensversicherungen, die im Fernabsatz abgeschlossen werden, auch dort eine Widerrufsfrist von 30 Tagen gelten.

1.2 Beweislast für die Zustimmungen durch Verbraucher:innen beim Anbieter belassen

Artikel 15 der RL 2002/65 regelt, dass die Beweislast für die Erfüllung der Verpflichtungen des Anbieters zur Unterrichtung von Verbraucher:innen und für die Zustimmung von Verbraucher:innen zum Abschluss sowie gegebenenfalls zur Durchführung des Vertrags beim Anbieter liegt. Anderslautende Vertragsbindungen sind unzulässig.

Nach dem Richtlinienentwurf soll gemäß Artikel 16a Absatz 5 RL 2011/93 nur noch die Beweislast für die Erfüllung der Verpflichtungen des Anbieters zur Unterrichtung der Verbraucher:innen erhalten bleiben. Der Rest soll wegfallen.

DER VZBV FORDERT:

Die vollständige Beweislastverteilung muss aus der RL 2002/65 in Artikel 16a der RL 2011/83 übernommen werden.

2. INFORMATIONSPFLICHTEN

In Artikel 16a der RL 2011/83 sollen nunmehr die Informationspflichten der RL 2002/65 integriert werden.

2.1 Informationen zur Einlagensicherung beibehalten

In Artikel 3 Absatz 1 Nummer 4 Buchstabe b) der RL 2002/65 ist geregelt, dass über das Bestehen von Entschädigungssystemen außerhalb der Einlagensicherung und Anlegerentschädigung informiert werden muss. Einschlägig wäre eine Information über den Insolvenzschutz bei Versicherungen. In Artikel 16a der RL 2011/83 ist diese Information nicht mehr enthalten.

Grundsätzlich sollten Verbraucher:innen über das Bestehen von Sicherungssystemen im Falle der Insolvenz informiert werden. Um eine Doppelinformation zu vermeiden, sieht Artikel 16a Absatz 6 der RL 2011/83 ausdrücklich vor, dass spezifische Informationspflichten in anderen europäischen Rechtsakten Vorrang haben und die allgemeine Regelung des Artikel 16a Absatz 1 der RL 2011/83 keine Anwendung fände.

DER VZBV FORDERT:

In den Katalog der Informationspflichten des Artikels 16a Absatz 1 der RL 2011/83 ist die sonst wegfallende Information über das Bestehen von Sicherungssystemen im Falle der Insolvenz des Anbieters aufzunehmen.

2.2 Zugang zu Vertragsbedingung in Papierform bei Telefonverträgen ermöglichen

Nach Artikel 5 Absatz 3 Satz 1 der RL 2002/65 können Verbraucher:innen zu jedem Zeitpunkt des Vertragsverhältnisses die Vorlage der Vertragsbedingungen in Papierform verlangen. Diese Vorschrift soll nun wegfallen. Zumindest bei telefonisch zu Stande gekommenen Verträgen sollten Verbraucher:innen verlangen können, dass ihnen die Vertragsbedingungen in Papierform zur Verfügung gestellt werden. Gerade Senior:innen werden Finanzdienstleistungen per Telefon angeboten. Verbraucher:innen sind in dieser Vertragsabschlussituation überhaupt nicht in der Lage alle wesentlichen Vertragselemente zu erfassen, und Senior:innen verfügen oft nicht über die Kommunikationsmittel, um die Vertragsinformationen in Textform verarbeiten zu können.

DER VZBV FORDERT:

Bei telefonisch geschlossenen Verträgen müssen Verbraucher:innen die Vertragsbedingungen auch in Papierform verlangen können.

3. VERBRAUCHER:INNEN DEN WIDERRUF MITTELS SCHALTFLÄCHE (WIDERRUFSBUTTON) ERLEICHTERN

Der vzbv begrüßt die Einführung des Widerrufsbuttons im Finanzdienstleistungsbereich, sieht jedoch noch weiteren Ergänzungsbedarf.

Nach Artikel 16b Absatz 5 der RL 2011/83 sollen Verbraucher:innen bei Fernabsatzverträgen, die auf elektronischem Weg geschlossen werden, über eine Schaltfläche, die deutlich mit den Worten „Den Vertrag widerrufen“ gekennzeichnet und während der gesamten Widerrufsfrist ständig verfügbar ist, den Widerruf erklären können. Nach Akti-

vierung der Schaltfläche sollen Verbraucher:innen sofort eine Bestätigungsnachricht erhalten, dass das Widerrufsrecht ausgeübt wurde - einschließlich Datum und Uhrzeit der Ausübung des Widerrufsrechts.

