

MEHR TRANSPARENZ AUF ON- LINE-MARKTPLÄTZEN UND STÄR- KERER SCHUTZ BEI UNERBETE- NEN HAUSTÜR BESUCHEN

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V. (vzbv) zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des BGB und des EGBGB in Umsetzung der EU-Modernisierungsrichtlinie

30. November 2020

Impressum

Verbraucherzentrale

Bundesverband e.V.

Team

Recht-und-Handel

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

team@vzbv.de

INHALT

ZUSAMMENFASSUNG	3
I. ONLINE-MARKTPLÄTZE TRANSPARENTER GESTALTEN	5
1. Ranking-Hauptparameter dürfen nicht versteckt werden	5
2. Kooperationen offenlegen.....	5
3. Unternehmereigenschaft prüfen	6
II. BESSERER SCHUTZ VOR UNERWÜNSCHTEN HAUSTÜRBESUCHEN	6
1. Verlängerung der Widerrufsfrist auf 30 Tage	7
2. Erhalt des Widerrufsrechts nach erbrachter Dienstleistung bei unbestellten Haustürbesuchen	8
3. Keine Verpflichtung zur Sofortzahlung an der Haustür.....	8
4. Erlöschen des Widerrufsrechts bei bestellten Haustürbesuchen ist kritisch	9

ZUSAMMENFASSUNG

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bedankt sich für die Gelegenheit zur Stellungnahme. Der vzbv wertet die vorliegende Umsetzung der vertragsrechtlichen Aspekte der Richtlinie 2019/2161/EU („Modernisierungsrichtlinie“)¹ grundsätzlich als positiv. Insbesondere die neu eingeführten **Informationspflichten für Betreiber von Online-Marktplätzen** werden zu einer Verbesserung im Verbraucherschutz führen. Online-Marktplätze genießen hohes Vertrauen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern² und sind für den schnellen Online-Einkauf sehr beliebt. Auf komplexen Märkten mit einer Vielzahl an Anbietern, Produkten und Tarifen können zudem Vergleichsportale Verbrauchern bei der Orientierung und Information helfen. Diese Portale sind oft essentieller Bestandteil einer Kaufentscheidung. Zunehmend bieten Vergleichsportale nicht ausschließlich einen Vergleich von Produkten und Dienstleistungen an, sondern auch eine direkte Buchungs- und Kaufmöglichkeit. Das Durchschauen der Geschäftsmodelle der Vergleichsportale ist für Verbraucher allerdings schwierig. Echte Nutzerbewertungen sind zudem nicht zuverlässig unterscheidbar von gekauften oder manipulierten Bewertungen. Mit den neu eingeführten Transparenzpflichten kann ein Teil der Intransparenz für Verbraucher aufgelöst werden.

So sollen Online-Marktplätze zukünftig folgende Informationen beim Online-Kauf mitteilen:

- die Hauptparameter des angezeigten Rankings und ihre relative Gewichtung,
- die Anbieter, die er in ein Ranking mit einbezieht,
- ob es sich bei dem Anbieter nach dessen eigener Angabe um einen Unternehmer handelt und wenn nein, dass viele Verbraucherrechte nicht gelten,
- gegebenenfalls, dass der Anbieter und der Online-Marktplatz wirtschaftlich verbunden sind,
- wenn Tickets weiterverkauft werden, den ursprünglichen vom Veranstalter festgelegten Preis.

Die Modernisierungsrichtlinie lässt zu, dass Mitgliedstaaten auf nationaler Ebene mehr Transparenzpflichten für Online-Marktplätze einführen (Art. 4 Nr. 5 der EU-Modernisierungsrichtlinie). Hiervon macht der Referentenentwurf Gebrauch, was der vzbv ausdrücklich begrüßt. Bedauerlicherweise nutzt der Gesetzgeber den Spielraum aber nicht vollständig, so dass Verbrauchern nicht die ganze Entscheidungsgrundlage gegeben wird, die sie für die Nutzung der Plattform berechtigterweise brauchen. Der vzbv fordert daher, dass ein Teil der Informationspflichten konkreter und effektiver gefasst wird.

