

VERBRAUCHER EFFEKTIV VOR KOSTENFALLEN SCHÜTZEN

Fünf Maßnahmen zum Schutz vor ungewollten Vertragsabschlüssen, ungewünschten Vertragsverlängerungen und komplizierten Kündigungsprozessen

9. November 2020

Impressum

Verbraucherzentrale

Bundesverband e.V.

Team

Recht und Handel

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

recht-und-handel@vzbv.de

INHALT

I. ZUSAMMENFASSUNG	3
II. KOSTENFALLEN BEIM VERTRAGSABSCHLUSS	4
1. Ungewollte Vertragsabschlüsse am Telefon.....	5
1.1 Problem.....	5
1.2 Das fordert der vzbv.....	6
2. Im Shop untergeschobene Verträge	7
2.1 Problem.....	7
2.2 Das fordert der vzbv.....	8
III. KOSTENFALLEN BEI DER VERTRAGSBEENDIGUNG	9
1. Automatische Vertragsverlängerungen	10
1.1 Problem.....	10
1.2 Das fordert der vzbv.....	12
2. Komplizierte Kündigungsmöglichkeiten / Widerrufsmöglichkeiten	13
2.1 Problem.....	13
2.2 Das fordert der vzbv.....	14
3. Ergänzende Maßnahmen.....	15
3.1 Kündigungsfristen und Erstlaufzeiten	15

I. ZUSAMMENFASSUNG

Verbraucherinnen und Verbraucher¹ sind in ihrem Alltag mit einer **Vielzahl an Kostenfallen** konfrontiert. Diese kommen in fast allen Bereichen des Verbraucheralltags vor und können sehr unterschiedlich gestaltet sein. So unterschiedlich die Kostenfallen miteinander ausgestaltet sind, sie verbindet zweierlei: Sie sind stete Quelle für Verbraucherärger und kosten bares Geld. Auch vermeintlich geringe Beträge summieren sich schnell zu relevanten Kosten.

Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) hat erkannt, dass es sich bei **ungewollten Vertragsabschlüssen² und unerwünschten Vertragsverlängerungen** um **Kostenfallen** handelt. Der im Januar 2020 vorgelegte Entwurf für ein Gesetz für faire Verbraucherverträge³ bleibt aber auf halber Strecke stehen: Wichtige Bereiche wie ein Widerrufsrecht für Vertragsabschlüsse auf Dauer in stationären Shops oder einfache und sichere Kündigungs-/Widerrufsmöglichkeiten fehlen; andere Bereiche sind nur halbherzig adressiert. So ist beispielsweise die Einführung einer Bestätigungslösung nur für Energieverträge nicht ausreichend. Solche sektorspezifischen Lösungen greifen gegen ungewollte Vertragsabschlüsse viel zu kurz.

Dabei können Maßnahmen zum Schutz der Verbraucher vor Kostenfallen bei Vertragsabschlüssen und Vertragsverlängerungen konsequent umgesetzt zwei wichtige Faktoren beeinflussen. Zum einen **stärken sie den Wettbewerb**. Stärkerer Wettbewerb führt zu niedrigeren Preisen und höherer Qualität für Verbraucher. **Von stärkerem Wettbewerb profitiert** darüber hinaus **die Wirtschaft**. Zum anderen erhöhen sie das **Vertrauen der Verbraucher** in Vertragsabschlüsse, stärken die Wahlfreiheit und ermöglichen dadurch eine **bedarfsgerechtere Versorgung**. Von diesen wohlfahrtssteigernden Effekten profitiert letztendlich die Wirtschaft als Ganzes.

Daher muss die Bundesregierung folgende Maßnahmen zum Schutz vor Kostenfallen umsetzen:

- ❖ Eine **allgemeine Bestätigungslösung** – für alle telefonisch geschlossenen Dauerschuldverhältnisse. Sektorspezifische Regelungen sind nicht ausreichend.
- ❖ Einführung eines **Widerrufsrechts für Verträge auf Dauer, die in stationären Ladengeschäften abgeschlossen werden**.
- ❖ **Reduzierung des Zeitraums automatischer Vertragsverlängerungen auf einen Monat**.
- ❖ Verpflichtung für Unternehmen, eine **automatische Eingangsbestätigung** auf alle per E-Mail eingehenden Widerrufe und Kündigungen zu verschicken.

¹ Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

² Die Bezeichnungen „Vertrag“, „Dauerschuldverhältnis“ und „Vertrag auf Dauer“ werden im Folgenden synonym verwendet. Dabei bezieht sich das Wort „Vertrag“ immer explizit auf Dauerschuldverhältnisse und nicht auf einmalige Kaufverträge.

³ Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, Entwurf eines Gesetzes für faire Verbraucherverträge, https://www.bmjb.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RefE_Faire_Verbrauchervertraege.pdf;jsessionid=B891F7E375C3684E2EDF06EA5D5AA1C7.2_cid289?__blob=publicationFile&v=2, 30.10.2020.

- ❖ Verpflichtung zur Einrichtung eines **Kündigungs-Buttons** überall dort, wo Verträge mit einem Klick abgeschlossen werden können.

II. KOSTENFALLEN BEIM VERTRAGSABSCHLUSS

19 Prozent. So hoch ist der Anteil der Verbraucher, die in den vergangenen 24 Monaten einen Vertrag abgeschlossen haben, den sie in der Form gar nicht abschließen wollten.⁴ Von diesen gab beinahe ein Drittel (32 Prozent) an, mehr als einen Vertrag abgeschlossen zu haben.⁵ Zu den meisten ungewollten Vertragsabschlüssen kommt es im Telekommunikationssektor (7 Prozent aller Verbraucher geben an, einen ungewollten Vertrag in dieser Branche abgeschlossen zu haben), aber auch in anderen Branchen gibt es ungewollte Vertragsabschlüsse. Zu diesen Branchen gehören Streamingdienste, Printmedien, Energieversorger, Onlinemedien wie E-Book-Anbieter oder Online-Zeitungen oder -Zeitschriften, aber auch Fitnessstudios, Sport-, Tanz- oder Musikunterricht, Finanzen, der Reisesektor und Dating-Portale.⁶ Das zeigt, dass sich ungewollte Vertragsabschlüsse nicht auf einzelne Branchen begrenzen, sondern sämtliche Bereiche, in denen Verbraucher Dauerschuldverhältnisse eingehen, in eine Problemlösung einbezogen werden müssen.

