



verbraucherzentrale

Bundesverband

Recht durchsetzen – Verbraucher stärken

Möglichkeiten und Grenzen kollektiver Klageinstrumente

Herausgeber

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin
Tel.: (030) 258 00-0
Fax: (030) 258 00-2 18
info@vzbv.de

Für den Inhalt verantwortlich

Gerd Billen, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V.

Gestaltung und Redaktion

neues handeln GmbH

Text

Helke Heidemann-Peuser

Fachliche Betreuung

Jutta Gurkmann, Kerstin Hoppe, Dr. Thorsten Kasper, Dieter Lang, Manfred Westphal

Koordination

Christian Fronczak, Ileana von Puttkamer

Fotos/Bildnachweise

© Titel: Dana Fry, Icons; S. 8-17: browndogstudios, S. 28 links: spxChrome, S. 28 rechts: Alexander Raths / istockphoto.com; S. 3, 27: Mark Henckel / flickr.com; S. 4: SFC, S. 5: r.nagy, Polaroidzeichnung S. 8-28: Christoph Weihs, S. 11 links: Lars Christensen, S. 12: Lucertolone, S. 4 links: cindy xiao, S. 14 rechts: Adisa / shutterstock.com; S. 8: Konstantin Sutyagin, S. 10: Prodakszyn, S. 25: Fontanis / Fotolia.com; S. 11 rechts: Dominik Schwarz / photocase.com; S. 13: neues handeln; S. 16: vzbv

Druck

Druckhaus Berlin-Mitte

Stand

Januar 2011

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier

© 2011 Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Die Stimme der Verbraucher

Recht durchsetzen – Verbraucher stärken

Möglichkeiten und Grenzen kollektiver Klageinstrumente

4	Wie Verbraucherzentralen das Recht der Verbraucher durchsetzen
6	Unterlassungsansprüche
8	Unlautere Werbung
9	Unzulässige Allgemeine Geschäftsbedingungen
10	Verletzung verbraucherschützender Vorschriften
11	Sonderfall grenzüberschreitende Rechtsdurchsetzung
13	Unterlassungsansprüche: Bewertung und Grenzen
14	Einziehung von Forderungen
16	Gewinnabschöpfung
17	Sonderfall Kartellrecht
18	Schlussfolgerungen und Forderungen
20	Checklisten
22	Wichtige Urteile
26	Wichtige Adressen





Wie Verbraucherzentralen das Recht der Verbraucher durchsetzen

Wenn die Zeitungen darüber berichten, dass ein neues Grundsatzurteil Rechte der Verbraucher gestärkt hat, geht dies häufig auf eine Klage zurück, die eine Verbraucherzentrale oder der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) erhoben haben. In welchen Fällen dies geschieht und auf welcher rechtlichen Grundlage die Verbraucherzentralen und der vzbv solche Prozesse führen, wird in dieser Broschüre genauer dargestellt. Sie richtet sich an Verbraucher wie an Vertreter der Wirtschaft, der Politik oder der Justiz. Aufgezeigt werden die Chancen, der Nutzen, aber auch die Grenzen der bestehenden kollektiven Klageinstrumente, die zum Einsatz kommen, um Verbraucherrechte durchzusetzen.

Wann werden Verbraucherorganisationen aktiv, welche Ressourcen haben sie?

Eine wesentliche Grundlage für Klageverfahren stellen Verbraucherbeschwerden dar. So berichten Verbraucher zum Beispiel, dass sie in ihrer Privatwohnung durch **Werbeanrufe** belästigt wurden oder dass ein Hochleistungscomputer zu einem Schnäppchenpreis beworben wurde, aber kurz nach Ladenöffnung schon nicht mehr zur Verfügung stand. Da die personellen und finanziellen Ressourcen der Verbraucherorganisationen beschränkt sind, können sie nicht jedem Verstoß nachgehen. Bei Rechtsfragen von grundsätzlicher Bedeutung führen sie deshalb eher Musterprozesse.

Die Verbraucherzentralen und der vzbv werden auch vorbeugend tätig, um individuelle Auseinandersetzungen möglichst gar nicht entstehen zu lassen. Schließt zum Beispiel ein Fitnesscenter in seinen **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** seine Haftung aus, oder ein Teledienste-Anbieter behält sich vor, die vertraglich vereinbarten Preise oder Leistungen einseitig zu ändern, können die Verbraucherorganisationen dafür sorgen, dass die Verträge geändert werden. So verhindern sie, dass ein Schaden beim Verbraucher überhaupt erst entsteht.

In einigen Fällen dienen die Verfahren auch dazu, für die Verbraucher **Rechtsklarheit** zu schaffen,

wenn das Gesetz unterschiedliche Auslegungen ermöglicht. Auf diese Weise bekommen die Klagen auch eine politische Bedeutung. Wenn die so erzielte Rechtsprechung Gesetzeslücken sichtbar macht, ist das ein wichtiger Hinweis für den Gesetzgeber, bestehende Vorschriften zu überarbeiten.

Wie viele Verfahren werden jährlich eingeleitet?

Der vzbv und die Verbraucherzentralen leiten zirka **1.200 bis 1.400 neue Verfahren** pro Jahr ein. Ein Großteil betrifft inzwischen Werbung im Internet, zum Beispiel verschleierte Preisangaben (Abofallen) oder unzureichende Widerrufsbelehrungen. Allein zirka 100 Abmahnungen im Jahr entfallen auf irreführende Werbung mit Testurteilen der Stiftung Warentest. Aber auch Lebensmittelwerbung oder irreführende Flugpreiswerbung ist häufig Gegenstand von wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsverfahren. Mehr als die Hälfte der Verfahren wird erfolgreich außergerichtlich erledigt, indem Unternehmen Unterlassungserklärungen abgeben. Ein Teil der Verfahren muss eingestellt werden, weil zum Beispiel Abmahnungen nicht zugestellt werden können, die Unternehmen insolvent sind oder die beanstandeten Internetseiten vor der Klageerhebung abgeschaltet wurden. In etwa 20 bis 25 Prozent der Fälle wird Klage erhoben.

Wer finanziert die Verbraucherarbeit?

Anders als in anderen Ländern ist die kollektive Rechtsdurchsetzung in Deutschland privatrechtlich organisiert. Die Arbeit des vzbv und der Verbraucherzentralen wird jedoch größtenteils aus öffentlichen Mitteln finanziert. Mit der institutionellen Förderung bringt der Staat sein Interesse zum Ausdruck, dass die Verbraucherzentralen und der vzbv ihre Aufgaben gut erfüllen können und die kollektive Rechtsdurchsetzung funktioniert. Da die Verbraucherorganisationen Steuermittel einsetzen, ist es wichtig, dass sie die Prozesskosten, die einen bestimmten Anteil der jährlichen Zuwendungen ausmachen, besonders sorgfältig einsetzen. In jedem Einzelfall wägen sie deshalb das Prozesskostenrisiko mit den Erfolgsaussichten oder dem Verbraucherinteresse an einer Klärung grundsätzlicher Rechtsfragen ab.

71 Prozent

von über 500 Internetangeboten, die der vzbv zwischen 2002 und 2003 untersucht hatte, verstießen gegen die gesetzlichen Informationspflichten, etwa durch fehlende oder schwer auffindbare Angaben zur Firma oder zum Bestellvorgang. Die Verstöße zogen sich quer durch alle Branchen.

Fast 80.000 Beschwerden zu unerlaubter Telefonwerbung erhielten die Verbraucherzentralen von März bis Ende November 2010.

71 Abmahnungen hat der vzbv an Verkäufer auf der Plattform ebay im Jahr 2007 ausgesprochen. Grund: Den Kunden werden wesentliche Verbraucherrechte wie das Widerrufsrecht oder das Gewährleistungsrecht vorenthalten, in einigen Fällen stimmten die Anbieterangaben nicht. Um die Verbraucherrechte zu umgehen, tarnten sich einige gewerbliche Anbieter als Privatverkäufer mit Hinweisen wie „Verkauf von Privat“.

Unterlassungsansprüche

Unterlassungsklagen sind das Kernstück kollektiver Rechtsdurchsetzung. Sie sind im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und im Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) geregelt und beziehen sich auf drei Anwendungsbereiche:

1. Das älteste Klagerecht der Verbraucherverbände ist die Unterlassungsklage wegen unlauterer Werbung. Sie wurde 1965 in das UWG übernommen, weil man erkannt hatte, dass unlauterer Wettbewerb nicht nur die Interessen der Mitbewerber berührt, sondern in den meisten Fällen auch die Verbraucher betroffen sind.

2. 1977 wurde das Klagerecht der Verbraucherverbände erweitert. Seitdem können sie mit der Unterlassungsklage auch gegen unzulässige Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) vorgehen. Dieses abstrakte Kontrollverfahren dient der Bereinigung des Geschäftsverkehrs: Unzulässige AGB sollen erst gar nicht in den Umlauf kommen.

3. Auf Betreiben der Verbraucherverbände wurde im Jahr 2000 die Unterlassungsklage auf Fälle ausgeweitet, bei denen verbraucherschützende Vorschriften verletzt werden. Von diesem Klagerecht haben die Verbraucherzentralen in den letzten Jahren verstärkt Gebrauch gemacht.