¹ Richtlinie (EU) 2019/2161 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. November 2019 zur Änderung der Richtlinie 39/13/EWG des Rates und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union.

² 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.

Dazu gehört, dass

- ❖ Ranking-Hauptparameter nicht versteckt werden dürfen,
- ❖ Kooperationen zwischen Plattformen offengelegt werden und
- ❖ die Unternehmereigenschaft geprüft wird.

Neben der Transparenz von Online-Marktplätzen fordert der vzbv einen **besseren Schutz der Verbraucher vor Belästigung und Abzocke an der Haustür und bei sogenannten „Kaffeefahrten“**. Die Modernisierungsrichtlinie gibt den Mitgliedstaaten mehr Regelungsfreiheit, um Verbraucher effektiver vor unerwünschten Verträgen und Kostenfallen außerhalb von Geschäftsräumen zu schützen.³ Der vzbv fordert, diesen Handlungsspielraum mit Blick auf Haustürgeschäfte und Kaffeefahrten zielorientiert zu nutzen.⁴

Die Verbraucherzentralen verzeichnen einen anhaltenden Beratungsbedarf wegen Problemen bei Haustürgeschäften.⁵ Quantitativ auffällig sind vor allem Dienstleistungen rund um Telekommunikation, Fernsehen und „Komplettpakete“. Rechtlich geht es vor allem um untergeschobene Verträge und Probleme bei der Durchsetzung des Widerrufsrechts. Immer wieder betroffen sind auch besonders schutzbedürftige Bevölkerungsgruppen (zum Beispiel Rentner oder Geflüchtete). Neben Problemen bei der Vertragsauflösung betreffen Beschwerden insbesondere aufgedrängte Dienstleistungen und Waren zu überhöhten Preisen. Eine aktuelle repräsentative Umfrage im Auftrag des vzbv 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 (49 Prozent) wünscht sich eine Verlängerung der Widerrufsfrist bei Vertragsabschlüssen an der Haustür oder auf einer Kaffeefahrt über 14 Tage hinaus. Um Abzocke und Kostenfallen an der Haustür effektiv einzudämmen und den berechtigten Erwartungen der Verbraucher zu entsprechen, fordert der vzbv, die neuen Öffnungsklauseln und die verbleibende Regelungsaunomie im allgemeinen Vertragsrecht gezielt für folgende Änderungen im BGB zu nutzen:

- ❖ Verlängerung der Widerrufsfrist auf 30 Tage
- ❖ Erhalt des Widerrufsrechts bei unbestellten Haustürbesuchen auch nach erbrachter Dienstleistung
- ❖ Keine Verpflichtung zur Sofortzahlung an der Haustür
- ❖ Erlöschen des Widerrufsrechts bei bestellten Haustürbesuchen ist kritisch

³ Richtlinie 2019/2161/EU vom 27.11.2019, Artikel 4 Nr. 8 und Nr. 12 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU („Verbraucherrechterichtlinie“).

⁴ Der hier geschaffene Handlungsspielraum der Mitgliedstaaten bezieht sich sowohl auf das Lauterkeits- und Gewerbe-recht (Richtlinie 2005/29/EG) wie auch auf das Vertragsrecht (Richtlinie 2011/83/EU („Verbraucherrechterichtlinie“)). Diese Stellungnahme beschränkt sich dem vorliegenden Referentenentwurf folgend auf den vertragsrechtlichen Teil und die insoweit in der Verbraucherrechterichtlinie geschaffenen politischen Handlungsoptionen.

⁵ Für das Jahr 2018 wurden bundesweit 6.184 Beschwerden erfasst und für das Jahr 2019 bundesweit ohne NRW 4.286 Beschwerden.

⁶ Repräsentative Bevölkerungsumfrage der forsa im Auftrag des vzbv von November 2020, verfügbar unter https://www.vzbv.de/sites/default/files/btw2017-downloads/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf

I. ONLINE-MARKTPLÄTZE TRANSPARENTER GESTALTEN

Der vzbv fordert, einen Teil der Informationspflichten für Online-Marktplätze konkreter und effektiver zu fassen.