Ungewollte Vertragsabschlüsse sind für Verbraucher besonders ärgerlich und kosten diese bares Geld. Darüber hinaus beschädigen sie das Vertrauen der Verbraucher in die Unternehmen als Ganzes. Unternehmen, die von solchen ungewollten Vertragsabschlüssen profitieren, schaden nicht nur den Verbrauchern, sondern verschaffen sich damit einen unfairen Vorteil im Wettbewerb und schaden so auch den ehrlichen Wettbewerbern.

KOSTENFALLE UND UNFAIRER WETTBEWERBSVORTEIL

Maßnahmen, die ungewollte Vertragsabschlüsse verhindern, leisten einen wichtigen **Beitrag zum Schutz der Verbraucher vor Kostenfallen und stärken das Vertrauen der Verbraucher**. Zusätzlich können solche Maßnahmen zur Errichtung eines „**level playing fields**“ beitragen, in dem letztlich das Preis-Leistungsverhältnis entscheidender Faktor im Wettbewerb der Unternehmen ist und nicht Vertragsabschlüsse, die Verbraucher (in dieser Form) gar nicht wollen.

⁴ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 8, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020. (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).

⁵ Ebd. S. 10.

⁶ Ebd. S. 9.

1. UNGEWOLLTE VERTRAGSABSCHLÜSSE AM TELEFON

1.1 Problem

Wie bereits geschildert hat beinahe jeder fünfte Verbraucher (19 Prozent) in den vergangenen 24 Monaten einen Vertrag abgeschlossen, obwohl er es in der Form gar nicht wollte. In diesen Fällen wurden von annähernd vier von zehn (38 Prozent) Verbrauchern ein oder mehrere Verträge telefonisch abgeschlossen.⁷

Besonders auffällig dabei ist die **Telekommunikationsbranche**, in der nicht nur die meisten ungewollten Vertragsabschlüsse stattfinden⁸, sondern sie ist auch derjenige Sektor, für den Verbraucher am häufigsten ungewollt angerufen werden.⁹ Diese ungewollten Anrufe sind oft der Ausgangspunkt für ungewollte oder angebliche Vertragsabschlüsse. In einer repräsentativen Umfrage des Marktwächters Digitale Welt aus dem Jahr 2019 gaben 61 Prozent derjenigen Verbraucher, die ungewollt für Werbung oder Verkauf angerufen wurden, an, dass es sich dabei um ein Telekommunikationsthema handelte. Zum Vergleich: Den Bereich Energieversorgung (Strom oder Gas) als Thema des Anrufs gaben „nur“ 51 Prozent an.¹⁰ Bezogen auf die Gesamtbevölkerung bedeutet dies, dass 34 Prozent der Verbraucher bereits mindestens einmal ungewollt wegen Telekommunikationsdienstleistungen und 29 Prozent wegen Energielieferungsverträgen angerufen wurde. Dieses Bild deckt sich mit früheren Untersuchungen zu diesem Thema.¹¹

Auch in anderen Branchen werden Verbraucher unaufgefordert kontaktiert und die Kontakte werden genutzt, um Verträge zu schließen oder nachträglich einen nicht stattgefundenen Vertragsschluss zu behaupten.

- Abonnements für **Zeitungen und Zeitschriften** werden ebenfalls über unaufgeforderte Kontakte vertrieben. In einer Untersuchung aus dem Jahr 2018 gaben 45 Prozent der unaufgefordert kontaktierten Verbraucher an, schon einmal von einem Anbieter dieser Branche unaufgefordert kontaktiert worden zu sein.¹² Auch die Verbraucherzentralen bekommen regelmäßig Beschwerden zum unseriösen Vertrieb von Verlagserzeugnissen und untergeschobenen Abonnements am Telefon, vor dem auch die Bundesnetzagentur warnt.¹³
- Auch bei **Streamingdiensten**, wie beispielsweise Abos für die Fußballbundesliga oder Serien, kommt es Medienberichten zu Folge zu Beschwerden. Dabei handelt es sich um Fälle, in denen der Verbraucher zwar generell gerne einen Vertrag

⁷ Ebd. S. 11.

⁸ Ebd. S. 9.

⁹ Marktwächter Digitale Welt, Repräsentative Umfrage unter 2.002 Personen ab 18 Jahren im Zeitraum Oktober/November 2019, Chartbericht, Seiten 5+6, https://www.vzbv.de/sites/default/files/19-11-26_chartbericht_kostenfallen_zur_veroeffentlichung.pdf, 29.10.2020.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Befragung im Zeitraum 21.08. bis 05.09.2019: Marktwächter Digitale Welt, Auffällige Vertriebsstrategien im Telekommunikationsmarkt, 2018, Seite 11 f., <https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/01/30/untersuchung-auffaellige-vertriebsstrategien-tk-markt.pdf>, 05.11.2020.

¹² Ebd.