Verfahrensablauf

1 Abmahnung

Wie läuft ein außergerichtliches Unterlassungsverfahren ab?

Am Anfang steht eine Abmahnung. Mit ihr wird ein Unternehmen aufgefordert, zum Beispiel eine beanstandete Werbung zukünftig zu unterlassen. Außerdem muss das Unternehmen eine strafbewehrte Unterlassungserklärung unterschreiben. Wenn sich das Unternehmen nicht an sein Unterlassungsversprechen hält, muss es die definierte Vertragsstrafe zahlen. Die strafbewehrte Erklärung dient also dazu, die Wiederholungsgefahr zu beseitigen. Das Unternehmen kann seine Ernsthaftigkeit unterstreichen, und der Abmahnende hat von Anfang an eine Sanktionsmöglichkeit in der Hand.

Gibt das Unternehmen die Unterlassungserklärung ab, ist das Verfahren außergerichtlich erledigt.

Verfahrensablauf

2 Vertragsstrafe

Verbraucherzentralen können mit einem Blick in ihre Datenbank prüfen, ob ein bestimmtes Unternehmen bereits in einem weiteren Fall eine Unterlassungserklärung abgegeben hat. Hat eine andere Verbraucherzentrale das Unternehmen wegen des gleichen Wettbewerbsverstößes bereits abgemahnt, kann der neue Fall mit Zustimmung des Verbrauchers an die abmahnende Verbraucherzentrale weitergeleitet werden. Diese gleicht die neue Beschwerde mit der Unterlassungserklärung ab. Wenn die Beweise ausreichen, kann sie die Firma auffordern, die in der Unterlassungserklärung übernommene Vertragsstrafe von beispielsweise 5.000 Euro an sie zu zahlen. Weigert sich das Unternehmen, kann die Verbraucherzentrale Zahlungsklage erheben.

3 Unterlassungsklage

Verfahrensablauf

Wenn ein Unternehmen eine Unterlassungserklärung verweigert, kann die Frage vor Gericht geklärt werden.

Das Gericht kann dem Unternehmen untersagen, künftig in der beanstandeten Form zu werben oder unwirksame Vertragsklauseln zu verwenden. Eingangsstanz für die Klage ist zunächst das Landgericht, in dessen Bezirk der Beklagte seine gewerbliche Niederlassung hat. Außerdem ist das Gericht zuständig, in dessen Bezirk die wettbewerbswidrige Handlung begangen worden ist. Wird also zum Beispiel eine Gewinnspielwerbung aus dem Ausland geschaltet, die an einen Verbraucher in Berlin gelangt, so ist in diesem Fall auch das Landgericht Berlin zuständig. Ein Unterlassungsprozess kann unter Umständen über drei Instanzen bis zum Bundesgerichtshof (BGH) geführt werden. Die Verfahrensdauer beträgt dann zirka drei bis vier Jahre.

4 Prozesskosten

Verfahrensablauf

Die Prozesskosten trägt die unterlegene Partei. Ihre Höhe richtet sich nach dem Streitwert. Bei wettbewerbsrechtlichen Auseinandersetzungen beträgt er durchschnittlich 15.000 Euro. Die Verbraucherzentralen verfügen, sofern sie selbst abmahnen, über einen eigenen Prozesskostenfonds. Beim vzbv beträgt dieser zum Beispiel rund 230.000 Euro pro Jahr.

5 Ordnungsgeld

Verfahrensablauf

Die Klage endet mit einem Unterlassungsurteil. Wenn das Unternehmen hiergegen verstößt, besteht die Möglichkeit, bei dem Prozessgericht erster Instanz einen Antrag auf Festsetzung eines spürbaren Ordnungsgeldes zu stellen. Die Verbraucherorganisationen haben insbesondere bei unlauterer Gewinnspielwerbung immer wieder erleben müssen, dass Anbieter in abgewandelter Form weiterhin mit dem Versprechen werben, die angeschriebenen Personen hätten einen Hauptpreis gewonnen, der aber regelmäßig nicht zur Auszahlung kommt.

Je nach Häufigkeit und Gewicht der Verstöße kann das Ordnungsgeld zwischen 3.000 und 100.000 Euro schwanken. Im Gegensatz zur Vertragsstrafe fließt es der Staatskasse zu. Die im Unterlassungsurteil angedrohte Höchstgrenze von 250.000 Euro wird in der Praxis kaum ausgeschöpft.

6 Qualifizierte Einrichtungen

Verfahrensablauf

Verbraucher selbst können in Deutschland keine wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklagen erheben. Ihre Interessen werden von sogenannten qualifizierten Einrichtungen wahrgenommen, die aus eigenem Recht klagen können. Welche Verbände in Deutschland klagebefugt sind, ergibt sich aus einer Liste des Bundesamts für Justiz (Bfj), www.bundesjustizamt.de. Beantragt ein Verein die Eintragung, wird geprüft, ob der Antragsteller die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt und eine sachgerechte Aufgabenerfüllung gewährleistet. Eine Voraussetzung dafür ist, dass der Verein qualifizierte Mitarbeiter hat, die Verbraucher aufklären und beraten können. Er muss über eine ausreichende finanzielle Ausstattung verfügen. Bei Verbraucherverbänden wie den Verbraucherzentralen und dem vzbv, die mit öffentlichen Mitteln gefördert werden, wird unwiderleglich vermutet, dass sie die notwendigen Voraussetzungen für die Klagebefugnis erfüllen.



Unlautere Werbung



Beispiel

Eine Verbraucherin erhält einen unerbetenen Werbeanruf in ihrer Privatwohnung. Der Anrufer meldet sich im Auftrag einer Telekommunikationsfirma, um ihr einen besonders günstigen DSL-Anschluss anzubieten. Die Verbraucherin hat jedoch nicht einmal einen Computer. Da sie sich durch den Anruf belästigt fühlt, meldet sie den Vorfall der Verbraucherzentrale.



Vorgehen

Die Beraterin klärt die Verbraucherin darüber auf, dass ein Werbeanruf ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Angerufenen einen **Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)** darstellt. Sie bittet die Verbraucherin um genaue Angaben zum Zeitpunkt des Anrufs, dem Namen des Anrufers und seines Auftraggebers, der Rufnummer des Anrufers und ihrer eigenen Rufnummer, zum Gesprächsablauf und möglichen Zeugen. Mit dem Einverständnis der Verbraucherin leitet die Beraterin die Beschwerde an die Rechtsabteilung der Verbraucherzentrale weiter. Diese wird prüfen, ob das Unternehmen abgemahnt werden kann. Die Verbraucherzentrale kann aufgrund ihres eigenen Klagerechts von dem Unternehmen verlangen, dass es das wettbewerbswidrige Verhalten einstellt (siehe Seite 6 bis 7).



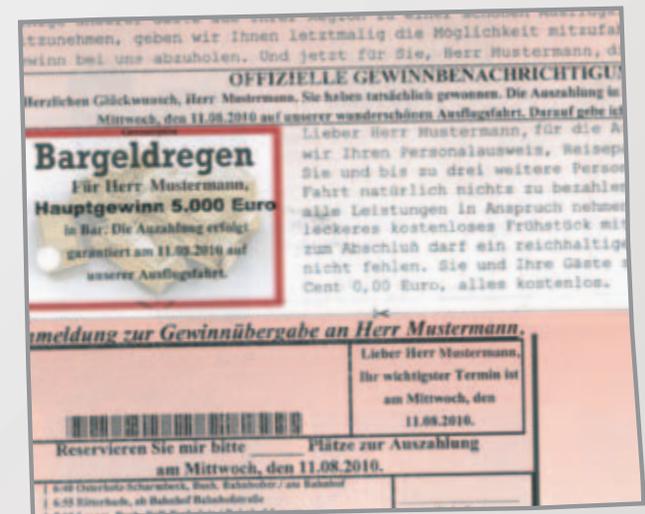
Rechtsgrundlagen

Unterlassungsklage nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG

Nach dieser Vorschrift sind qualifizierte Einrichtungen berechtigt, Unterlassungsansprüche wegen irreführender oder unlauterer Werbung geltend zu machen (siehe Seite 7).

Voraussetzung ist, dass sie in die Liste des BfJ eingetragen sind, dass sie als satzungsgemäße Aufgabe die Interessen der Verbraucher durch Aufklärung und Beratung wahrnehmen und dass sie mindestens 75 natürliche Personen oder im Bereich des Verbraucherschutzes tätige Verbände als Mitglieder haben.

Werbung ist vielfältig: Geworben wird mit Plakaten, Postwurfsendungen oder Vertreterbesuchen. Werbung begegnet uns auf der Straße, im Ladengeschäft oder im Internet. Sie unterliegt gesetzlichen Grenzen, darf nicht unlauter sein und Verbraucher nicht irreführen. Für die Beurteilung gilt das **Leitbild des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbrauchers**. Sowohl die Wirtschaft als auch die Verbraucherverbände überwachen Werbemaßnahmen.



Unzulässige Allgemeine Geschäftsbedingungen

Verbraucher werden in vielen Alltagssituationen mit vorformulierten Vertragsklauseln konfrontiert, sei es beim Autokauf oder dem Abschluss einer Rechtsschutzversicherung. Eine Möglichkeit, die Verträge auszuhandeln, besteht in aller Regel nicht.