Das vorgeschlagene Verfahren geht in die richtige Richtung, bedarf allerdings noch weiterer Ergänzungen, um den Verbraucher:innen eine möglichst einfache und effektivere Ausübung des Widerrufsrechts mittels eines Widerrufsbuttons zu ermöglichen.

Deshalb sollte der Button ohne Login leicht zugänglich sein und zusätzlich zur Webseite auch direkt in der Bestätigungsmail zum Vertragsschluss enthalten sein. Insofern sollte die in Artikel 16b Abs. 5 der RL 2011/83 genannte Möglichkeit, wonach der Unternehmer zusätzlich die Schaltfläche für den Widerruf auch über einen anderen Kanal bereitstellen kann, in eine verpflichtende Vorgabe im Zusammenhang mit der Bestätigungsmail geändert werden. Der Widerrufsbutton wäre so sehr prominent für Verbraucher:innen und würde ihre Rechtsausübung sehr einfach machen.

Abschließend bedarf es wirksamer Durchsetzungs- und Sanktionsmechanismen um die Einhaltung der neuen Vorschriften zum Widerrufsbutton zu gewährleisten. Hierfür sollte die Beweislast über die ordnungsgemäße Implementierung beim Unternehmer liegen und im Falle einer unzureichenden Implementierung sollte sich die Dauer der Widerrufsfrist für Verbraucher:innen verlängern. Ein guter Weg wäre die Anwendung der Vorschriften zur Verlängerung des Widerrufsrechts im Falle unvollständiger Informationen.

DER VZBV UNTERSTÜTZT DIE REGELUNG, FORDERT JEDOCH WEITERE ERGÄNZUNGEN:

Der Button sollte nicht nur auf der Webseite, sondern zusätzlich direkt in der Bestätigungsmail platziert werden müssen. Die Beweislast für die ordnungsgemäße Implementierung sollte beim Unternehmer liegen und im Falle einer unzureichenden Implementierung sollte sich die Dauer der Widerrufsfrist verlängern.

4. DAS RECHT AUF ANGEMESSENE ERLÄUTERUNGEN UND EINGREIFEN EINER PERSON BEIM FERNABSATZ GEWÄHRLEISTEN

Finanzdienstleistungsprodukte sind oftmals komplex und daher besteht naturgemäß eine Informationsasymmetrie zwischen Finanzdienstleister und Verbraucher:in. Hinzu kommt: Viele Entscheidungen zu Finanzdienstleistungsprodukten haben existenzielle oder weitreichende Konsequenzen. Falsche Entscheidungen können zu finanziellen Notlagen führen, etwa nicht passende Altersvorsorgeprodukte zu Altersarmut oder nicht passende Kreditprodukte zu Überschuldung.

Umso wichtiger ist es, dass Verbraucher:innen nicht nur die vorgeschriebenen, vorvertraglichen Informationen zur Verfügung gestellt werden, sondern darüber hinaus eine angemessene Erläuterung zum Vertrag gegeben wird. In der Wohnimmobilienkreditverträge-Richtlinie (RL 2014/17) wurde festgeschrieben, dass Verbraucher:innen verstehen können sollen, welches die wesentlichen Merkmale des angebotenen Vertrags sind. Dieses Prinzip wird nunmehr auf alle Finanzdienstleistungen im Fernabsatz ausgeweitet. Jedoch sieht Artikel 16d Absatz 4 der RL 2011/83 einen Ausschluss vor: Die Vorschrift zu den angemessenen Erläuterungen soll nicht zur Anwendung kommen, wenn es spezielle Vorschriften über die dem Verbraucher vor Abschluss des Vertrags zur Verfügung zu stellenden Informationen gibt, egal ob diese Regelung Vorschriften zu den angemessenen Erläuterungen enthält. Damit liefe Artikel 16d der RL 2011/83 für

viele Finanzdienstleistungen, wie Finanzinstrumente, Investmentfonds oder Versicherungen ins Leere. Um dem besonderen Schutzbedürfnis von Verbraucher:innen im Fernabsatz gerecht zu werden, wäre es vielmehr umso wichtiger, dass es im Fernabsatz immer angemessene Erläuterungen gibt, es sei denn, dass in dem für die konkrete Finanzdienstleistung geltenden, speziellen Rechtsakt eine explizite Regelung vorgekommen wurde.