¹³ Bundesnetzagentur warnt vor unseriösem Telefonvertrieb von Zeitschriften-Abos, <https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Sachgebiete/Telekommunikation/Verbraucher/UnerlaubteTelefonwerbung/AktuelleHinweise/2020/01-Abofalle.html?nn=269104>, 29.10.2020.

abschließen möchte, die am Ende in Rechnung gestellte Leistung aber nicht dem entspricht, was aus Sicht des Verbrauchers telefonisch vereinbart wurde.¹⁴

Das Widerrufsrecht hilft in diesen Fällen häufig nicht weiter, weil Verbraucher gar nicht damit rechnen, dass sie einen angeblichen Vertrag geschlossen haben, den es zu lesen und zu widerrufen gilt (beispielsweise, weil sie laut telefonischer Absprache nur Informationsmaterial erwartet haben), oder sie sind im Vertrauen auf das Telefonat von anderen Vertragskonditionen ausgegangen. Wenn Verbraucher dann einige Zeit nach dem Telefonat überraschend mit Zahlungsaufforderungen oder Kontobelastungen konfrontiert werden, wird regelmäßig behauptet, die Widerrufsfrist sei abgelaufen.

KOSTENFALLE IN VIELEN BRANCHEN

Im Bereich der ungewollten Vertragsabschlüsse per Telefon ist die **Telekommunikationsbranche die auffälligste, aber nicht die einzige Branche**, in der Verbrauchern diese Kostenfalle droht. Maßnahmen, mit denen diese Kostenfalle beseitigt werden sollen, dürfen sich daher nicht auf einzelne Branchen fokussieren.

1.2 Das fordert der vzbv

Um Verbraucher vor ungewollten Vertragsabschlüssen am Telefon zu schützen, sollte eine allgemeine Bestätigungslösung für alle telefonisch geschlossenen Dauerschuldverhältnisse eingeführt werden. Insbesondere im Telekommunikationsbereich gibt der Europäische Kodex für die elektronische Kommunikation vor, dass Verbraucher nach Erhalt der Vertragszusammenfassung den Vertrag in Textform genehmigen müssen.¹⁵ Das ist in jedem Fall ein wesentlicher Schritt in die richtige Richtung.

Gegen die Bestätigungslösung wird teilweise eingewandt, dass in vielen einschlägigen Fallkonstellationen bereits nach geltendem Recht kein Vertrag zustande gekommen sei, weil der zugesandte Vertragsinhalt vom Telefonat abweicht. Das mag theoretisch richtig sein, lässt Verbraucher aber praktisch ratlos in erheblichen Schwierigkeiten zurück, weil die Rechtslage wegen offener Beweisfragen und Unklarheiten rund um die Widerrufsfrist viel zu undurchsichtig ist.

Für diese Situationen müssen klare Rahmenbedingungen geschaffen werden, die Verbrauchern eine einfache, verständliche sowie eindeutige Botschaft vermitteln:

- ❖ Nur, was Verbraucher nach einem Telefonat schriftlich bestätigen, müssen sie auch bezahlen.

¹⁴ Daniel Schleidt: Kunden beschwerten sich. Die verlockenden Versprechen von Sky, 31.08.2020, https://m.faz.net/aktuell/rhein-main/verlockende-versprechen-von-sky-kunden-beschwerten-sich-16929428.amp.html?GEPC=s9&premium=0xd2f7fed7e224e254de9ba06e8a90e91d&__twitter_impression=true, 28.10.2020.

¹⁵ Die Umsetzung des Europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation wird aktuell noch in Deutschland anhand eines Diskussionsentwurf des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und des Bundesministeriums für Verkehr und Digitale Infrastruktur diskutiert (Stand 09.11.2020).

ALLGEMEINE BESTÄTIGUNGSLÖSUNG FÜR TELEFONISCH GESCHLOSSENE VERTRÄGE

Die **Einführung einer allgemeinen Bestätigungslösung oder Textform im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB)** kann Verbraucher vor der Kostenfalle der ungewollten Vertragsabschlüsse am Telefon schützen. Ausschließlich **sektorspezifische Lösungen** würden als Maßnahme gegen ungewollte Vertragsabschlüsse **zu kurz greifen**.

2. IM SHOP UNTERGESCHOBENE VERTRÄGE

2.1 Problem

Auch im stationären Handel kommt es zu untergeschobenen Verträgen über Dauerschuldverhältnisse, die Verbraucher nicht oder nicht so, wie später vom Unternehmer behauptet wird, abschließen wollten. Sieben Prozent der Verbraucher, die in den vergangenen 24 Monate einen Vertrag abgeschlossen haben, den sie in der Form nicht abschließen wollten, geben an, dass sie diesen Vertrag in einem Ladengeschäft abgeschlossen haben.¹⁶ Das Problem tritt in der Praxis insbesondere in entsprechenden Shops im **Telekommunikationsbereich** auf. So hat gut jeder zehnte Verbraucher (elf Prozent), der in den letzten zwölf Monaten vor der repräsentativen Umfrage im Jahr 2019 einen Vertrag elektronisch, zum Beispiel auf einem Tablet-PC oder einem Unterschriftenpad, unterschrieben hat¹⁷, unbeabsichtigt einen Vertrag unterschrieben, den er in der Form gar nicht hätte unterschreiben wollen.¹⁸

Im stationären Vertrieb vertrauen Verbraucher regelmäßig darauf, dass schriftlich genau das niedergelegt ist, was der Verkäufer ihnen zuvor erzählt hat. Situatives Merkmal ist dabei ein Über- oder Unterangebot an Information, was es für Verbraucher praktisch kaum möglich macht, den gesamten Vertragsinhalt vor der Unterschrift zu prüfen:

❖ Digitale Unterschrift auf Tablet

Verbrauchern wird ein Tablet zur Unterschrift gereicht. Verbraucher haben in dieser Situation keine Chance zu überblicken, welchen Vertrag sie konkret unterschreiben. Es bleibt unklar, worauf sich die Unterschrift überhaupt bezieht. Verbraucher vertrauen darauf, dass sie mit ihrer Unterschrift genau das bestätigen, was zuvor besprochen wurde.