Das **Bürgerliche Gesetzbuch (BGB)** schützt Verbraucher davor, dass diese einseitige Vertragsgestaltung allein zugunsten des Unternehmers ausfällt. Danach sind Klauseln unwirksam, die den Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Das gilt auch, wenn der Vertrag widerspruchlos unterschrieben wird. Viele Verbraucher lassen sich jedoch durch AGB verunsichern und verzichten darauf, ihre Rechte wahrzunehmen.



Beispiel

Ein Verbraucher wird von einer Angestellten seines Fitnessstudios aufgefordert, die von ihm mitgebrachte Wasserflasche nicht zu benutzen. In der Hausordnung wird die Mitnahme von Getränken generell untersagt. Bei einem Verstoß behält sich das Fitnessstudio das Recht zur außerordentlichen Kündigung vor. Es wird ihm jedoch angeboten, Sportgetränke und Wasser in dem angeschlossenen Bistro zu kaufen.



Vorgehen

Die angerufene Verbraucherzentrale bittet den Verbraucher, ihr eine Kopie der Hausordnung zu beschaffen. Nach Überprüfung der fraglichen Klausel stellt sie fest, dass diese unwirksam ist. Ein anderes Unternehmen wurde bereits wegen einer inhaltsgleichen Klausel rechtskräftig zur Unterlassung verurteilt. **Das Urteil ist aber für dieses Fitnessstudio nicht verbindlich.** Der Verbraucher kann sich zwar darauf berufen. Falls der Betreiber aber nicht darauf eingeht, kann nur in einem Rechtsstreit die Unwirksamkeit der Klausel geklärt werden. Die Verbraucherzentrale leitet den Vertrag an den vzbv mit der Bitte um Abmahnung weiter. Dieser fordert die Firma zunächst außergerichtlich auf, die Klausel in ihren Verträgen nicht mehr zu verwenden und sich auch nicht darauf zu berufen (siehe Seite 6 bis 7).



Rechtsgrundlagen

Unterlassungsklage nach § 1 des Gesetzes über Unterlassungsklagen (UKlaG)

Derjenige, der in Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksame Bestimmungen verwendet oder – etwa als Wirtschaftsverband – für den rechtsgeschäftlichen Verkehr empfiehlt, kann auf Unterlassung und im Fall des Empfehls auf Widerruf in Anspruch genommen werden. Klageberechtigt sind Wettbewerbs- und Verbraucherverbände. Der Anspruch besteht inhaltlich seit dem 1. April 1977,

als das Gesetz über die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB-Gesetz) in Kraft trat. Seit 2002 ist der prozessuale Teil nun im Unterlassungsklagengesetz geregelt, während sich die materiell-rechtlichen Vorschriften des AGB-Gesetzes heute in den §§ 305 ff BGB befinden.



Urteilswirkung

Die Verurteilung eines anderen Unternehmens wegen desselben AGB-Verstoßes hat keine unmittelbare Drittwirkung für dieses Unternehmen, verbessert jedoch die Verhandlungsposition des Verbrauchers erheblich. Um zu erreichen, dass auch dieses Unternehmen seine Klauseln ändert, müsste allerdings die Verbraucherzentrale auch gegen dieses Unternehmen ein Unterlassungsverfahren anstrengen.



Beispiel

Ein Verbraucher stellt fest, dass von seinem Konto 7,50 Euro für die Bearbeitung einer Rücklastschrift abgebucht wurden. Auf Nachfrage beruft sich seine Bank auf eine entsprechende Regelung im Preisverzeichnis. In der Verbraucherberatung erfährt der Kunde, dass dieselbe Bank vor zwei Jahren zur Unterlassung einer solchen Klausel verurteilt wurde. Nun kann der Verbraucher auf das Urteil verweisen und verlangen, dass die Bank den fraglichen Betrag zurückzahlt. In einem Rechtsstreit wäre das Gericht an die Wertung der Klausel in dem vorausgegangenen Verbandsklageverfahren gebunden.

In den §§ 305 bis 310 BGB regelt das Bürgerliche Gesetzbuch, wie Unternehmen Allgemeine Geschäftsbedingungen in Verträge einbeziehen dürfen und wann sie unwirksam sind. Ziel ist, Verbraucher vor Nachteilen durch eine einseitige Vertragsgestaltung der Unternehmen zu schützen.

Verletzung Verbraucherschützender Vorschriften



Beispiel

Ein Verbraucher bucht eine Flugreise im Internet. Er hat den Anbieter ausgesucht, der mit den günstigsten Flugpreisen geworben hatte. Im Verlauf des Buchungsvorgangs wird der Abschluss einer Reiseversicherung zum Preis von zehn Euro pro Person angeboten. In dem daneben befindlichen Kästchen ist bereits ein Haken gesetzt. Erst bei genauem Hinsehen erkennt der Verbraucher, dass die Versicherung freiwillig ist. Es gelingt ihm, den Haken zu entfernen. Im fünften und letzten Buchungsschritt soll sich dann der Preis noch einmal erhöhen. Will der Kunde nämlich mit seiner gängigen Kreditkarte zahlen, kostet dies weitere fünf Euro. Da er bereits einige Zeit für die Online-Buchung aufgewendet hat, schließt er verärgert den Vertrag zum höheren Preis ab.



Vorgehen

Weil es schon unzählige ähnliche Beschwerden gab, hat der vzbv in einer branchenweit angelegten Abmahnaktion in den vergangenen Jahren dieses und ähnliches Verhalten von Fluggesellschaften abgemahnt und in vielen Fällen geklagt. Gerügt wurde ein Verstoß gegen die seit September 2008 geltende Europäische Luftverkehrsdienstverordnung (Verordnung (EG) Nr. 1008/2008). Sie verpflichtet die Anbieter von Flügen, zwingend anfallende Kosten wie Steuern und Flughafengebühren in den Endpreis einzurechnen. Freiwillige

Zusatzkosten müssen klar und eindeutig am Beginn jedes Buchungsvorgangs angegeben werden. Sie können nur im Wege eines „Opt-in“ vereinbart werden, das heißt, der Verbraucher muss sie explizit bestätigen, indem er das Häkchen selbst setzt. Im Beispiel hat die Fluggesellschaft gleich in zweierlei Hinsicht gegen die Verordnung verstoßen, einmal durch die voreingestellte Reiseversicherung und zum anderen, weil sie erst im letzten Buchungsschritt auf die Kosten für die Zahlung mit Kreditkarte hingewiesen hat.



Rechtsgrundlagen

Unterlassungsklage nach § 2 Unterlassungsklagengesetz (UKlaG)

Wenn jemand gegen Vorschriften verstößt, die dem Schutz der Verbraucher dienen, können Verbraucher- oder Wettbewerbsverbände von ihm fordern, dieses Verhalten zu unterlassen. Die Vorschrift ergänzt den § 1 UKlaG, der diesen Anspruch bei der Verwendung Allgemeiner Geschäftsbedingungen regelt. Bei der genannten Europäischen Luftverkehrsdienstverordnung handelt es sich um ein solches Verbraucherschutzgesetz. Außerdem gehören hierzu unter anderem die Vorschriften über Haustürgeschäfte, Fernabsatzverträge, Teilzeit-Wohnrechtverträge, das Fernunterrichtsschutzgesetz oder das Gesetz über Kapitalanlagegesellschaften. Datenschutzrechtliche Vorschriften gehören nach der Rechtsprechung bisher nicht dazu.

Nicht nur das BGB, sondern auch eine Reihe anderer Gesetze bilden den rechtlichen Rahmen für die Beziehung zwischen Verbrauchern und Unternehmen. Im Verhältnis zum Unternehmer ist der Verbraucher der geschäftlich nicht so bewanderte Vertragspartner. Die Gesetze enthalten deshalb Vorschriften, die den Verbraucher vor Benachteiligungen schützen sollen. Erteilt ein Versandhändler zum Beispiel eine fehlerhafte Widerrufsbelehrung oder bietet er keine ordentliche Kontaktmöglichkeit an, verletzt er damit Formvorschriften, die den Verbraucher vor rechtlichen Nachteilen schützen sollen.

Sonderfall grenzüberschreitende Rechtsdurchsetzung

Bei grenzüberschreitendem Geschäftsverkehr können Verbraucherzentralen sowohl gegen ausländische Anbieter vorgehen, die auf dem deutschen Markt agieren, als auch gegen deutsche Firmen, die gezielt Verbraucher in anderen Mitgliedstaaten der EU umwerben. Bei letztgenannter Alternative handelt der vzbv im Auftrag des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL). Dabei kommt teilweise ausländisches Recht zur Anwendung.



Beispiel

Eine lettische Fluggesellschaft verwendet auf ihrer deutschen Internetseite eine bedenkliche Preisänderungsklausel.



Vorgehen

Der vzbv hat gegenüber dieser und anderen ausländischen Fluggesellschaften erfolgreich Unterlassungsklagen durchgeführt, weil sie unzulässige AGB verwendet oder verbraucherschützende Vorschriften verletzt haben. Teilweise musste das Gericht Sachverständigengutachten einholen, um das ausländische Recht zu beurteilen.