1. RANKING-HAUPTPARAMETER DÜRFEN NICHT VERSTECKT WERDEN

Die Pflicht zur Offenlegung der Ranking-Hauptparameter (Artikel 246d § 1 Nr. 1 EGBGB-E) verspricht, für Verbraucher den Umgang mit Rankings transparenter und nachvollziehbarer zu gestalten. Das ist für einen fairen Wettbewerb sowie für angemessene Konsumententscheidungen unerlässlich.

DER VZBV FORDERT:

Der Online-Marktplatz, der ein Ranking anbietet, muss ausdrücklich verpflichtet werden, alle eingeflossenen Kriterien und ihre Gewichtung an prominenter Stelle in unmittelbarer Nähe zum Ranking selbst transparent zu machen. Diese Information muss aus sich heraus nachvollziehbar sein. Daneben muss für die Darstellung die gleiche Aufmachung (v.a. Schriftgröße) verwendet werden wie für die Hauptinformationen des dargestellten Rankings.

Zu den Hauptparametern muss zudem in jedem Fall zählen, wenn das Ranking aufgrund von Provisions- oder sonstigen Geldzahlung beeinflusst wurde.

2. KOOPERATIONEN OFFENLEGEN

Wollen Verbraucher sich aus mehreren Quellen informieren, erscheint naheliegend, die Ergebnisse mehrerer Transaktionsplattformen miteinander zu vergleichen. Verschmelzungen und Kooperationen unter Portalen führen aber dazu, dass unterschiedliche Rankings das gleiche oder ähnliche Ergebnisse produzieren, ohne dass eine Verflechtung der Vergleichsanbieter transparent gemacht wird.⁷ Dadurch kann der Verbraucher die Qualität eines Rankings nicht nur kaum verlässlich überprüfen, sondern es ergibt sich für ihn auch ein falsches Bild weitreichender Einhelligkeit bei der Beurteilung des für ihn relevanten Marktes. Das stellt eine unfaire Verzerrung aufseiten vieler Online-Marktplätze dar. Daneben geben viele Anbieter von Rankings derzeit nicht an, wie es um die Marktabdeckung ihres Vergleichs bestellt ist. Beispielsweise nimmt einer der größten deutschen Versicherungsanbieter, die HUK-COBURG, grundsätzlich nicht am Ranking auf Vergleichsportalen teil.⁸ Damit erhält der Verbraucher wichtige Informationen über den Umfang des Vergleichsangebots und die Marktstruktur, die bei der Auswahl durchaus den Ausschlag ausgeben können, nicht – oder erst, nachdem er sich bereits mit einigem Aufwand auf ein Vergleichsportal eingelassen hat.

Der vzbv begrüßt daher ausdrücklich, dass der Referentenentwurf über die Transparenzpflichten der Modernisierungsrichtlinie hinausgeht. Mit der Einführung der Pflicht, über die in den Vergleich mit einbezogenen Anbieter zu informieren (Artikel 246d § 1

⁷ Vgl. auch die Sektoruntersuchung Vergleichsportale des Bundeskartellamts vom 11.04.2019, abrufbar unter https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Sektoruntersuchungen/Sektoruntersuchung_Vergleichsportale_Bericht.pdf (abgerufen am 11.11.2020).

⁸ Pressemitteilung der HUK-COBURG vom 26.09.2017, abrufbar unter <https://www.huk.de/presse/nachrichten/aktuelles/ausstieg-vergleichsportale.html>

Nr. 2 EGBGB-E), sowie der Pflicht, über wirtschaftliche Verbindungen zwischen Plattform und Anbieter hinzuweisen (Artikel 246d § 1 Nr. 3 EGBGB-E) greift der Entwurf Forderungen des Bundeskartellamts (BKartA) sowie des vzbv auf und verbessert das Verbraucherschutzniveau gegenüber dem europäischen Mindeststandard.