Auch beim Anspruch von Verbraucher:innen, bei Online-Tools das Eingreifen einer Person verlangen und erwirken zu können, soll es einen Vorrang der Spezialvorschriften geben, unabhängig davon, ob es eine adäquate Regelung gibt. So sinnvoll die Regelung für Verbraucher:innen wäre, sie würde durch die Ausschlussklausel ins Leere laufen.

In Artikel 16a Absatz 6 und Artikel 16b Absatz 6 der RL 2011/83 wurde der Vorrang der Spezialvorschrift durch den Halbsatz „sofern darin nichts anderes bestimmt ist“ konkretisiert. Danach bedarf es in der Spezialvorschrift einer konkreten Regelung, damit der Vorrang greift. Dies sollte auch für Artikel 16d Absatz 4 der RL 2011/83 gelten.

DER VZBV FORDERT:

Artikel 16d Absatz 4 der RL 2011/83 ist wie folgt zu formulieren: „Enthält ein anderer Unionsrechtsakt, der spezifische Finanzdienstleistungen regelt, Vorschriften über die Informationen, die dem Verbraucher vor Abschluss des Vertrags zur Verfügung zu stellen sind, so finden die Absätze 1 bis 3 des vorliegenden Artikels keine Anwendung, sofern darin nichts anderes bestimmt ist.“

5. VERBOT VON DARK PATTERNS

Aus Sicht des vzbv sollte es nicht den Mitgliedsstaaten überlassen werden, Designvorgaben für die Online-Benutzeroberflächen zu treffen. Dies muss europaweit einheitlich geregelt werden um alle europäischen Verbraucher:innen gleichermaßen vor Trickserien und Manipulation zu schützen.

Der erst kürzlich finalisierte Digital Services Act (DSA) macht es vor. Dort werden Vermittlungsplattformen Vorgaben für die Gestaltung ihrer Online-Schnittstelle gemacht. Um Kohärenz zu gewährleisten sollte sich der vorliegende Richtlinienvorschlag an den Formulierungen des DSA orientieren. Denn es macht keinen Sinn, Verbraucher:innen schlechter zu stellen, die Finanzdienstleistungs-verträge direkt über die Webseiten der Anbieter abschließen.

Bei den Formulierungen sollten jedoch die Fehler aus dem DSA vermieden werden. Der DSA legt fest, dass das Verbot von Dark Patterns nur für Praktiken gilt, die nicht bereits durch die Datenschutz-Grundverordnung (Verordnung 2019/679) und die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (Richtlinie 2005/29/EG) „abgedeckt“ sind. Was in dem Fall das Wort „abgedeckt“ praktisch bedeutet, ist nicht näher erläutert. Dies führt aus Sicht des vzbv zu Rechtsunsicherheit, die erst durch Gerichte beseitigt werden kann.

DER VZBV FORDERT:

In Artikel 16e der RL 2011/83 sollten Designvorgaben für die Gestaltung der Online-Benutzeroberfläche formuliert werden. Es sollte sich an den Vorgaben des DSA orientiert werden, ohne deren Fehler zu übernehmen.

III. WEITERGEHENDE VERBRAUCHERPOLITISCHE ANLIEGEN

1. WIDERRUFSBUTTON AUF ALLE ONLINE ABSCHLIEßBAREN VERBRAUCHERVERTRÄGE AUSWEITEN

Der Widerruf von online geschlossenen Verträgen stellt Verbraucher:innen nicht nur bei Finanzdienstleistungen oft vor große Herausforderungen. Im Gegensatz zu der einfachen Art und Weise, in der solche Verträge geschlossen werden, ist der Widerruf direkt über eine Website bisher oft nicht möglich oder wird durch die Gestaltung der Website teilweise erschwert.

Im Zusammenhang mit dem "New Deal for Consumers" wurde von der Europäischen Kommission angeregt, die Möglichkeiten von Verbraucher:innen, von einem online geschlossenen Vertrag zurückzutreten, zu vereinfachen. So wie es für den Abschluss von Verträgen mit Verbraucher:innen im Internet eine gesonderte Schaltfläche geben muss, so muss es dann auch für Verbraucher:innen die Möglichkeit geben, einen solchen Vertrag in ähnlich einfacher Weise zu widerrufen. Der Widerruf eines online geschlossenen Vertrags sollte genauso einfach sein, wie der Vertragsabschluss selbst.