❖ Umfangreiche Vertragswerke/AGB

Verbrauchern werden umfangreiche Unterlagen mit Querverweisen auf verschiedene Vertragswerke vorgelegt. In einer Verkaufssituation haben sie dann kaum die Möglichkeit, den Inhalt zur Kenntnis zu nehmen. Verkäufer üben Druck aus, um zu erreichen, dass die Verbraucher trotzdem direkt vor Ort unterschreiben.

¹⁶ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 11, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020.

¹⁷ Dies waren insgesamt 17 Prozent der Befragten, Repräsentative Umfrage des Marktwächter Digitale Welt 2019 https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/02/20/19-11-26_chartbericht_kostenfallen_zur_veroeffentlichung.pdf, 29.10.2020

¹⁸ Ebd.

Beiden Konstellationen ist gemeinsam, dass die später in Bezug genommenen Vertragswerke häufig *nicht* dem mündlich vereinbarten Inhalt entsprechen.

Dieses Problem tritt gehäuft gegenüber „verletzlichen“, sozial schwachen und benachteiligten Verbrauchergruppen wie Senioren oder fremdsprachigen Verbrauchern¹⁹ auf, ist aber keineswegs auf diese beschränkt.

❖ Beispielfall

Eine ältere Dame geht in einen Telekommunikationsshop und bittet um einen einfachen Mobilfunkvertrag für ein Tastenhandy ohne Internetfunktion (kein Smartphone). Mit dem ihr untergeschobenen umfangreichen Vertragswerk hat sie einen mobilen Datenvertrag über sechs Gigabyte und drei weitere Telefonverträge erhalten. Ein Widerrufsrecht besteht nicht.²⁰

Rechtlich betrachtet wäre die mündliche Abrede zwar maßgeblich, in der Praxis stellen sich aber Beweisschwierigkeiten. Verbraucher akzeptieren dann den unterschriebenen Vertrag, so dass das Unterschreiben offenbar für manche Anbieter ein attraktives Geschäftsmodell ist. Diese Konstellation ähnelt sehr dem Fernabsatz am Telefon und sollte deshalb ebenfalls gesetzgeberisch gelöst werden.

VERTRAGSINHALTE ENTSPRECHEN NICHT DEM, WAS MÜNDLICH VEREINBART WURDE

Verbraucher, die einen Vertrag in einem Ladengeschäft abschließen, entscheiden sich bewusst und aktiv für einen Vertragsabschluss. Dabei kann es jedoch zu **erheblichen Differenzen zwischen den mündlich vereinbarten und letztendlich schriftlich festgehaltenen Vertragsinhalten** kommen. Schließt ein Verbraucher aufgrund dessen einen Vertrag, den er in der Form gar nicht schließen wollte, hat er **bisher keine wirksamen Instrumente**, von einem solchen Vertrag zurückzutreten. Das liegt vor allem daran, dass der Verbraucher keinen Nachweis über das „Gesagte“ hat.

2.2 Das fordert der vzbv

Um das Unterschreiben von Verträgen in stationären Ladengeschäften zu erschweren, sollte ein Widerrufsrecht für Vertragsabschlüsse über Dauerschuldverhältnisse in Ladengeschäften eingeführt werden. Ein solches Widerrufsrecht verhindert zwar nicht das Unterschreiben als solches, gibt Verbrauchern aber die Möglichkeit, den Vertrag noch einmal in Ruhe zu lesen und gegebenenfalls zu widerrufen. Der Hälfte (50 Prozent) aller Verbraucher, ist nicht bewusst, dass sie bei Verträgen von Dauer, die sie in einem Laden abschließen, kein Widerrufsrecht haben. Aber eine deutliche Mehrheit von 87 Prozent der Verbraucher wünscht sich ein solches Widerrufsrecht.²¹

¹⁹ Süddeutsche Zeitung vom 09.02.2020, „Mit dem Handy in die Schulden“, <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mobilfunk-vertrag-fluechtlinge-1.4790500>, 29.10.2020

²⁰ Zum Widerrufsrecht: Verbraucherzentrale NRW, Abschluss eines Handyvertrags im Laden, <https://www.verbraucherzentrale.nrw/wissen/digitale-welt/mobilfunk-und-festnetz/abschluss-eines-handyvertrags-im-laden-34580>, 29.10.2020.

²¹ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 13+14, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020..

Der Einführung eines Widerrufsrechts im nationalen Recht steht auch unionsrechtlich nichts entgegen. Die unionsrechtliche Vollharmonisierung des Widerrufsrechts umfasst nur den Fernabsatz (einschließlich Bestätigungslösung) und Verträge außerhalb von Geschäftsräumen.

EINFÜHRUNG EINES ALLGEMEINEN (STATIONÄREN) WIDERRUFSRECHTS FÜR DAUERSCHULDVERHÄLTNISSE

Für stationär geschlossene Verträge über Dauerschuldverhältnisse ist ein **Widerrufsrecht von 14 Tagen** einzuführen. Dies gilt vorrangig für alle stationär geschlossenen Verträge über Telekommunikationsdienstleistungen.

III. KOSTENFALLEN BEI DER VERTRAGSBEENDIGUNG

Neben ungewollten Vertragsabschlüssen existieren auch im Komplex der Vertragsbeendigungen Kostenfallen für Verbraucher. Die Verbraucherzentralen registrieren eine hohe Fallzahl an Beschwerden von Verbrauchern in Bezug auf Kündigungen von Verträgen.²² Dabei wirken Probleme bei der Vertragskündigung doppelt: Sie schaffen Kostenfallen, die Verbraucher auch nach der Erstlaufzeit langfristig in Verträgen binden, und schränken damit auch den Wettbewerb zwischen den Anbietern ein – ebenfalls zum Kosten- und Qualitätsnachteil für Verbraucher. Knapp jeder dritte Verbraucher (31 Prozent), der Probleme mit einem seiner Verträge hat, nennt die Differenz zwischen erwarteter oder vertraglich zugesicherter und tatsächlich erhaltener Leistung als Problem, weitere 30 Prozent haben Probleme mit dem Kundenservice.²³ Beides sind eindeutig Qualitätsmängel auf Seiten der Anbieter. Mangelnden Wettbewerb hat auch die Monopolkommission in Hinblick auf den Telekommunikationsmarkt ausgemacht.²⁴ Hier nennt sie vor allem auch die hohen Preise für die Nutzung mobiler Daten, die deutsche Verbraucher im europäischen Vergleich zahlen müssen.