Allerdings reicht es nicht aus, nur auf wirtschaftliche Verflechtungen zwischen Plattform und Anbieter hinzuweisen. Kritikpunkt sowohl des BKartA als auch des vzbv war, dass Verflechtungen zwischen mehreren Ranking-Anbietern, die ggf. auch den gleichen Vergleichsalgorithmus nutzen, verborgen bleiben. Diese Informationspflicht sollte daher noch ergänzt werden.

DER VZBV FORDERT:

Online-Marktplätze müssen auch über wirtschaftliche Verbindungen zwischen unterschiedlichen Online-Marktplätzen informieren.

3. UNTERNEHMEREIGENSCHAFT PRÜFEN

Mit Artikel 246d § 1 Nr. 4 EGBGB-E setzt der Referentenentwurf die Pflicht aus der Modernisierungsrichtlinie um, dass Online-Marktplätze über die Unternehmereigenschaft eines Anbieters nach dessen eigenen Angaben informieren müssen.

Es ist aus Sicht des vzbv jedoch nicht sachgerecht, wenn Online-Marktplätze nur die Eigenerklärung des Anbieters weitergeben. Ein Online-Marktplatz kann ohne weiteres eine Plausibilitätsprüfung bezüglich der Unternehmereigenschaft eines Anbieters anstellen. Als Kriterien können dabei beispielsweise die Anzahl der eingestellten Angebote über eine gewisse Zeit oder der erzielte Umsatz sein.

Wenn die Aktivität eines Anbieters darauf hinweist, dass er – anders als selbst erklärt – ein Unternehmer ist, muss der Online-Marktplatz verpflichtet sein, auch darüber zu informieren. Dies stellt eine vernachlässigbare Mehrbelastung des Onlinemarktplatzes dar, bietet aber einen wichtigen zusätzlichen Schutz für Verbraucher vor betrügerischen Anbietern.

DER VZBV FORDERT:

Bei der Nutzung eines Online-Marktplatzes durch einen Anbieter erhält der Online-Marktplatz über die ohnehin anfallenden Daten einen gewissen Einblick, wie plausibel die Selbsteinstufung des Anbieters als Unternehmer oder Verbraucher ist. Ergeben sich auf dieser Grundlage Zweifel an der Richtigkeit der Selbsteinstufung, muss auch darüber informiert werden.

II. BESSERER SCHUTZ VOR UNERWÜNSCHTEN HAUSTÜR-BESUCHEN

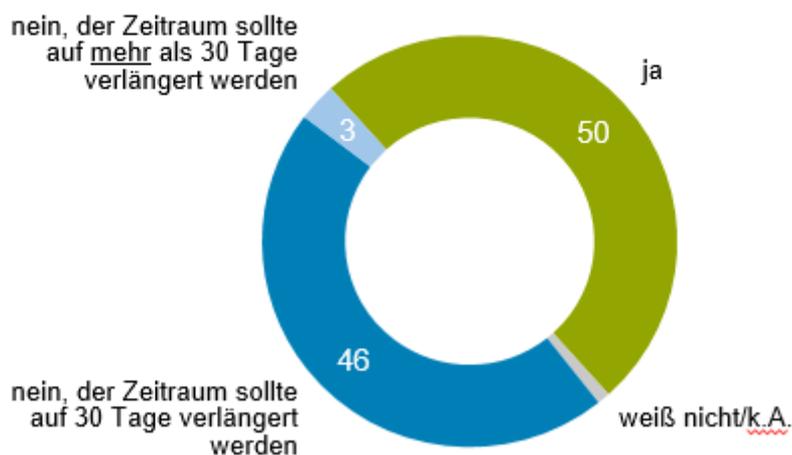
Um Abzocke und Kostenfallen an der Haustür effektiv einzudämmen und den berechtigten Erwartungen der Verbraucher zu entsprechen, fordert der vzbv, die neuen Öffnungsklauseln und die verbleibende Regelungsautonomie im allgemeinen Vertragsrecht gezielt zu nutzen.