Dieser Gedanke wird in Erwägungsgrund 24 des vorliegenden EU-Kommissionsvorschlags aufgegriffen: *„Damit die wirksame Ausübung des Widerrufsrechts gewährleistet ist, sollte das Verfahren für die Ausübung dieses Rechts nicht aufwendiger sein, als das Verfahren für den Abschluss des Fernabsatzvertrags.“*

Es ist richtig, dass Verbraucher:innen bei Finanzdienstleistungen in den Genuss dieser Vereinfachung kommen sollen, aber gleichzeitig erschließt sich nicht, diese Vereinfachung nur auf Finanzdienstleistungen zu begrenzen. Auch in anderen Konsumbereichen sind Verbraucher:innen schutzbedürftig.

Darüber hinaus sollte der Anwendungsbereich über den elektronischen Vertragsabschluss hinaus auf alle Verträge ausgeweitet werden, bei denen ein Widerrufsrecht besteht, wenn das Unternehmen eine Webseite betreibt, die einen Vertragsabschluss online ermöglicht. Laut Koalitionsvertrag will sich die Bundesregierung auf EU-Ebene dafür einsetzen, dass elektronische Widerrufsbuttons verpflichtend werden.² Ziel sollte es sein, dass möglichst viele Verträge, bei denen ein Widerrufsrecht besteht, über den Widerrufsbutton aufgelöst werden können. Der Button sollte deshalb zusätzlich für die restlichen Fernabsatzverträge, aber auch den Direktvertrieb (zum Beispiel telefonisch abgeschlossene Verträge, Haustürgeschäfte) gelten, wenn Verbraucher:innen ein Widerrufsrecht haben und das Unternehmen eine Webseite betreibt, die einen Abschluss online ermöglicht.

²Mehr Fortschritt Wagen - Bündnis Für Freiheit, Gerechtigkeit, Koalitionsvertrag 2021— 2025 zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), Bündnis 90 / Die Grünen und den Freien Demokraten (FDP), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/gesetzesvorhaben/koalitionsvertrag-2021-1990800>, zuletzt abgerufen am 04.08.2022.

Im Weiteren sollte das Ziel des Widerrufsbuttons sein, dem Verbraucher die Ausübung seines Widerrufsrechts so einfach wie möglich zu machen. Die Suche nach der Schaltfläche auf einer Website oder - noch schlimmer - versteckt in einer Online-Schnittstelle, für die eine Anmeldung erforderlich ist, bringt hingegen keine große Erleichterung. Deshalb sollte der Button ohne Login leicht zugänglich sein und zusätzlich zur Webseite auch direkt in der Bestätigungsmail zum Vertragsschluss enthalten sein.

Um die Einhaltung der neuen Vorschriften zum Widerrufsbutton zu gewährleisten, bedarf es Durchsetzungs- und Sanktionsmechanismen. So sollte die Beweislast beim Unternehmer und nicht bei den Verbraucher:innen liegen, wenn das Vorhandensein des Buttons in Frage gestellt wird.

Zusätzlich muss es einen wirksamen Sanktionsmechanismus für den Fall geben, dass die Schaltfläche den Verbraucher:innen nicht in angemessener Weise zur Verfügung gestellt wird. Ein guter Weg wäre die Anwendung der Vorschriften zur Verlängerung des Widerrufsrechts im Falle unvollständiger Informationen. Bei Finanzdienstleistungen ist dies ein Widerrufsrecht, bis die Informationen vollständig erteilt wurden, und bei anderen Waren und Dienstleistungen wäre es die Verlängerung der Widerrufsfrist um ein Jahr.

DER VZBV FORDERT:

Der Widerrufsbutton sollte über den Finanzdienstleistungssektor hinaus sowie für alle Verbraucherverträge eingeführt werden, bei denen ein Widerrufsrecht besteht und deren Abschluss online möglich ist. Der Button sollte nicht nur auf der Webseite, sondern zusätzlich direkt in der Bestätigungsmail platziert werden müssen. Die Beweislast sollte beim Unternehmen liegen und im Falle einer unzureichenden Implementierung sollte sich die Dauer der Widerrufsfrist verlängern.