Rechtsgrundlagen

Unterlassungsklage nach §§ 1, 4a UKlaG

Verbraucherzentralen können eine im Ausland ansässige Fluggesellschaft in Deutschland verklagen, wenn sie bedenkliche Vertragsklauseln gegenüber Verbrauchern, die ihren Wohnsitz in Deutschland haben, verwendet. Das angerufene deutsche Gericht ist nach Artikel 5 Nr. 3 EuGVVO international zuständig. Die Verordnung regelt die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handels-sachen. Die Klagebefugnis der Verbraucherzentrale wird nach deutschem Recht beurteilt. Um die Klausel inhaltlich zu bewerten, ist dagegen das Recht des Landes, in dem das Unternehmen ansässig ist, ausschlaggebend – hier ist es lettisches Recht.





Beispiel

Ein in Deutschland ansässiger Online-Händler bietet ungarischen Verbrauchern auf seiner ungarischen Internetseite Haushaltswaren zum Kauf an. Er schließt dabei aber das Widerrufsrecht aus.

Vorgehen

In diesem Fall haben sich Verbraucher an die in Ungarn zuständige Behörde gewandt. Die ungarische Behörde leitete den Fall an das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) in Deutschland weiter. Das BVL hat den Verbraucherzentrale Bundesverband damit beauftragt, den Rechtsverstoß abzustellen. Der vzbv hat daraufhin das deutsche Unternehmen abgemahnt wegen eines Verstoßes gegen die in ungarisches Recht umgesetzte europäische Fernabsatzrichtlinie. Das Unternehmen gab eine Unterlassungserklärung ab.

Rechtsgrundlagen

Abstellen inngemeinschaftlicher Verstöße nach der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz in Europa
Die Verordnung ermöglicht, einen Dritten damit zu beauftragen, damit dieser darauf hinwirkt, dass inngemeinschaftliche Verstöße abgestellt werden. In Deutschland wird davon Gebrauch gemacht, da es eine klare politische Entscheidung gab, das bisherige private Rechtsdurchsetzungssystem beizubehalten.

Das EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetz (VSchDG) vom 29. Dezember 2006 dient dazu, die Verordnung über die Zusammenarbeit umzusetzen. Hier benennt der Gesetzgeber die beauftragten Dritten: Es sind die Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen und die Verbraucherverbände, die nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und dem Unterlassungsklagengesetz auch bei innerstaatlichen Verstößen anspruchsberechtigt sind. Der deutsche Gesetzgeber ging sogar noch einen Schritt weiter, indem er die Beauftragung Dritter in § 7 VSchDG Absatz 1 als Sollvorschrift ausgestaltet hat. Bevor die ersuchte Behörde selbst tätig wird, soll sie zunächst Dritte beauftragen. In § 7 Absatz 3 VSchDG wird die zuständige Behörde ermächtigt, die beauftragten Dritten konkret zu benennen und mit ihnen Rahmenvereinbarungen zu schließen. Außerdem wurde das Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) um § 4a ergänzt, sodass die Verbände auch bei

inngemeinschaftlichen Verstößen klagebefugt sind.

Am 30. Mai 2008 wurde dann eine Rahmenvereinbarung zwischen dem BVL, der Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs und dem vzbv getroffen (veröffentlicht im Bundesanzeiger 2008, Seite 2145 ff.). Darin wurden die Einzelheiten der Beauftragung, unter anderem Verteilungsschlüssel und Fristen, vertraglich festgelegt.

Grenzüberschreitende Rechtsdurchsetzung: Bewertung & Grenzen

Einkaufen im Internet gehört für viele immer mehr zum Alltag. Das führt dazu, dass Verbraucher auch Rechtsgeschäfte über Landesgrenzen tätigen. Die Fragen zum anwendbaren Recht sind dabei noch nicht restlos geklärt. Zudem gelingt es einigen findigen Anbietern fragwürdiger Angebote im Internet immer wieder, sich der Rechtsverfolgung zu entziehen, indem sie ihren Sitz ins Ausland verlegen.

Unterlassungsansprüche: Bewertung und Grenzen

Unterlassungsansprüche sind ein unverzichtbares Instrument, um einen fairen Wettbewerb zu erhalten. Mit mehr als 1.200 Verfahren jährlich tragen der vzbv und die Verbraucherzentralen bereits heute dazu bei, die Rechtsprechung auf dem Gebiet des Verbraucherrechts fortzuentwickeln, bestehende Gesetze auf ihre Praxistauglichkeit zu überprüfen und so die Lücke zwischen rechtlichem Anspruch und ökonomischer Praxis zu schließen. Auch die Wettbewerbsverbände, insbesondere die Wettbewerbszentrale, nehmen diese Funktion in erheblichem Umfang wahr.

Zwar ist das Vorgehen in vielen Fällen mühsam, da man zum Beispiel im Falle einer Unterlassungserklärung nicht systematisch sicherstellen kann, ob die beanstandete Werbung oder die unzulässige Klausel tatsächlich verändert wurden. Dies kann der vzbv in der Regel nur anhand neuer Verbraucherbeschwerden überprüfen.

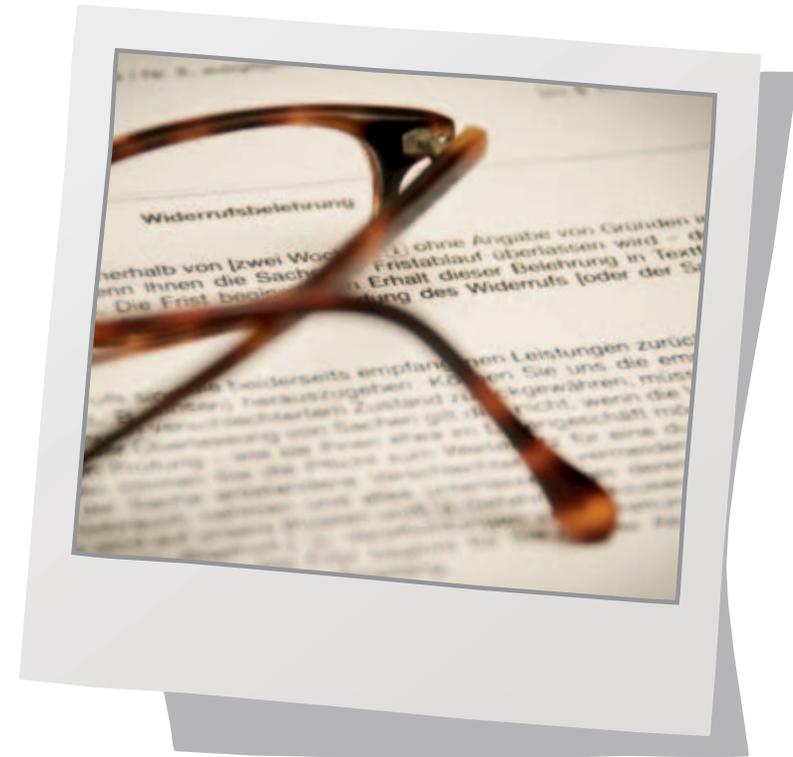
Auch lässt sich nicht verhindern, dass anstelle einer unwirksamen Klausel eine Individualvereinbarung tritt, die rechtlich und wirtschaftlich der unzulässigen AGB-Klausel entspricht.

Schließlich ist zu beachten, dass ein Urteil immer nur die jeweiligen Prozessparteien bindet, sodass selbst bei einem höchstrichterlichen Urteil nicht zu erwarten ist, dass die ganze Branche nachzieht. Eine solche „Selbstreinigung“ der Wirtschaft funktioniert leider nicht im gewünschten Maße.

Gleichwohl gäbe es den heute bestehenden hohen Verbraucherschutzstandard nicht ohne diese rechtlichen Instrumentarien. In einer Vielzahl von Fällen haben sie konkrete Zahlungsansprüche der Kunden ausgelöst, zum Beispiel, dass Banken ihren Kunden unzulässige Bankentgelte oder überzahlte Zinsen aufgrund einer unzulässigen Zinsberechnungsklausel bei Hypothekendarlehen erstattet haben. In vielen Fällen waren die Klageinstrumente Motor für ein Gesetzgebungsverfahren, beispielsweise bei Änderungen im Reisevertragsgesetz oder im Versicherungsvertragsgesetz.

Da die Unterlassungsklage darauf abzielt, den Rechtsverkehr in der Zukunft zu bereinigen, stößt sie an Grenzen, wenn Verbraucher durch unlaute-re geschäftliche Handlungen geschädigt werden. Erhält ein Verbraucher im Laden ein im Prospekt angepriesenes Sonderangebot nicht mehr, weil das Geschäft die Sonderangebotsware nicht ausreichend vorrätig hat, ist der Händler nicht zu einer Beschaffung verpflichtet. Hat ein Energieversorger zu Unrecht seine Preise erhöht, weil der Änderungsvorbehalt in seinen Verträgen unwirksam war, folgt hieraus keine automatische Erstattungspflicht. Die betroffenen Verbraucher müssen

ihr Geld selbst zurückfordern. Gleiches gilt für einen zu Unrecht geforderten Kerosinzuschlag eines Reiseveranstalters. Bei kleinen Beträgen führt dies häufig dazu, dass die Verbraucher darauf verzichten, ihren Schaden geltend zu machen. Die Unternehmen können dann ihre Gewinne zu Unrecht behalten.