1. VERLÄNGERUNG DER WIDERRUFSFRIST AUF 30 TAGE

Bislang haben Verbraucher bei Verträgen außerhalb von Geschäftsräumen, wie Haustürgeschäften und Kaffeefahrten, ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Diese Frist ist in der Praxis häufig zu kurz, um das Widerrufsrecht wirksam nutzen zu können. Die Modernisierungsrichtlinie erweitert die Widerrufsfrist für Geschäfte außerhalb von Geschäftsräumen optional auf 30 Tage (Artikel 4 Nr. 8 RL 2019/2161/EU in Verbindung mit Artikel 9 Absatz 1a RL 2011/83/EU). Diese Möglichkeit muss der deutsche Gesetzgeber unbedingt nutzen, um benachteiligte Verbrauchergruppen besser vor Vertragsfallen an der Haustür und auf Kaffeefahrten zu schützen.

Nach einer aktuellen, repräsentativen Umfrage des forsa im Auftrag des vzbv wünschen sich 46 Prozent der Befragten eine Verlängerung des Widerrufsrechts.⁹

Es halten 14 Tage für ausreichend ...



Opfer von Kostenfallen werden oft schutzwürdige Verbraucher, die die rechtlichen und wirtschaftlichen Folgen eines Vertragsschlusses nicht erkennen und auf Hilfe angewiesen sind. Die 14-tägige Widerrufsfrist ist hierfür aber oft zu kurz: Wenn Opfer einer Kostenfalle durch Angehörige oder in der Verbraucherberatung Hilfe erhalten, ist die nur zweiwöchige Frist häufig schon abgelaufen. Zudem behaupten Anbieter immer wieder, der Widerruf habe sie nicht erreicht. Auch ein Nachhaken oder wiederholtes Widerrufen ist während der kurzen Frist oft nicht möglich. Vor diesem Hintergrund sollte der deutsche Gesetzgeber unbedingt von der neuen unionsrechtlichen Möglichkeit Gebrauch machen und die Widerrufsfrist auf 30 Tage verlängern.

DER VZBV FORDERT:

Die Widerrufsfrist für Verträge, die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen wurden, ist auf 30 Tage anzuheben.

⁹ Kostenfallen, 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).

2. ERHALT DES WIDERRUFSRECHTS NACH ERBRACHTER DIENSTLEISTUNG BEI UNBESTELLTEN HAUSTÜRBEsuchEN

Bei Verträgen über Dienstleistungen, die anlässlich unbestellter Haustürbesuche geschlossen werden, ist das Widerrufsrecht auch dann beizubehalten, wenn eine Dienstleistung vollständig erbracht worden ist. Die Interessen des Unternehmers an einer fairen und marktüblichen Vergütung sind dann über die Wertersatzregelung zu wahren.

Viele Dienstleistungen, die an der Haustür angeboten werden, sind überteuert und objektiv nicht erforderlich. Häufig handelt es sich dabei um vorgetäuschten Handlungsbedarf beispielsweise für Dachreparaturen, Rohrreinigungen oder Insektenvertilgung. Wird die Dienstleistung dann an Ort und Stelle erbracht, erlischt das Widerrufsrecht und Verbraucher bleiben auf hohen, unnötigen Kosten sitzen.

Die Modernisierungsrichtlinie ermöglicht es, das Widerrufsrecht bei unerbetenen Besuchen entgegen der jetzigen Regelung (§ 356 Absatz 4 BGB) auch bei vollständig erbrachter Dienstleistung zu erhalten.¹⁰ Diese Ausnahmeregelung ist zu nutzen, um Verbrauchern bei Überrumpelung an der Haustür auch nach Erbringung unbestellter und stark überteuerter Dienstleistungen ein Widerrufsrecht einzuräumen.

Ein Widerruf würde den Vergütungsanspruch des Unternehmers nicht ersatzlos erlöschen lassen, sondern zu einem Wertersatzanspruch in Höhe der vereinbarten Vergütung führen (§ 357 Absatz 8 Satz 4). Nur im Falle eines unverhältnismäßig hohen Preises würde der Ersatzanspruch auf eine marktübliche Höhe reduziert (§ 357 Absatz 8 Satz 5 BGB). Die hier geforderte Änderung würde deshalb nur unseriöse Anbieter, die Wucherpreise verlangen, treffen.