2. KÜNDIGUNGSBUTTON FÜR ALLE ONLINE ABSCHLIEßBAREN, LANGFRISTIGEN VERBRAUCHERVERTRÄGE EINFÜHREN

Auch die Kündigung von online abgeschlossenen Verträgen stellt Verbraucher:innen oft vor besondere Herausforderungen. Im Vergleich zum einfachen Abschluss eines solchen Vertrags war dessen Kündigung – ebenso wie der Widerruf – direkt über eine Webseite teilweise gar nicht möglich oder wird häufig durch die Webseitengestaltung erschwert. Zum 1. Juli 2022 wurde in Deutschland für Dauerschuldverhältnisse ein verpflichtender Kündigungsbutton im Online-Bereich eingeführt. Diese Regelung soll Verbraucher:innen in Bezug auf Dauerschuldverhältnisse in die Lage versetzen, Kündigungserklärungen im elektronischen Geschäftsverkehr künftig – unter Berücksichtigung der Besonderheiten von Kündigungserklärungen in vergleichbar einfacher Weise abzugeben, wie Erklärungen zum Abschluss entsprechender Verträge.³ Die deutschen Regelungen sehen Ausnahmen für den Finanzdienstleistungsbereich vor, weil die RL 2011/83 Finanzdienstleistungen aus ihrem Anwendungsbereich ausnehme und es spezifische Schutzvorschriften in Umsetzung der RL 2002/65 gebe.⁴

Da mit dem vorliegenden Richtlinienentwurf geplant ist, die Vorschriften der RL 2002/65 in die RL 2011/83 zu integrieren, entfällt dieses Argument. Insoweit wäre es

³ vgl. BT-Drucksache 19/30840, S. 15.

⁴ vgl. BeckOK BGB/Maume, 62. Ed., 1.2.2022, BGB § 312j Rn. 32.

konsequent, Verbraucher:innen auch bei Finanzdienstleistungen die Möglichkeit zu geben, über einen Kündigungsbutton langfristige Verträge kündigen zu können.

Nach deutschem Vorbild hat die französische Regierung im Juli 2022 einen Gesetzesvorschlag zur Einführung eines Kündigungsbuttons für alle Verbraucherverträge einschließlich Finanzdienstleistungen vorgelegt. Andere Länder könnten folgen. Um ein hohes Verbraucherschutzniveau in allen Mitgliedstaaten zu gewährleisten und die Umsetzung für Unternehmen über die Grenzen hinweg zu erleichtern, könnte es aus Sicht des vzbv sinnvoll sein, einen europäischen Kündigungsbutton für alle langfristigen Verträge, einschließlich Finanzdienstleistungen, einzuführen. Dabei sollte ausreichend sein, dass der zu kündigende Vertrag zum Zeitpunkt der Kündigung online abgeschlossen werden kann und nicht, ob der tatsächlich auch online abgeschlossen wurde. Darüber hinaus bedarf es auch beim Kündigungsbutton einer leichten Zugänglichkeit sowie Durchsetzungs- und Sanktionsmechanismen. Zum einen sollte die Beweislast beim Unternehmen und nicht bei den Verbraucher:innen liegen, soweit das Vorhandensein beziehungsweise die ordnungsgemäße Zurverfügungstellung des Kündigungsbuttons in Frage gestellt wird. Zum anderen sollten Verbraucher:innen, für den Fall, dass der Kündigungsbutton nicht entsprechend der Regelungen zur Verfügung gestellt wird, den Vertrag jederzeit ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist kündigen können.

DER VZBV FORDERT:

Bei langfristigen Verträgen, die online abgeschlossen werden können, sollte es einen Kündigungsbutton geben. Der Button sollte leicht zugänglich auf der Webseite des Unternehmens eingeführt werden. Die Beweislast sollte beim Unternehmen liegen und im Falle einer unzureichenden Implementierung sollten Verbraucher:innen den Vertrag jederzeit ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist kündigen können.

3. SCHUTZVORSCHRIFTEN ZU HAUSTÜRGESCHÄFTEN AUF FINANZDIENSTLEISTUNGEN ANWENDEN UND AUSWEITEN

3.1 Schutzvorschriften für Geschäfte außerhalb von Geschäftsräumen auf Finanzdienstleistungen anwenden

Die RL 2011/83 regelt für allgemeine Verbraucherverträge auch den Umgang mit Haustürgeschäften. Durch die Bereichsausnahme in Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe d in RL 2011/83 gelten diese Regelungen nicht für Finanzdienstleistungen. In der Verbraucherberatung der Verbraucherzentralen machen die Beschwerden von Verbraucher:innen über Haustürgeschäfte in Bezug auf Finanzdienstleistungen einen erheblichen Anteil an den Gesamtbeschwerden bei dieser Vertriebsform aus. So liegt der Anteil dieser Beschwerden im laufenden Jahr bei 12 Prozent aller Beschwerden über Haustürgeschäfte.⁵