Einziehung von Forderungen



Beispiel

Eine Reisegruppe bestehend aus 13 Personen hatte einen Flug von Oslo nach München bei einer deutschen Fluggesellschaft gebucht. Die Maschine sollte um 13.55 Uhr starten und um 16.30 Uhr in München landen. Durch einen Aushang am Abfertigungsschalter erfuhr die Reisegruppe, dass der Flug gestrichen wurde.

Die Gruppe erhielt keine Betreuung oder Unterstützung auf dem Flughafen in Oslo. Sie konnte den Flug jedoch unter Mithilfe anderer Bediensteter am Flughafen auf Flüge einer skandinavischen Airline umbuchen. Tatsächlich startete die Gruppe zwischen 15.00 und 16.00 Uhr und landete um 22.00 Uhr in München – fünfeinhalb Stunden später als geplant.

Vorgehen

Die Gruppe beschwerte sich nachträglich bei der Fluggesellschaft und dem Luftfahrt-Bundesamt – teilweise mit Erfolg. Das Unternehmen erstattete den Reiseteilnehmern die Kosten, die sie für ihre Verpflegung aufwenden mussten. Weitere Ansprüche wurden jedoch abgelehnt, weil die technischen Probleme, die zum Flugausfall führten, für das Unternehmen unvorhersehbar gewesen seien.

Mit Hilfe der **Einziehungsklage** können Verbraucherzentralen Zahlungsansprüche für die Verbraucher durchsetzen. Dabei treten die Verbraucher ihre Ansprüche an die Verbraucherzentrale ab, damit diese das Geld für sie einziehen dürfen. Das eingekommene Geld wird anschließend an die betroffenen Verbraucher ausgezahlt.

Die Verbraucher wandten sich daraufhin an den vzbv. Sie verlangten eine Ausgleichszahlung in Höhe von 400 Euro pro Person. Grundlage war die Europäische Fluggastrechteverordnung (Verordnung (EG) Nr. 261/2004), die bei Flugannullierungen nach Entfernung abgestufte Entschädigungsleistungen vorsieht. Eine Ausnahme ist, wenn die Annullierung auf außergewöhnliche Umstände zurückgeht, die sich auch dann nicht hätten vermeiden lassen, wenn alle zumutbaren Maßnahmen ergriffen worden wären.

Der vzbv ließ sich die Ansprüche der betroffenen Verbraucher abtreten und klagte auf Zahlung der streitigen Beträge. Im Prozess sollte grundsätzlich geklärt werden, inwieweit ein Flugunternehmen entlastet werden kann, wenn es sich bei einem ausgefallenen Flug auf einen technischen Defekt beruft.

In dem vorliegenden Rechtsstreit kam es nicht zu einem Urteil, da die Fluggesellschaft vorher gezahlt hat.

Rechtsgrundlagen

Einziehungsklage nach § 79 Absatz 2 Nr. 3 ZPO
Die Einziehungsklage wurde geschaffen, um Ansprüche von Verbrauchern zu bündeln. Sie wurde für Fälle vorgesehen, bei denen es sich wegen geringerer Streitwerte für Verbraucher nicht lohnt, selbst eine Klage anzustrengen. Das Klagerecht

wurde 2002 zunächst in das damalige **Rechtsberatungsgesetz** aufgenommen. Seitdem das Rechtsdienstleistungsgesetz im Jahr 2008 in Kraft getreten ist, ist die Einziehungsklage in der Zivilprozessordnung geregelt.

Das Prozesskostenrisiko trägt bei diesen Verfahren der klagende Verband.



Einziehungsklage: Bewertung & Grenzen

Die Praxis zeigt, dass das Instrument ungeeignet ist, um eine Vielzahl kleiner Beträge in einer Klage zu bündeln.

Die Organisation einer Massenklage bezogen auf sogenannte Streuschäden ist sehr aufwendig: Der Kläger muss mit jedem Verbraucher eine individuelle Vereinbarung treffen, und er muss die Höhe der Forderung individuell ermitteln oder Belege erbringen. Dieser Aufwand steht nicht im Verhältnis zum Ergebnis. Selbst bei einem positivem Urteil würden nur diejenigen Verbraucher von dem Ergebnis profitieren, die in dem Rechtsstreit vertreten waren. Die anderen gehen leer aus, oder ihre Ansprüche sind zwischenzeitlich verjährt.

Der vzbv hat die Einziehungsklage daher eher als **Musterklage** eingesetzt, um grundsätzliche Rechtsfragen für eine Vielzahl von Verbrauchern zu klären. So konnte zum Beispiel durch den Europäischen Gerichtshof geklärt werden, dass

Verbraucher, die innerhalb der gesetzlichen Gewährleistungsfrist von zwei Jahren ein fehlerhaftes Produkt austauschen – es handelte es sich im konkreten Fall um einen Backofen – keinen Wertersatz für die Nutzung zahlen müssen.

Die Klage setzt stets einen Zahlungsanspruch voraus. Sie ist also nicht geeignet, bestrittene Forderungen abzuwehren. Wenn Gaskunden eine Preiserhöhung ihres Gasversorgers ablehnten, haben sich Verbraucherzentralen in Vergangenheit damit beholfen, Feststellungsklagen zu organisieren. Das Ziel der Klagen war, die Verträge zum vereinbarten Preis fortführen zu können. Wie bei den Einziehungsklagen war der Aufwand für eine Vielzahl von Verbrauchern unverhältnismäßig hoch. Zudem waren die Verbraucherzentralen nicht selbst Kläger.

Anders als bei den Unterlassungsklagen richtet sich die Zuständigkeit der Gerichte nach dem Streitwert, sodass eine Klage beim Landgericht erst ab einem Forderungsbetrag von mehr als 5.000 Euro erhoben werden kann.

Gewinnabschöpfung

Mit der Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) aus dem Jahre 2004 wurde ein Anspruch auf Gewinnabschöpfung in das Gesetz aufgenommen. **Damit erhielten die Verbraucherverbände das Recht, den Gewinn einzuklagen**, den Unternehmen durch vorsätzlich durchgeführte unlautere Werbung erzielt hatten. Die erklagte Summe wird dem Bundeshaushalt zugeführt.



Beispiel

Ein Klingeltonanbieter war wegen irreführender Fernsehwerbung abgemahnt worden. Verbraucher, die aufgrund der Werbung erwartet hatten, nur einen einzigen Klingelton zu bestellen, hatten tatsächlich ein Abonnement abgeschlossen. Trotz Unterlassungserklärung gegenüber dem vzbv warb die Firma in entsprechender Weise auf einer Bestellmaske im Internet.

Der vzbv konnte in einem gerichtlichen Vergleich erreichen, dass das Unternehmen einen aufgrund der irreführenden Werbung zu Unrecht eingekommenen Gewinn in Höhe von 18.500 Euro an das Bundesamt für Justiz zahlte.



Beispiel

Ein bundesweit handelndes Discountunternehmen warb für eine Matratze mit einem veraltetem Testurteil der Stiftung Warentest. Nachdem es zur Unterlassung verurteilt worden war, forderte der vzbv zudem, den durch die Werbung erzielten Mehrerlös herauszugeben. Das Unternehmen wurde verurteilt, Auskunft über seine Umsatzentwicklung vor und nach der Werbeaktion offenzulegen. Danach zahlte die Firma 25.000 Euro.



Vorgehen

Um einen **Gewinnabschöpfungsanspruch** geltend zu machen, wird das Unternehmen zunächst aufgefordert, seine Umsatzentwicklung vor, während und nach Ablauf der Werbeaktion darzulegen. Diese Informationen müssen durch gezielte Fragen ermittelt werden, die sich auf die konkrete geschäftliche Handlung beziehen. Sofern das Unternehmen die Auskunft nicht freiwillig erteilt, wird im Wege einer Stufenklage zunächst der Auskunftsanspruch erhoben. Hierüber wird durch Urteil entschieden. Werden Rechtsmittel (Berufung, Revision) hiergegen eingelegt, kann der Rechtsstreit mehrere Jahre dauern, bevor die eigentliche Zahlungsklage erhoben werden kann. Bei Betreibern sogenannter



Kostenfallen im Internet besteht die Gefahr, dass die Firma zu diesem Zeitpunkt schon nicht mehr existiert. Das erhöht das Prozessrisiko für den klagenden Verband erheblich.



Rechtsgrundlagen

Gewinnabschöpfung nach § 10 UWG

Verbraucher- und Wettbewerbsverbände können Gewinne bei vorsätzlichen Verstößen gegen das UWG abschöpfen. Die Einnahmen werden der Staatskasse zugeführt. Rechtspolitischer Hintergrund ist, dass ein Unternehmen, das sich durch unlauteres Verhalten einen Wettbewerbsvorteil verschaffen will, den so erwirtschafteten Gewinn nicht behalten soll. Nicht selten wird eine Vielzahl von Verbrauchern von ein und derselben geschäftlichen Handlung geschädigt. Beispiele für solche Verbraucher täuschende Angebote gibt es viele: Gewinnmitteilungen enthalten die Aufforderung, eine teure Mehrwertdienstenummer anzurufen; Werbung für Nebenverdienstmöglichkeiten zielt nur darauf ab, nichtssagende Broschüren abzusetzen; Kaffeefahrten, bei denen das versprochene Geschenk niemals ausgehändigt wird.