Wettbewerb bei Dauerschuldverhältnissen funktioniert vor allem dann, wenn Verbraucher möglichst frei und zwanglos wechseln können. Beides ist derzeit zu oft nicht möglich. Vor allem die langfristigen automatischen Vertragsverlängerungen in Verbindung mit einem unnötig umständlichen Kündigungsprozess stellen sich als **wettbewerbsfeindliche Wechselbarrieren** heraus. Fast jeder sechste Verbraucher (17 Prozent), der Probleme mit einem Vertrag hat, gibt an, diese im Bereich des Kündigungsprozesses zu haben, etwa, weil der Kündigungsprozess zu kompliziert oder intransparent ist

²²Die Anzahl der Beschwerden von Verbrauchern bei den Verbraucherzentralen der Länder in Bezug auf Probleme mit Vertragskündigungen betrug im Jahr 2018 12.092 Fälle, im Jahr 2019 7.338 Fälle (aufgrund einer Systemumstellung ohne NRW), im ersten Halbjahr 2020 7.846 Fälle. Auch wenn die Zahlen nur bedingt vergleichbar sind, zeigen sie die hohe Relevanz des Problems.

²³ Verbraucherreport 2020. Bevölkerungsrepräsentative Umfrage im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, August 2020, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/09/22/verbraucherreport_2020_ergebnispraesentation.pdf, 27.10.2020.

²⁴ Monopolkommission: Telekommunikation 2017: Auf Wettbewerb bauen! Sondergutachten 78 – Kurzfassung, 2017, https://www.monopolkommission.de/images/PDF/SG/s78_kurzfassung.pdf, 27.10.2020.

oder aber, weil die Kündigung vom Anbieter nicht anerkannt wird.²⁵ Dies führt dazu, dass Verbraucher auch über die Erstlaufzeit hinaus langfristig an Verträge gebunden sein können, obwohl sie gerne wechseln oder kündigen wollen. Vor dem Hintergrund sinkender Preise bzw. erhöhter Leistung bei gleichbleibenden Preisen etwa im Telekommunikationssektor in den vergangenen Jahren, kann diese Konstellation Verbraucher bares Geld kosten.

Dabei kann es nicht allein darauf ankommen, ob die langfristigen automatischen Vertragsverlängerungen möglicherweise Kostenvorteile für die Unternehmen bieten. Denn bei einem Verlust an Wettbewerb ist auch bei sinkenden Kosten eher mit höheren Verbraucherpreisen und geringerer Qualität zu rechnen. Auf der Kehrseite können schnellere, einfachere und sicherere Kündigungsmöglichkeiten auch bei höheren Kosten auf Grund der gesteigerten Wettbewerbsintensität zu niedrigeren Verbraucherpreisen führen.

Zu berücksichtigen ist dabei auch, dass lange Laufzeiten und langfristige automatische Vertragsverlängerungen Fehlanreize liefern, eher in den Vertrieb als in die Qualität und Kundenzufriedenheit zu investieren; im ungünstigsten Fall steigern sie auch die Anreize für unseriöse Vertriebsmethoden. Manche Unternehmen investieren dann offenbar eher in einen unseriösen Vertrieb als in eine dauerhaft hohe Qualität ihrer Leistung.

Unter diesen Gesichtspunkten erscheinen die gegenwärtigen Regelungen als weitgehend willkürlich, einseitig unternehmerfreundlich und zu lang.

KOSTENFALLE UND WETTBEWERBSFEINDLICH

Rechtliche Regelungen, die **langfristige automatische Vertragsverlängerungen** ermöglichen, und **Hürden im Kündigungsprozess** durch Anbieter **verursachen unnötige Kosten** für Verbraucher und sind darüber hinaus **wettbewerbsfeindlich**. **Maßnahmen**, die es Verbrauchern ermöglichen, Dauerschuldverhältnisse nach Ablauf der Erstlaufzeit schneller, einfacher und sicherer zu kündigen, **stärken den Verbraucherschutz, den Wettbewerb und damit letztendlich auch die Wirtschaft**.

1. AUTOMATISCHE VERTRAGSVERLÄNGERUNGEN

1.1 Problem

Nach geltender Rechtslage können sich Dauerschuldverhältnisse zur regelmäßigen Erbringung von Dienstleistungen oder Lieferung von Waren im Allgemeinen nach Ablauf der Erstlaufzeit stillschweigend um maximal ein Jahr verlängern, sofern der Verbraucher den Vertrag nicht rechtzeitig kündigt (§ 309 Nr. 9 b BGB). Fast jeder vierte Verbraucher (24 Prozent) hatte in den vergangenen 24 Monaten mindestens einen Vertrag, der sich automatisch verlängert hat, obwohl die betroffenen Verbraucher diesen lieber gewechselt oder gekündigt hätten. Dabei sticht ins Auge, dass die jüngeren Verbrauchergruppen in besonderem Maß von ungewollt verlängerten Verträgen betroffen

²⁵ Verbraucherreport 2020. Bevölkerungsrepräsentative Umfrage im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, August 2020, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/09/22/verbraucherreport_2020_ergebnispraesentation.pdf, 27.10.2020.