Berücksichtigt man, dass gerade bei Finanzdienstleistungen erhebliche finanzielle Schäden durch übereilte Fehlentscheidungen aufgrund des Verkaufsdrucks in der Haustürgeschäftesituation entstehen können, ist es nicht nachvollziehbar, warum nicht mit der Integration der RL 2002/65 in die RL 2011/83 sowohl der Fernabsatz als auch

⁵ Die Auswertungen der Beschwerdestatistik basieren auf der Vorgangserfassung aller 16 Verbraucherzentralen in den insgesamt rund 200 Beratungsstellen in Deutschland. Die Vorgangserfassung stellt die statistische Erfassung der Verbraucherkontakte im Beratungsalltag dar. Die Daten umfassen alle Verbraucherprobleme, die an die Verbraucherzentralen herangetragen werden – direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus jedoch nicht ableitbar.

die Haustürgeschäfte gemeinsam und einheitlich – unter Beachtung der Besonderheiten von Finanzdienstleistungen – geregelt werden, wie es für allgemeine Verbraucher:innen in Kapitel III der RL 2011/83 geschehen ist.

DER VZBV FORDERT:

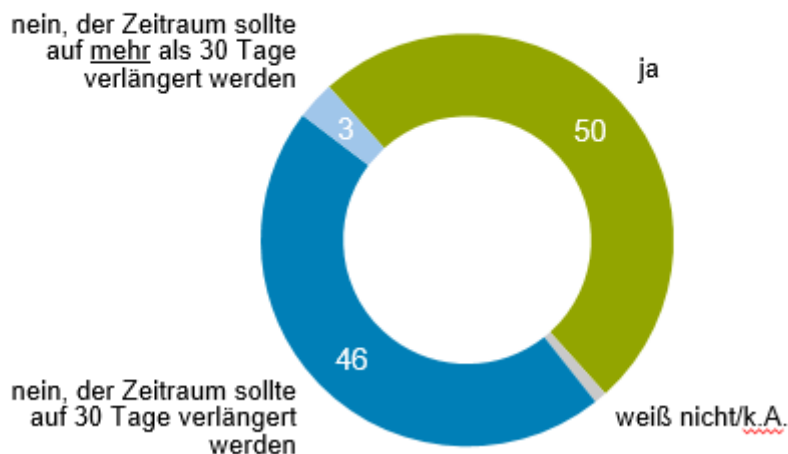
In Artikel 16a und 16b sollte sowohl in der Überschrift und als auch im Normtext jeweils die Formulierung „Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“ ergänzt werden.

3.2 Widerrufsfrist auf 30 Tage verlängern

Unerwünschte Haustürbesuche und die daraus resultierenden Zahlungsverpflichtungen sind nach wie vor ein Problem für viele Verbraucher:innen. Bislang haben Verbraucher:innen bei Verträgen außerhalb von Geschäftsräumen, wie Haustürgeschäften und Kaffeefahrten, generell ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Diese Frist ist in der Praxis häufig zu kurz, um das Widerrufsrecht wirksam nutzen zu können. Das gilt vor allem für Senior:innen, die für einen Widerruf häufig auf die Hilfe Angehöriger angewiesen sind.

Eine repräsentative Umfrage im Auftrag des vzbv im Jahr 2020 hat ergeben, dass gut jeder zehnte Befragte (12 Prozent) in den vergangenen 24 Monaten mindestens einen Vertrag an der Haustür abgeschlossen hat, den er in der Form nicht abschließen wollte.⁶ Fast die Hälfte aller Verbraucher:innen (49 Prozent) wünscht sich eine Verlängerung der Widerrufsfrist bei Vertragsabschlüssen an der Haustür oder auf einer Kaffeefahrt über 14 Tage hinaus.

Es halten 14 Tage für ausreichend ...