Wichtig: Die Öffnungsklausel und die hier geforderte Änderung bezieht sich nur auf unerbetene, überraschende Haustürbesuche. Auf bestellte Handwerkerbesuche, bei denen lediglich eine Erweiterung der zu leistenden Arbeiten vereinbart werden, würde die Regelung deshalb keine Anwendung finden.

DER VZBV FORDERT:

Das Widerrufsrecht bei unbestellten Haustürgeschäften muss auch dann erhalten bleiben, wenn eine Dienstleistung vollständig erbracht wurde.

3. KEINE VERPFLICHTUNG ZUR SOFORTZAHLUNG AN DER HAUSTÜR

Bei unerbetenen Haustürbesuchen und Kaffeefahrten ist dem Unternehmer ausdrücklich zu untersagen, vom Verbraucher sofortige Bezahlung zu verlangen. Stattdessen ist eine übliche vertragliche Zahlungsfrist einzuräumen. Immer wieder verlangen Dienstleister bei Hausbesuchen deutlich überzogene Preise und setzen Verbraucher unter Druck, die Zahlung sofort zu leisten. Die Rückabwicklung nach einem – oftmals strittigen – Widerruf scheitert häufig an den Schwierigkeiten, das Geld zurückzuholen.

Neben den oben unter Punkt 2. genannten Dienstleistungen werden auch für Waren teilweise stark überhöhte Preise sowie deren sofortige Bezahlung verlangt. Mediale

¹⁰ Richtlinie 2019/2161/EU, Artikel 4 Nr. 12 b) zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU, Artikel 16.

Aufmerksamkeit erlangten etwa Betrugs- und Wucherfälle, in denen Bücher als angebliche Geldanlagen¹¹ oder große Mengen Wein zu erheblich überhöhten Preisen¹² verkauft wurden.

Um es Verbrauchern zu erleichtern, Bar- und Sofortzahlungen abzulehnen, sollte der Gesetzgeber für unbestellte Haustürbesuche ein generelles Sofortzahlungsverbot vorsehen. Dieses müsste sowohl vertragsrechtlich im BGB wie auch lauterkeitsrechtlich im UWG abgesichert werden.

Vertragsrechtlich wäre zu untersagen, Sofortzahlungen zu vereinbaren. *Wettbewerbsrechtliches* wäre zu untersagen, Verbraucher unter Zahlungsdruck zu setzen.

Auch wenn ein gesetzliches *Zahlungsverbot* während der Widerrufsfrist unionsrechtlich unzulässig ist,¹³ besteht keine Vorgabe, sofortige (Bar)Zahlungsverlangen des Unternehmers zuzulassen. Ein unionsrechtlich zulässiger Mittelweg könnte darin liegen, lediglich Sofortzahlungsverlangen zu untersagen, aber im Anschluss eine Zahlung mit einem regulären Zahlungsziel per Überweisung – auch vor Ablauf der Widerrufsfrist – zu ermöglichen. Soweit dies für erforderlich gehalten wird, könnten Barzahlungen in geringerer Höhe durch eine Bagatellgrenze ausgenommen werden.

DER VZBV FORDERT:

Bei unbestellten Haustürbesuchen und auf Kaffeefahrten dürfen Verbraucher nicht unter Zahlungsdruck gesetzt werden. Verpflichtungen von Sofortzahlungen und Ausübung von Zahlungsdruck sind wirksam zu untersagen.

4. ERLÖSCHEN DES WIDERRUFSRECHTS BEI BESTELLTEN HAUSTÜRBE-SUCHEN IST KRITISCH

Im Referentenentwurf ist vorgesehen, dass das Widerrufsrecht für Dienstleistungen bei bestellten Haustürbesuchen auch dann in Bezug auf zusätzlich zu erbringende Dienstleistungen erlischt, wenn der Verbraucher zuvor nicht über das Erlöschen belehrt wurde (§ 356 Absatz 4 Nummer 3 BGB-E). Diese Regelung beruht auf einer Öffnungsklausel in der Modernisierungsrichtlinie, die es den Mitgliedstaaten erlaubt, das Widerrufsrecht unter entsprechend erleichterten Bedingungen erlöschen zu lassen.¹⁴