Den betroffenen Verbrauchern steht in diesen Fällen kein eigener Schadensersatzanspruch zu. Um zivilrechtliche Ansprüche abzuleiten, sind die Werbebotschaften nicht hinreichend individualisiert. Sie werden bewusst an eine unbestimmte Anzahl von Personen gerichtet. Der Unternehmer soll jedoch durch die Androhung, den rechtswidrig erzielten Gewinn nicht behalten zu dürfen, von Wettbewerbsverstößen abgehalten werden.



Gewinnabschöpfung: Bewertung & Grenzen

Der klagende Verband muss nicht nur die Kausalität darlegen, also beweisen, dass der Wettbewerbsverstoß zu den erzielten Mehrerlösen geführt hat. Er muss auch belegen, dass das Unternehmen vorsätzlich gehandelt hat. Diese beiden Anforderungen stellen eine erhebliche Hürde bei der Geltendmachung des Anspruchs dar.

Das Problem stellt sich zum Beispiel, wenn ein Verbraucher glaubt, auf ein Lockvogelangebot hereingefallen zu sein. Er entdeckt in einer Zeitungsbeilage einen Hochleistungscomputer zu einem besonders günstigen Preis. Der Händler erklärt ihm vor Ort, dass das Gerät leider nicht die beworbenen Eigenschaften hat und im Prospekt irrtümlich falsche Daten angegeben wurden. Der Verbraucher entschließt sich trotzdem zum Kauf. Um den Gewinnabschöpfungsanspruch durchzusetzen, müsste der klagende Verband erstens beweisen, dass eine etwaige Umsatzsteigerung während der Werbemaßnahme auf die Irreführung zurückzuführen ist. Zweitens müsste er nachweisen, dass der Händler im Gegensatz zu seinen Beteuerungen mit Herausgabe des Prospekts die Irreführung zumindest billigend in Kauf genommen hat.

Der Gewinnabschöpfungsanspruch gilt nur für Wettbewerbsverstöße. Er kann auf die Verletzung verbraucherschützender Vorschriften und auf AGB-Verstöße nicht generell übertragen werden.

Sonderfall Kartellrecht

Immer wieder deckt das Bundeskartellamt Preisabsprachen im Einzelhandel auf: Hersteller und Händler von Süßwaren, Tiernahrung und Sanitärkeramik gerieten unter Verdacht. Gegen die drei größten Kaffeeröstereien in Deutschland verhängte das Bundeskartellamt 2010 ein Bußgeld in Höhe von 160 Millionen Euro. Doch der Abschreckungseffekt solcher Bußgelder dürfte gering sein, wenn der Gewinn für Unternehmen – und damit der Schaden für die Kunden – aufgrund jahrelanger Preisabsprachen in Milliardenhöhe liegt.

Problem: Keine Verbandsklagen für Verbraucherverbände

Verbandsklagen auf Unterlassung und Vorteilsabschöpfung sind im Bereich des Kartellrechts nur für Wirtschaftsverbände möglich. Während „Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen“ – im Prinzip also die Mitbewerber – gegen Kartellanten Unterlassungsansprüche geltend machen (§ 33 Absatz 2 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)) und sie auf Herausgabe unrechtmäßig erzielter Gewinne verklagen können (§ 34 a GWB), stehen Verbraucherverbänden diese Instrumente nicht zur Verfügung.

Problem: Schadensersatzansprüche nicht individuell durchsetzbar

Der im deutschen Recht geschaffene Schadensersatzanspruch (§ 33 Abs. 3 GWB) ermöglicht zwar theoretisch jedem „Betroffenen“, einen Ausgleich für seinen erlittenen Schaden zu fordern. Praktisch wird dabei aber übersehen, dass der Verbraucher mit einer Reihe prozessualer Hürden alleine gelassen wird und er sein Recht selten durchsetzen kann. So muss er etwa konkrete Tatsachen vortragen, die es dem Gericht ermöglichen, die Höhe des entstandenen Schadens zu schätzen. Daneben ist streitig, ob „Betroffene“ nur die Abnehmer der ersten Marktstufe oder auch die der letzten – mithin die Verbraucher – sind.

Schlussfolgerungen und Forderungen

Die Verbraucherverbände haben mit den vorhandenen **Klageinstrumenten** über Jahrzehnte Erfahrungen gesammelt. Sie zeigen, dass – trotz aller Erfolge – effizientere Wege gefunden werden müssen, um die berechtigten Ansprüche der Verbraucher durchzusetzen. Hierzu bedarf es sowohl nationaler als auch europäischer Lösungen. Zum einen geht es darum, grundsätzliche Rechtsfragen besser klären zu können, zum anderen fehlt eine sinnvolle Regelung für sogenannte Streuschäden.

Die **Einziehungsklage** erlaubt ausschließlich, Geldforderungen für Verbraucher zu verwirklichen. Es besteht derzeit jedoch nicht die Möglichkeit, eine unberechtigte Forderung schon im Vorfeld einer Zahlung abzuwehren. Dies wäre möglich, wenn Verbraucherverbände eine **Musterfeststellungsklage** erheben könnten. So könnten sie grundsätzliche Fragen, die eine Vielzahl von Verbrauchern betreffen, in einem einzigen Verfahren klären lassen. Um die einzelnen Forderungen der Verbraucher damit zu verknüpfen, könnten Verbraucher ihre Forderungen in einem Register anmelden. Die Anmeldung würde die Verjährung hemmen.

Einen richtigen Ansatz verfolgt das **Kapitalanlegermustersverfahrensgesetz (KapMuG)**, das seit November 2005 gilt und im Oktober 2012 ausläuft. Es handelt sich dabei um ein Musterverfahren für geschädigte Kapitalanleger wegen falscher, irreführender oder unterlassener

öffentlicher Kapitalmarktinformationen. Das KapMuG hat nicht nur einen begrenzten Anwendungsbereich, es müssen auch alle Geschädigten klagen. Die beschriebene Musterfeststellungsklage für Verbraucher könnte die Gerichte dagegen spürbar entlasten.

Bei Bagatellschäden kann es sein, dass es sich für den einzelnen Verbraucher nicht lohnt, vor Gericht zu ziehen. Dennoch kann ein öffentliches Interesse bestehen, die zu Unrecht eingenommenen Gewinne abzuschöpfen. Man sollte deshalb den Gewinnabschöpfungsanspruch erleichtern und erweitern, um eine effiziente Möglichkeit zu schaffen, zu Unrecht eingenommene Beträge für die Verbraucherarbeit abzuschöpfen. Gelten sollte dies künftig auch für Verstöße gegen §§ 1 und 2 UKlaG, wenn Unternehmen Verbraucherschützende Normen verletzen.

verbraucherzentrale Bundesverband

Forderungen des vzbv

- 1) Musterfeststellungsklage für Verbraucherzentralen zur Klärung grundsätzlicher Rechtsfragen für eine Vielzahl geschädigter Verbraucher
- 2) Erweiterung des Gewinnabschöpfungsanspruchs auf Verstöße gegen AGB-Recht und sonstige verbraucher-schützende Vorschriften
- 3) Beweiserleichterungen bei der Gewinnabschöpfung
- 4) Unterlassungsklage, Musterfeststellungsklage und Vorteilsabschöpfung für Verbraucherzentralen bei Kartellrechtsverstößen zum Nachteil der Verbraucher
- 5) Erleichterte Entschädigung für Verbraucher bei AGB-Verstößen mit vermögensrechtlichem Bezug
- 6) Unterlassungsklagen bei Datenschutz-Verstößen außerhalb Allgemeiner Geschäftsbedingungen
- 7) Reform des Kapitalanlegermustersverfahrensgesetzes: größerer Anwendungsbereich, leichterere Verfahrenszugang, Verfahrensbeschleunigung
- 8) EU-weite Stärkung der kollektiven Verbraucherrechte

Der Verbraucherzentrale Bundesverband

Markgrafens
10969 Berlin

Tel.: (030) 2
Fax: (030) 2
info@vzbv.
www.vzbv.

Einführung eines Musterfeststellungsverfahrens für Verbraucherverbände

Deutschland braucht ein pragmatisches **Musterverfahren** zur Feststellung rechtswidriger Praktiken von Unternehmen. Gerade die Preiserhöhungen im Bereich der Energieversorgung machen die Grenzen der Verbandsklagebefugnis anschaulich. Werden Preiserhöhungen nicht mit Verweis auf Vertragsklauseln (Preisänderungsklauseln) begründet, sondern mit anderen Faktoren, steht Verbraucherverbänden keine Verbandsklagebefugnis zu. Obwohl man es mit einer Vielzahl von gleichgelagerten Sachverhalten zu tun hat, muss zurzeit jeder betroffene Verbraucher eigenständig klagen. Bei einer genügenden Anzahl von Klägern kann damit ein Gericht blockiert werden.

Auch zur Entlastung der Justiz ist ein Musterfeststellungsverfahren erforderlich. In einem einzigen Gerichtsverfahren könnten Verbraucherverbände und andere qualifizierte Einrichtungen auf diese Weise abstrakt klären lassen, ob eine Handlung unwirksam oder ob eine Schadensersatzforderung grundsätzlich berechtigt ist.

Ein solches Musterverfahren sollte es Verbrauchern ermöglichen, ihre Schäden anzumelden, bevor diese verjähren, etwa durch Eintragung in eine Gerichtsliste.