⁶ Kostenfalle Haustürgeschäfte, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, (Telefonische Befragung (CATI AdHoc); 1.000 repräsentativ Befragte ab 18 Jahren; Erhebung: 24.9. bis 9.10.2020; Statistische Fehlertoleranz: max. +/- 3 Prozentpunkte; Institut: forsa), verfügbar unter: https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/12/03/20-11-09_chartbericht_kostenfallen_haustuergeschaefte.pdf

Um Abzocke und Kostenfallen an der Haustür effektiv einzudämmen und den berechtigten Erwartungen der Verbraucher:innen zu entsprechen, fordert der vzbv eine generelle Verlängerung der Widerrufsfrist für Verträge außerhalb von Geschäftsräumen auf 30 Tage.⁷ Die mit der Modernisierungsrichtlinie⁸ eingefügte neue Öffnungsklausel in Artikel 9 Absatz 1a RL VRRL ist insoweit nicht ausreichend, weil sie den Mitgliedstaaten nur unter engen Voraussetzungen eine Verlängerung der Widerrufsfrist erlaubt. Erforderlich wäre hier vielmehr eine einheitliche, unionsweite Verlängerung auf 30 Tage.

DER VZBV FORDERT:

Die Widerrufsfrist für Verträge außerhalb von Geschäftsräumen muss generell auf 30 Tage angehoben werden.

4. VERTRAGSSCHLUSS AM TELEFON VON VERBRAUCHER:INNEN BESTÄTIGEN LASSEN

Unerlaubte Werbeanrufe sind ein permanentes Ärgernis für Verbraucher:innen. So sind die von der Bundesnetzagentur veröffentlichten Beschwerdezahlen über unerlaubte Werbeanrufe für das Jahr 2020 deutlich gestiegen und befinden sich mit 63.273 auf dem Höchstwert. Die Beschwerden betrafen vor allem Werbeanrufe zu Versicherungs- und Finanzprodukten, Energieversorgungsprodukten oder aggressiv beworbene Zeitschriftenabonnements. Diese Anrufe mündeten vermehrt darin, dass Verbraucher:innen am Telefon oder im Nachgang ungewollt Verträge untergeschoben wurden.⁹

Der Handlungsbedarf ist demnach branchenübergreifend gegeben. Nur eine allgemeine Bestätigungslösung kann hier Abhilfe schaffen. Hiernach bedarf es zur Wirksamkeit des Vertrags einer gesonderten Bestätigung in Textform (zum Beispiel per E-Mail) durch die Verbraucher:innen. Diesen muss eine einfache, verständliche sowie eindeutige Botschaft vermittelt werden: Wer nach dem Telefonat nichts bestätigt hat, muss auch nichts bezahlen! Redliche Unternehmen haben nichts zu befürchten, da sie eine Bestätigung erhalten würden und damit Rechtsklarheit erhielten; die unredlichen Unternehmen sind nicht schützenswert.

DER VZBV FORDERT:

Eine allgemeine Bestätigungslösung für alle telefonisch geschlossenen Dauerschuldverhältnisse muss in der RL 2011/83 eingeführt werden.

5. TRANSPARENZ BEI VERGLEICHSWEBSESITES SCHAFFEN

Verbraucher:innen nutzen Vergleichswebseiten, um schnell und unkompliziert zum Vertragsabschluss zu kommen, um den günstigsten Preis zu finden und weil sie davon ausgehen, online bessere Angebote finden zu können. Diese Portale können eine wichtige Hilfestellung bieten, wenn es um die Produktauswahl geht. Problematisch wird es allerdings dann, wenn Vergleichswebseiten sich als unabhängig gerieren und den

⁷ Stellungnahmen des vzbv von April 2021 zur Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie: Transparenz auf Online-Marktplätzen und Schutz vor unerwünschten Haustürgeschäften: <https://www.vzbv.de/publikationen/dringender-nachbesserungsbedarf-bei-modernisierung-des-verbraucherrechts>

⁸ Artikel 4 Nr. 8 RL 2019/2161/EU

⁹ Bundesnetzagentur, Pressemitteilung vom 13. Januar 2021: Hohes Beschwerdeaufkommen zu unerlaubter Telefonwerbung, https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Presse/Pressemitteilungen/2021/20210113_UnerlaubteTelefonwerbung.pdf, abgerufen 07.07.2022.