sind. Bei den 18- bis 29-jährigen Verbrauchern geben 35 Prozent an, dass sie mindestens einen solchen Vertrag hatten, unter den 30- bis 44-jährigen Verbrauchern sind es sogar 37 Prozent.²⁶ Damit sind die beiden Altersgruppen besonders stark betroffen, denen man (zumindest zum Teil) zuschreibt, sich in der „Rushhour des Lebens“ zu befinden, die sich aufgrund von Berufseinstieg und Familienplanung durch ein hohes Maß an (Alltags-)Stress auszeichnet.²⁷

Problematisch an diesen ungewollten Vertragsverlängerungen ist vor allem der Umstand, dass gut sechs von zehn Verbrauchern (62 Prozent) mit solchen Verlängerungen angeben, dass ihnen daraus ein finanzieller Schaden entstanden ist, den sie im Durchschnitt mit 335 Euro angeben.²⁸ Damit liegt die Summe über dem Kinderbonus, den die Bundesregierung im Zuge ihres Konjunkturprogramms zur Bewältigung der wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie ausgezahlt hat. Das zeigt, dass die automatischen Vertragsverlängerungen schnell zu einer finanziell relevanten Kostenfalle für Verbraucher werden können.

Dass 77 Prozent der betroffenen Verbraucher angeben, dass das Verpassen der Kündigungsfrist oder das Vergessen der Kündigung der Grund für die ungewollte Vertragsverlängerung ist, überrascht im Zusammenhang mit dem überaus komplexen Alltag und dem damit verbundenen (Alltags-)Stress vieler Verbraucher nicht.²⁹ Jeweils 13 Prozent geben darüber hinaus an, dass ihnen gar nicht bewusst war, dass sich der Vertrag automatisch verlängert oder, dass sie nicht wussten, überhaupt einen langfristigen Vertrag abgeschlossen haben, beziehungsweise ein Probeabo abgeschlossen zu haben, das sich in einen langfristigen Vertrag umgewandelt hat.

Diesen Umstand gilt es zunächst einmal als Realität vieler Verbraucher anzunehmen, ein Verweis auf die alleinige Verantwortung der Verbraucher ist in diesem Zusammenhang unterkomplex. Regelungen, die den Alltag der Verbraucher einfacher machen und ihnen damit die Möglichkeit eröffnen Geld zu sparen, mit einem Hinweis darauf zu begegnen, dass Verbraucher einfach an die fristgerechte Kündigung denken müssten, wird dem komplexen Alltag vieler Verbraucher schlicht nicht gerecht und greift daher zu kurz. Alleine der Umstand, dass Verbraucher zunehmend mehr Dauerschuldverhältnisse eingehen können, weil das Angebot stetig wächst, macht es für Verbraucher zunehmend kompliziert, den Überblick darüber zu behalten, wann sie welchen Vertrag kündigen müssen. Die uneinheitlichen und dem durchschnittlichen Verbraucher nicht zugänglichen Formulierungen von Vertragstexten tragen ihren Anteil dazu bei. Darüber hinaus impliziert es ein quasi übergeordnetes Recht der Anbieter auf lange Vertragsbindungen über die Erstlaufzeit hinaus. Insbesondere ist nicht ersichtlich, unter welchen Gesichtspunkten unternehmerische Interessen nach Ablauf einer Mindestlaufzeit und in diesem Zeitraum regelmäßig vollständig amortisierten Investitionen weiterhin

²⁶ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 17, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020.

²⁷ Rushhour des Lebens, <https://www.bpb.de/politik/innenpolitik/familienpolitik/197927/rushhour-des-lebens?p=all>, 27.10.2020.

²⁸ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 19, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020.

²⁹ Ebd. S. 21.

schützenswert sind. Es ist daher geboten, diese einseitige Bevorzugung der Unternehmensinteressen bei automatischen Vertragsverlängerungen zu beenden und die automatische Vertragsverlängerung auf ein angemessenes Maß zu verkürzen.

AUTOMATISCHE VERTRAGSVERLÄNGERUNG ALS RELEVANTES VERBRAUCHERPROBLEM

Die Regelung, wonach sich Dauerschuldverhältnisse nach Ablauf der Erstlaufzeit um bis zu 12 Monate automatisch verlängern können, stellt für Verbraucher eine relevante Kostenfalle dar. **Mehr als sechs von zehn Verbrauchern (62 Prozent)**, die einen Vertrag hatten, der sich automatisch verlängert hat, obwohl sie diesen gerne gekündigt hätten, geben an, dadurch einen **finanziellen Nachteil** erlitten zu haben. Diesen beziffern die betroffenen Verbraucher auf **durchschnittlich 335 Euro**. Besonders betroffen sind Verbraucher unter 45 Jahren, deren Lebensphase sich durch besonders viel (Alltags-)Stress auszeichnet.

1.2 Das fordert der vzbv

Der vzbv fordert eine Verkürzung der automatischen Vertragsverlängerung auf einen Monat.

Die aktuelle Rechtslage, nach der sich ein Dauerschuldverhältnis automatisch um bis zu zwölf Monate verlängern kann, ist wettbewerbsschädlich und einseitig zum Nachteil der Verbraucher und muss daher zu Gunsten der Verbraucher reformiert werden. Auch aus Sicht des berechtigten Interesses der Anbieter an einer gewissen Planungssicherheit und Preiseffektivität gibt es nach Ablauf der Erstlaufzeit keine Argumente für eine langfristige automatische Verlängerung der Verträge. Beinahe zwei von drei Verbrauchern (65 Prozent) halten eine Reduzierung des Zeitraums automatischer Vertragsverlängerungen für wünschenswert. In der Gruppe derjenigen, die besonders häufig von ungewollten Vertragsverlängerungen betroffen sind, nämlich den unter 45-Jährigen, wünschen sich sogar 75 Prozent eine entsprechende Verkürzung. Dabei wünschen sich 61 Prozent aller Verbraucher eine Verkürzung auf drei oder weniger Monate.³⁰

VERKÜRZUNG DES ZEITRAUMS AUTOMATISCHER VERTRAGSVERLÄNGERUNGEN

Dauerschuldverhältnisse sollen sich künftig nur noch um **einen Monat automatisch verlängern können**.³¹ Das ermöglicht es Verbrauchern, nach Ablauf der Erstlaufzeit monatlich den Vertrag zu kündigen. **Schnellere Kündigungsmöglichkeiten beleben den Wettbewerb und stärken die Wirtschaft**. Die Verkürzung behebt die Einseitigkeit der bestehenden gesetzlichen Regelung zu Gunsten der Unternehmen und **schützt Verbraucher vor langfristigen und kostspieligen Kostenfallen**.