Abschöpfung von Unrechtsgewinnen stärken

Der bisherige Abschöpfungsanspruch ist so bürokratisch gestaltet, dass er so gut wie keinen Drohcharakter für unseriös agierende Unternehmen hat. Um den fairen Wettbewerb zu fördern und unlautere Geschäftspraktiken unattraktiv zu machen, ist das Sanktionsinstrument so zu gestalten, dass rechtswidrig erlangte Unternehmensgewinne auch tatsächlich abgeschöpft werden können. Der Gesetzgeber sollte die Beweisführung umgestalten. Es ist nicht hinnehmbar, dass die Verbraucherverbände bislang praktisch kaum die Möglichkeit haben, die durch unlautere Werbung erzielten Mehreinnahmen nachweisen zu können.

Im Übrigen muss der Gewinnabschöpfungsanspruch auch für Verbraucherrechtsverstöße gelten, die über den Bereich der unlauteren Werbung hinausgehen.

Entschädigungsmöglichkeit der Verbraucher verbessern

Stellt sich eine Allgemeine Geschäftsbedingung als unwirksam heraus, muss das Gericht auf Antrag gleichzeitig anordnen können, dass die betroffenen Verbraucher zu entschädigen sind.

Verbandsklagebefugnis für die Verfolgung datenschutzrechtlicher Verstöße

Handlungsbedarf besteht auch angesichts der massenhaften Verstöße von Unternehmen gegen den korrekten Umgang mit personenbezogenen Daten ihrer Kunden. Verbraucherorganisationen müssen auch klagen können, wenn Unternehmen außerhalb Allgemeiner Geschäftsbedingungen datenschutzrechtliche Bestimmungen verletzen.

Einführung einer kollektiven Schadensfeststellung und -berechnung im Kartellrecht

Im Kartellrecht muss die Durchsetzung von Schadensersatzansprüchen erleichtert werden. Es fehlen die für eine effektive Rechtsdurchsetzung erforderlichen prozessualen Erleichterungen und verfahrensrechtlichen Bündelungsmöglichkeiten für einen kollektiven Rechtsschutz und eine Verbandsklage für Verbraucherverbände. Erforderlich ist eine Musterfeststellungsklage für Verbraucherverbände, mit der komplexe kartellrechtliche Fragestellungen über Schadensberechnung, Kausalität und Verschulden geklärt werden können. Dadurch könnten in einem einzigen Verfahren alle wettbewerbsrechtlichen Probleme, die Verbraucher im Einzelfall von einer Klage abhalten, geklärt werden.

Checklisten

Wenn Verbraucher einen Verstoß melden wollen

In immer neuen Varianten versuchen unseriöse Unternehmen, Verbraucher am Telefon, mit Werbriefen oder auf Kaffeefahrten über den Tisch zu ziehen. Die Verbraucherzentralen (Adressen am Ende der Broschüre oder unter www.verbraucherzentrale.de) helfen weiter. Wenn Verbraucher dort einen Verstoß melden, müssen sie allerdings einige Informationen gesammelt haben, damit eine mögliche Abmahnung nicht aus Mangel an Beweisen von vornherein zum Scheitern verurteilt ist. Die Checklisten geben einen Überblick.

Telefonwerbung

- Vollständige Anschrift des Unternehmens beziehungsweise Callcenters
- Datum und Uhrzeit des Anrufs
- Name des Anrufers
- Nummer des Anrufers
- Nummer des Angerufenen
- Detaillierte Schilderung des Gesprächsablaufs
- Wurden Unterlagen übersandt, zum Beispiel eine angebliche Auftragsbestätigung? Wenn ja, ist gegebenenfalls eine Kopie erforderlich.

Gewinnversprechen Rückruf/Telefon

- Vollständige Anschrift des Unternehmens beziehungsweise Callcenters
- Datum und Uhrzeit des Anrufs
- Name des Anrufers
- Nummer des Anrufers
- Nummer des Angerufenen
- Welche Nummer sollte zurückgerufen werden?
- Was war der Inhalt des Gesprächs oder der Bandansage?
- Wie lange dauerte der Rückruf?
- Kostete der Rückruf Geld? Wenn ja, wie viel?

Gewinnversprechen mit anschließender Kaffeefahrt

- Werbung für die Veranstaltung möglichst im Original
- Hat der Verbraucher an der Veranstaltung teilgenommen?
- Datum, Uhrzeit, Ort der Veranstaltung
- Detaillierte Sachverhaltsschilderung der Gespräche
- Welche Versprechen wurden eingehalten/nicht eingehalten?
- Hat der Verbraucher etwas auf der Veranstaltung gekauft?
- Hat der Verbraucher ein Geschenk erhalten/nicht erhalten?
- Gibt es schriftliche Unterlagen, die der Verbraucher erhalten hat? (zum Beispiel Kaufvertrag, dieser zumindest in Kopie)

Wichtige Urteile

1982

Werbung mit Testergebnissen der Stiftung Warentest

Ein Unternehmen darf für eine Spiegelreflexkamera nicht mit der Note „Gut“ unter Bezugnahme auf einen Test der Stiftung Warentest werben, wenn von 22 Kameras im selben Test elf besser als „gut“ abgeschnitten haben. Ohne die Zahl der besser benoteten Erzeugnisse zu nennen, werde bei den Verbrauchern der irriige Eindruck erweckt, das Produkt habe eine Spitzenstellung innerhalb des Tests eingenommen. Tatsächlich lag es jedoch unter dem Notendurchschnitt von 1,59.

Das Urteil des BGH trug dazu bei, dass Händler bei einer Werbung mit Testergebnissen der Stiftung Warentest heute überwiegend auf die Vergleichsergebnisse im Test hinweisen.

(BGH, Urteil vom 11.03.1982 – I ZR 71/80 –)

1987

Vorkasseklausel im Reisevertrag

Wenn ein Reisekunde nicht gegen das Insolvenzrisiko des Veranstalters versichert ist, darf das Reiseunternehmen den vollständigen Reisepreis nicht bereits vor Antritt der Reise verlangen, wenn es dem Kunden die Reisepapiere ausgehändigt. Das entschied der Bundesgerichtshof in einem Grundsatzurteil zum Reiserecht.

Das Urteil hatte Einfluss auf die deutsche und europäische Gesetzgebung. Heute ist im BGB geregelt, dass der Reiseveranstalter verpflichtet ist, dem Reisenden einen Sicherheitsschein auszuhändigen, bevor dieser den Reisepreis zahlt.

(BGH, Urteil vom 12.03.1987 – VII ZR 37/86 –, NJW 1987, 1931)

1993

Barein- und -auszahlung am Schalter

Zum Preisrecht der Banken fällt der Bundesgerichtshof beispielsweise dieses wichtige Urteil: Banken dürfen kein gesondertes Entgelt verlangen, wenn Kunden am Schalter Bargeld auf ihr Konto einzahlen oder es abheben wollen. Das BGB gehe als selbstverständlich davon aus, dass jede Geldschuld durch Bareinzahlung des Nennwertbetrages erfüllt werde, der Gläubiger könne für die Entgegennahme von Bargeld keine gesonderte Vergütung verlangen. Wenn die Bank das Geld auszahlt, erfülle sie lediglich ihre gesetzliche Rückgabepflicht hinsichtlich des ihr übergebenen Guthabens.

(BGH, Urteil vom 30.11.1993 – XI ZR 80/93 –, NJW 1984, 313 = VuR 1994, 7)

1994

Zehnjahresverträge bei Versicherungen

Mit fünf überwiegend gleich lautenden Entscheidungen aus dem Jahr 1994 und weiteren Urteilen aus dem Jahr 1995 stellte der BGH fest, dass man in Allgemeinen Geschäftsbedingungen keine Laufzeitvereinbarung von zehn Jahren treffen kann. Damit war in Bezug auf Haftpflicht-, Hausrat- und Unfallversicherungen ein Schlusstrich unter eine jahrelange Diskussion gezogen, inwiefern langfristige Vertragsbedingungen angemessen sind. Der BGH sah in den Zehnjahresklauseln eine erhebliche Belastung der Versicherungsnehmer, denn sie schränken Verbraucher in ihrer Dispositionsfreiheit bei Abschluss eines neuen Vertrages ein. Dem Versicherungsnehmer sei jede Möglichkeit genommen, die Antragsdauer an die Umstände anzupassen, die schon im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gegeben oder vorhersehbar sind. Noch schwerer wiege, dass der Versicherungsnehmer auch nach Vertragsabschluss keine Möglichkeit habe, sich marktgerecht zu verhalten. Dies führe zu einer Wettbewerbsbeschränkung.