Eindruck vermitteln, sie würden objektive Produktvergleiche liefern und Verbraucher:innen somit helfen, das für sie beste und passendste Produkt zu wählen. De facto steht jedoch der provisionsorientierte Vertrieb im Mittelpunkt, der zu verzerrten Empfehlungen führt.¹⁰ Weil Finanzdienstleistungen besonders schwer zu durchschauen sind und gleichzeitig die Entscheidung für ein bestimmtes Produkt besonders folgenreich sein kann, fordert der vzbv schon lange eine Regulierung der Vergleichsportale.¹¹

Mit der Modernisierungsrichtlinie gelten seit dem 25. Mai 2022 neue vorvertragliche Informationspflichten für die Betreiber von Online-Marktplätzen gegenüber den Verbraucher:innen.¹² Bei der Umsetzung in nationales Recht hat der deutsche Gesetzgeber Online-Marktplätze ausgenommen, soweit auf dem Online-Marktplatz Verträge über Finanzdienstleistungen angeboten werden.¹³ Aus Sicht des vzbv ist dies nicht nachvollziehbar und kann nicht im Sinne des Richtliniengebers sein. Das vorliegende Gesetzgebungsverfahren sollte genutzt werden, dieses Missverständnis aus dem Weg zu räumen.

Ein Ziel war es, den Anwendungsbereich in der Modernisierungsrichtlinie auf Online-Marktplätze zu begrenzen. Jeder Online-Marktplatz ist eine Vergleichsplattform, aber nicht jede Vergleichsplattform ist auch ein Online-Marktplatz. Jedoch sind Vergleichsplattformen in ihrer Gesamtheit oft essentieller Bestandteil einer Kaufentscheidung. Es sollte also keine Rolle spielen, ob die Verbraucher:innen den Vertrag über die Plattform abschließen können oder die Plattform die Verbraucher:innen lediglich auf die Website der potentiellen Vertragspartner weiterleitet.

DER VZBV FORDERT:

Es muss klargestellt werden, dass die Informationspflichten für Online-Marktplätze in Artikel 6a RL 2011/83 auch dann gelten, wenn über die Plattformen Verträge über Finanzdienstleistungen vertrieben werden.

Die Informationspflichten müssen nicht nur für Online-Marktplätze gelten, sondern alle Vermittlungsportale betreffen, die einen Vergleich anbieten und dann auf die Website des Angebots weiterleiten.

Es muss einen klar definierten Kriterienkatalog geben, damit sich ein Webseitenbetreiber beim Vergleich von Finanzdienstleistungsanbietern oder von Finanzdienstleistungsprodukten als objektiv und unabhängig darstellen darf. Wenn der Webseitenbetreiber die definierten Anforderungen nicht erfüllt, muss dieser verpflichtet werden, sich deutlich und an hervorgehobener Stelle als Finanzproduktvermittler zu kennzeichnen.

¹⁰ Institut für Finanzdienstleistungen (iff), Studie zur Bewertung des Rankings von Vergleichsportalen in Bezug auf Finanzdienstleistungsprodukte, 2017, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2017/05/26/1317_vzbv_vergleichsportale_2017_05_19.pdf, abgerufen am 06.07.2022.

¹¹ vgl. Positionspapier des vzbv vom Mai 2017; Objektives Ranking auf Vergleichswebseiten zu Finanzdienstleistungen sichern, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2017/06/22/17-05-19_objektives_ranking_auf_vergleichswebsites_zu_finanzdienstleistungen_sichern.pdf.

¹² Artikel 6a RL 2011/83/EU

¹³ § 312, Absatz 2 Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der EU-Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union und zur Aufhebung der Verordnung zur Übertragung der Zuständigkeit für die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 auf das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

6. MARKETING IN SOCIAL MEDIA REGELN

Finanzdienstleistungen werden heute in erheblichem Maße auf Plattformen beworben. Neben klassischen Anzeigen und Bannern spielt Influencer-Marketing eine große Rolle. Das Format verfolgt den Zweck, die Grenze zwischen Werbung und authentischen Inhalt zu verwischen und den Vertrauensvorschuss der Follower zu monetarisieren. Influencer:innen werben – häufig neben einer Vielzahl anderer Produkte, wie Kosmetik, Reisen oder Nahrungsergänzungsmittel – unter anderem für Krypto-Werte und Trading-Apps. Anders als bei klassischer Werbung nimmt die Influencer-Kommunikation dabei Formen eines Verkaufsgesprächs an, bei dem der tatsächliche Kaufabschluss lediglich die Ausführung der leicht als persönliche Beratung empfundenen „Story“ darstellt. Insofern stellt Influencer-Marketing für Finanzdienstleistungen einen Hybrid zwischen Werbung und Vertrieb dar, der als solcher reguliert werden sollte.