³⁰ Ebd. S. 22f.

³¹ Das gibt beispielsweise für den Telekommunikationsbereich auch der Europäische Kodex für die Elektronische Kommunikation vor, dessen Umsetzung aktuell in Deutschland noch diskutiert wird (Stand 09.11.2020).

2. KOMPLIZIERTE KÜNDIGUNGSMÖGLICHKEITEN / WIDERRUFSMÖGLICHKEITEN

2.1 Problem

Nicht nur langfristige stillschweigende Vertragsverlängerungen als solche können zur Kostenfalle werden, sondern auch die Kündigungsmöglichkeiten und -prozesse. Ihre komplizierte und intransparente Ausgestaltung führt Verbraucher teilweise direkt in die Kostenfalle automatischer Vertragsverlängerungen – selbst wenn diese rechtzeitig kündigen wollen oder es aus ihrer Sicht sogar fristgerecht getan haben.

- ❖ So geben 17 Prozent der Verbraucher, die in den vergangenen zwölf Monaten ein Problem mit einem Vertrag hatten, an, dass sich dieses auf einen komplizierten Kündigungsprozess bezog, beziehungsweise, dass der Anbieter die Kündigung nicht anerkannte.³²
- ❖ Unter den Gründen, warum sich Verträge verlängern, obwohl Verbraucher diese eigentlich kündigen oder wechseln wollen, befinden sich zwei mit klarem Bezug zum Kündigungsprozess. So gibt gut jeder Siebte (14 Prozent) an, dass der Kündigungsprozess zu kompliziert war oder er nicht wusste, auf welchem Weg er kündigen musste.³³
- ❖ Immerhin noch sechs Prozent der Verbraucher geben an, dass sie zwar rechtzeitig gekündigt hätten, der Anbieter aber behauptet, die Kündigung gar nicht erhalten zu haben.³⁴ Auch in Bezug auf die Ausübung des Widerrufsrechts ist die Behauptung der Anbieter, den Widerruf nicht erhalten zu haben, die von betroffenen Verbrauchern am häufigsten genannte Ursache für Probleme.³⁵ Bei einem großen deutschen Streaming-Anbieter etwa sind „auffällig viele Beschwerden auf Kündigung per Mail zurückzuführen“.³⁶ Das Problem auch hier: Wenn Verbraucher fristgerecht per Mail kündigen, können sie dies nicht nachweisen, sofern der Anbieter behauptet, keine Kündigung erhalten zu haben. Die Folge ist, dass Verbraucher bis zu zwölf Monate an einen Vertrag gebunden sind und die anfallenden Kosten tragen müssen, obwohl sie alles Nötige unternommen haben.
- ❖ Ähnlich verhält sich bei „Kündigungsvormerkungen“. Bei einigen Unternehmen sollen Verbraucher erst einmal online ihre Kündigung vormerken und müssen dann den Kundenservice anrufen oder im Shop ihre Kündigung bestätigen. In diesen Fällen erhalten die Verbraucherzentralen immer wieder Beschwerden, dass Unternehmen später behaupten, der Verbraucher hätte in diesen Gesprächen seine Kündigung zurückgenommen.

³² Verbraucherbraucherreport 2020. Bevölkerungsrepräsentative Umfrage im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, August 2020, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/09/22/verbraucherreport_2020_ergebnispraesentation.pdf, 27.10.2020.

³³ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 21, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020.

³⁴ Ebd.

³⁵ Ebd. S. 15.

³⁶ Daniel Schleidt: Kunden beschwerten sich. Die verlockenden Versprechen von Sky, 31.08.2020, https://m.faz.net/aktuell/rhein-main/verlockende-versprechen-von-sky-kunden-beschwerten-sich-16929428.amp.html?GEPIC=s9&premium=0xd2f7fed7e224e254de9ba06e8a90e91d&__twitter_impression=true, 28.10.2020.

Diese Fälle der automatischen Vertragsverlängerungen sind aus Sicht der Verbraucher besonders schmerzhaft und ärgerlich, da sie die notwendigen Schritte zur Kündigung eines nicht mehr gewollten Vertrags gegangen sind und dennoch weiterhin für etwas zahlen müssen, das sie entweder nicht mehr brauchen oder für das es bessere Angebote gibt.

2.2 Das fordert der vzbv

Kündigungsprozesse müssen für Verbraucher einfacher, transparenter und sicherer gestaltet werden. Damit kann verhindert werden, dass Verbraucher sich in automatisch verlängerten Verträgen wiederfinden, obwohl sie daran denken, ihren Vertrag zu kündigen oder das sogar fristgerecht tun.