Diese Regelung sieht der vzbv kritisch. Grundsätzlich ist anzumerken, dass eine Belehrung über den Verlust des Widerrufsrechts einerseits sinnvoll ist, um den Verbraucher noch einmal ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass ein Widerruf im Einzelfall nicht mehr möglich sein wird. Aber auch für den Unternehmer erscheint eine solche Hinweispflicht nicht überzogen. Ein vom Verbraucher bestellter Unternehmer muss sich bei Erbringung zusätzlicher Dienstleistungen auch nach dem Referentenentwurf (§ 356 Absatz 4 Nummer 2 a) BGB-E) weiterhin die Zustimmung dieses Verbrauchers für die sofortige Ausführung bestätigen lassen, so dass ein Hinweis auf die Rechtsfolge - Verlust

¹¹ „Fünf Kilo Buch – Vertreter drehen Senioren vorgeblich wertvolle Schriften an. Der Schaden geht in die Millionen“ in Der Spiegel, Nr. 10/2020, Seite 48 f.

¹² „Berliner Firma zieht Rentner mit Wucher-Wein über den Tisch, rbb, 30.09.2019, <https://www.rbb24.de/wirtschaft/beitrag/2019/09/berlin-brandenburg-wein-wucher-weinkurhaus.html>

¹³ Artikel 9 Absatz 3 Richtlinie 2011/83/EU („Verbraucherrechterichtlinie“)

¹⁴ Artikel 4 Nr. 12 b) Unterabsatz 2 Richtlinie 2019/2161/EU (Modernisierungsrichtlinie) zur Änderung von Artikel 16 Absatz 1 Richtlinie 2011/83/EU („Verbraucherrechterichtlinie“)

des Widerrufsrechts - an dieser Stelle keinen zusätzlichen Aufwand erfordert und damit ebenfalls zuzumuten ist.

Aus Sicht des vzbv liegt die Priorität bei der Regulierung von Haustürgeschäften aber im Bereich der unbestellten Haustürbesuche. Soweit der Gesetzgeber in diesem Bereich unter Hinweis auf die politische Vereinbarung einer „1:1-Umsetzung“ Regelungen zugunsten der Verbraucher ablehnt, ist nicht nachvollziehbar, wie eine entsprechende Verschärfung zulasten der Verbraucher zu rechtfertigen ist.

Die hier im Referentenentwurf vorgesehene Regelung zulasten des Widerrufsrechts der Verbraucher beruht ebenso auf einer optionalen Öffnungsklausel in Artikel 4 der Modernisierungsrichtlinie wie die in dieser Stellungnahme geforderte Verlängerung der Widerrufsfrist und die Erhaltung des Widerrufsrechts bei unbestellten Haustürbesuchen. Von letzteren wird unter Hinweis auf die politische Vereinbarung einer 1:1-Umsetzung kein Gebrauch gemacht, während die unternehmerfreundliche Option umgesetzt wird.

Diese Argumentation ist nicht nachvollziehbar. Wenn aus Sicht der Bundesregierung gute Gründe für eine Besserstellung von Handwerkern in Bezug auf das in Frage stehende Erlöschen des Widerrufsrechts bei bestellten Haustürbesuchen sprechen, müssen gute Gründe, die einen besseren Schutz vor Vertragsfallen bei unbestellten Besuchen bieten, ebenfalls zu geeigneten gesetzgeberischen Maßnahmen führen.

DER VZBV FORDERT:

Der vzbv sieht ein Erlöschen des Widerrufsrechts bei zusätzlichen Leistungen im Rahmen von bestellten Haustürbesuchen kritisch. Wenn insoweit zulasten der Verbraucher von der Öffnungsklausel in der Modernisierungsrichtlinie Gebrauch gemacht wird, muss dies auch für die entsprechenden Öffnungsklauseln zugunsten eines besseren Schutzes der Verbraucher vor unbestellten Haustürbesuchen gelten.