Die Kündigungsprozesse für Verbraucher entsprechend zu verbessern und somit denjenigen, die ihren Vertrag kündigen oder widerrufen wollen und das rechtzeitig tun, Sicherheit zu geben, kann mithilfe folgender zwei Maßnahmen gelingen:

- ❖ Anbieter müssen **eine automatisierte Eingangsbestätigung** auf alle E-Mails verschicken, die bei Ihnen über die auf der Homepage angegebene(n) E-Mail-Adresse(n) eingehen. Damit haben Verbraucher, die einen Vertrag per Mail kündigen oder widerrufen einen Nachweis darüber, dass Anbieter ihr Schreiben auch tatsächlich erhalten haben. Dadurch können die Fälle künftig vermieden werden, in denen Anbieter angeben, keine Mail vom Verbraucher erhalten zu haben. Für die Unternehmen selber bedeutet das Einrichten solcher Eingangsbestätigungen keinen nennenswerten Aufwand. Eine solche automatische Eingangsbestätigung befürworten auch 95 Prozent aller Verbraucher.³⁷
- ❖ Eine Vertragskündigung muss in Zukunft genauso einfach möglich sein wie ein Vertragsabschluss, das heißt die Willenserklärung einen Vertrag aufzulösen darf nicht komplizierter abzugeben sein, als die, einen Vertrag zu schließen. Verbraucher können online mit einem Klick Verträge abschließen, oft ist Verbrauchern jedoch nicht auf den ersten Blick ersichtlich, auf welchem Wege sie einen Vertrag kündigen können. Dies sollte überall dort, wo Verträge online mit einem Klick abgeschlossen werden können, mithilfe eines „**Kündigungs-Buttons**“ möglich sein. Auch hier ist kein nennenswerter Mehraufwand für die betroffenen Unternehmen zu erwarten. Eine entsprechende Verpflichtung für Unternehmen würden neun von zehn Verbrauchern (90 Prozent) begrüßen.³⁸

³⁷ Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 24, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020.

³⁸ Ebd. S. 25.

KÜNDIGUNGSPROZESSE EINFACH UND SICHER GESTALTEN

Komplizierte und intransparente Kündigungsprozesse können Verbraucher daran hindern, einen nicht mehr gewollten Vertrag erfolgreich zu kündigen. Das wiederum sorgt dafür, dass Verbraucher weiterhin an Verträge gebunden sind, obwohl sie diese entweder gar nicht mehr wollen oder brauchen oder möglicherweise bessere Angebote auf dem Markt verfügbar sind. **Kündigungsprozesse, die Verbrauchern das Kündigen erschweren, sind damit sowohl Kostenfallen als auch wettbewerbsfeindlich.** Die Einführung einer **automatischen Eingangsbestätigung** für Kündigungen und Widerrufe per E-Mail sowie das Einrichten eines **Kündigungs-Buttons auf Webseiten** wären **zwei unkomplizierte Maßnahmen**, um den Kündigungsprozess für Verbraucher einfacher und sicherer zu gestalten.

3. ERGÄNZENDE MAßNAHMEN

3.1 Kündigungsfristen und Erstlaufzeiten

Für Verbraucher ist es immer wieder ärgerlich, wenn sich ein Vertrag wegen der langen Kündigungsfrist von drei Monaten um ein weiteres Jahr verlängert. Auch die zweijährige Erstlaufzeit entpuppt sich im Alltag der Verbraucher immer wieder als zu lang. Danach befragt, ob Verbraucher eher lange Vertragslaufzeiten bevorzugen, um sich für eine gewisse Zeit nicht mehr mit dem Vertrag beschäftigen zu müssen oder aber ihnen eine kürzere Vertragslaufzeit wichtiger ist, um im Falle besserer Angebote oder Unzufriedenheit mit der Leistungserbringung der Anbieter schneller wechseln können, ist die Präferenz der Verbraucher eindeutig: Sieben von zehn Verbrauchern (70 Prozent) ist eine kurze Vertragslaufzeit wichtiger als eine lange Laufzeit, während eine lange Vertragslaufzeit nur gut einem Viertel (26 Prozent) der Verbraucher wichtiger ist.³⁹

Dies betrifft neben Telekommunikationsverträgen⁴⁰ vor allem Aktivitäten im Freizeitbereich wie Sport- und Musikunterricht. Trotz Krankheit oder Umzug werden Verbraucher häufig nicht aus ihrem Vertrag entlassen. Andere Beispiele betreffen den qualitativ minderwertigen oder schlicht nicht mehr benötigten (Sport- und Musik-) Unterricht für Kinder oder etwa Abonnements von Zeitungen und Zeitschriften.

Zweifelloos muss es hier ein Mindestmaß an Planungssicherheit für alle Beteiligten geben. Diese rechtfertigt aber nicht, dass Familien über lange Zeiträume an Verträge gebunden sind, die unzureichend erfüllt oder schlicht nicht mehr in Anspruch genommen werden können.

³⁹ Ebd. S. 26.

⁴⁰ Die beschriebene Problematik muss im Bereich der Telekommunikation im Zuge der nationalen Umsetzung des Europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation umgesetzt werden. Hier liegt bisher nur ein Diskussionsentwurf des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und des Bundesministeriums für Verkehr und Digitale Infrastruktur vor (Stand 09.11.2020).

VERKÜRZUNG DER KÜNDIGUNGSFRISTEN UND DER ERSTLAUFZEITEN

Damit Verbraucher Verträge schneller kündigen können, sollten die Kündigungsfristen von derzeit drei Monaten auf einen Monat verkürzt werden. Auch die Erstlaufzeit sollte verkürzt werden. Priorität sollte jedoch auf der Verkürzung des Zeitraums automatischer Vertragsverlängerung liegen, dies sieht auch die relative Mehrheit der Verbraucher so.⁴¹

⁴¹ Danach befragt was für sich am wichtigsten ist, nannten 38 Prozent die Verkürzung der automatischen Verlängerung, 33 Prozent die Verkürzung der Kündigungsfrist nach der Erstlaufzeit und nur 23 Prozent die Verkürzung der Erstlaufzeit als wichtigsten Aspekt in Bezug auf Verträge. Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 2020, S. 27, https://www.vzbv.de/system/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, 05.11.2020.