(BGH, Urteil vom 13.07.1994 – IV ZR 107/93 –, NJW 1994, 2693; BGH, Urteil vom 22.02.1995 – IV ZR 44/94 –, NJW 1995, 1289)

1999

Telefonwerbung

Mit dieser und weiteren Entscheidungen zur Telefonwerbung gab der Bundesgerichtshof dem Schutz der Individualsphäre Vorrang vor wirtschaftlichem Gewinnstreben von Wettbewerbern. Auf einem Kontoeröffnungsformular hatten Kunden sich damit einverstanden erklärt, von ihrer Bank oder deren Kooperationspartnern zu Werbezwecken angerufen zu werden. Die Einwilligungserklärung sei unwirksam, entschied der BGH. Telefonwerbung stelle eine besonders schwerwiegende Beeinträchtigung der verfassungsrechtlich geschützten Privatsphäre des Angerufenen dar. Die Interessen der Wirtschaft, für ihre Produkte zu werben, seien berechtigt. Doch es sei angesichts der Vielfalt der Werbemethoden nicht notwendig, mit Werbemaßnahmen auch in den privaten Bereich des Verbrauchers einzudringen. Es sei ein ausdrückliches oder konkludentes Einverständnis des Verbrauchers erforderlich. Dieses dürften Unternehmen nicht über eine „Einverständniserklärung“ in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen herbeiführen.

Inzwischen ist im UWG geregelt, dass ein Werbeanruf nur nach einer ausdrücklichen Einwilligung erfolgen darf. Hinweise auf die Form enthält das Gesetz bisher nicht.

(BGH, Urteil vom 16.03.1999 – XI ZR 76/98 –)

2002

Kontoguthaben muss korrekt ausgewiesen werden

Banken dürfen Verbraucher am Geldautomaten nicht über den tatsächlichen Kontostand irreführen. Eine Rentnerin hatte einen Betrag von ihrem Konto abgeboben, der zwar schon gutgeschrieben, aber noch nicht wertgestellt war. Der Automat zeigte also bereits einen erhöhten Kontostand an, das Geld befand sich aber noch nicht auf ihrem Konto. Hierdurch hatte sie ungewollt ihr Konto überzogen und dadurch Kreditleistungen der Bank in Anspruch genommen, die sie bei transparenter Information nicht in Anspruch genommen hätte. Ein solches Verhalten sei wettbewerbswidrig, entschied der Bundesgerichtshof im Jahr 2002.

Auch Kontoauszüge einer Bank können irreführend sein. Zwar wird bei den einzelnen Gutschriften zutreffend zwischen den Daten der Buchung und der Wertstellung unterschieden. Beim Kontostand, der am Ende des Auszugs optisch hervorgehoben wird, muss die Bank aber deutlich darauf hinweisen, dass darin auch noch nicht wertgestellte Beträge enthalten sein können. Der Verbraucher muss dadurch erkennen, dass er über die Beträge bis zur Wertstellung noch nicht verfügen kann, ohne Sollzinsen zu zahlen.

(BGH, Urteil vom 27.06.2002 – I ZR 86/00 –, GRUR 2002, 1093; BGH, Urteil vom 11.01.2007 – I ZR 87/04 –)

2007

Kinderwerbung

Der Hersteller von Cornflakes darf in seinen Werbeaktionen nicht die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausnutzen. Im konkreten Fall hatte das Unternehmen auf Verpackungen und im Internet Schülerinnen und Schüler dazu aufgefordert, durch den Kauf seiner Produkte sogenannte „Tony Taler“ zu sammeln, die sie dann in einem Sammelheft gegen Sportmaterialien für ihre Schule eintauschen konnten. Um zum Beispiel ein Badminton-Set zu erwerben, war der Kauf von etwa 50 Frosties-Packungen à 2,79 Euro erforderlich, was einem finanziellen Aufwand von 139,50 Euro entsprach. Der Wettbewerbssenat untersagte die Aktion vor allem, weil dadurch eine Art Gruppenzwang zum Sammeln von „Tony Talern“ ausgelöst worden sei.

Mit ähnlicher Begründung hatte das Oberlandesgericht Celle die Werbung eines Gebäckherstellers untersagt. Das Unternehmen rief Eltern und Schüler dazu auf, durch den Kauf von Keksen Punkte zu sammeln, um damit eine finanzielle Unterstützung für eine Klassenfahrt erhalten.

(BGH, Urteil vom 12.07.2007 – I ZR 82/05 –, OLG Celle, Urteil vom 21.07.2005 – 13 U 13/05 –)

2008

Umtausch defekter Geräte muss kostenlos sein

Im Rahmen der gesetzlichen Gewährleistung dürfen Händler beim Austausch eines fehlerhaften Produktes innerhalb der Gewährleistungsfrist keine Nutzungsentschädigung verlangen. Im konkreten Fall war 17 Monate nach dem Kauf eines defekten Backofens die Emailleschicht abgeplatzt. Da eine Reparatur nicht möglich war, musste der Backofen durch einen neuen ersetzt werden. Das Unternehmen verlangte von der Verbraucherin für die Dauer der Nutzung des fehlerhaften Gerätes eine Entschädigung in Höhe von knapp 70 Euro. Der vom BGH angerufene Europäische Gerichtshof (EuGH) entschied, dass die Herstellung des vertragsgemäßen Zustands einer Ware nach der EU-Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf (1999/44/EG) unentgeltlich erfolgen müsse. Deshalb dürfe Wertersatz für die Nutzung eines mangelhaften Produktes nicht verlangt werden.

Das Urteil führte zu einer Änderung der gesetzlichen Regelung im BGB.

(BGH, Urteil vom 26.11.2008 – VIII ZR 200/05 –, EuGH, Urteil vom 17.04.2008 – C-404/06)





2010

Kostenlose Zahlungsmöglichkeit durch gängige Kreditkarte

Eine Fluggesellschaft darf für die Buchung im Internet nur dann eine Kreditkartengebühr verlangen, wenn sie auch ein etabliertes kostenfreies Zahlverfahren anbietet. Die bisherige Zahlpraxis des Billigfliegers war damit unzulässig. Die Airline hatte ihren Kunden für den Kauf des Tickets mit Kreditkarte eine Gebühr von vier Euro pro Fluggast und einfachem Flug abgezogen. 1,50 Euro betrug die Gebühr für den Einsatz einer Zahlkarte. Kunden hatten keine Möglichkeit, ihr Ticket ohne Zusatzkosten zu bezahlen. „Kostenlos“ war lediglich die Zahlung mit einer kaum verbreiteten Visa-Electron-Karte, die aber nur gegen eine Jahresgebühr von 40 bis 100 Euro erhältlich ist. Nach dem BGH benachteiligt die Zahlungsregelung die betroffenen Kunden auf unangemessene Weise. Diese müssten ihrer gesetzlichen Zahlungsverpflichtung nachkommen können, ohne dass die Gegenseite dafür ein gesondertes Entgelt verlange. Die Zahlung müsse vielmehr „auf einem gängigen und mit zumutbarem Aufwand zugänglichen Weg zu entrichten“ sein.

(BGH, Urteil vom 20.05.2010 – Xa ZR 68/09 –)

2010

Keine Hinsendekosten beim Widerruf von Fernabsatzverträgen

Wenn ein Kunde bei einem Versandhändler Ware bestellt hat, den Kauf daraufhin widerruft und die Ware zurückschickt, dann darf der Versandhändler nicht die Kosten für die Hinsendung der Ware in Rechnung stellen.

Eine Klausel in den AGB, die dies vorsieht, ist unwirksam. Das hat der Bundesgerichtshof nach einem Urteil des Europäischen Gerichtshofs zur Auslegung der Fernabsatzrichtlinie 97/7 entschieden. Danach darf ein Verbraucher durch einen Widerruf nicht finanziell belastet werden. Mit diesem Verbot solle gewährleistet werden, dass das Widerrufsrecht „mehr als ein bloß formales Recht“ ist. Würde der Verbraucher nämlich mit diesen Kosten belastet werden, dann bestünde die Gefahr, dass er von seinem Recht auf Widerruf des Vertrags Abstand nimmt.

In Deutschland dürfen dem Verbraucher auch die Kosten der Rücksendung nur übertragen werden, wenn die bestellte Ware weniger als 40 Euro kostet.

(BGH, Urteil vom 07.07.2010 – VIII ZR 268/07 –, Urteil vom 07.07.2010 – VIII ZR 268/07 –, EuGH, Urteil vom 15.04.2010 – C-511/08)

Wichtige Adressen

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. – vzbv

Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
Tel.: (030) 25800-0
Fax: (030) 25800-518
info@vzbv.de
www.vzbv.de

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Paulinenstr. 47
70178 Stuttgart
Tel.: (0711) 669110-0
Fax: (0711) 6691150
info@vz-bw.de
www.vz-bw.de

Verbraucherzentrale Bayern e. V.

Mozartstr. 9
80336 München
Tel.: (089) 5398-0
Fax: (089) 537553
info@vzbayern.de
www.verbraucherzentrale-bayern.de

Verbraucherzentrale Berlin e. V.

Hardenbergplatz 2
10623 Berlin
Tel.: (030) 21485-0
Fax: (030) 2117201
mail@verbraucherzentrale-berlin.de
www.verbraucherzentrale-berlin.de

Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.

Templiner Str. 21
14473 Potsdam
Tel.: (0331) 29871-0
Fax: (0331) 29871-77
info@vzb.de
www.vzb.de

Verbraucherzentrale Bremen e. V.

Altenweg 4
28195 Bremen
Tel.: (0421) 160777
Fax: (0421) 1607780
info@verbraucherzentrale-bremen.de
www.verbraucherzentrale-bremen.de

Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

Kirchenallee 22
20099 Hamburg
Tel.: (040) 24832-0
Fax: (040) 24832-290
info@vzhh.de
www.vzhh.de

Verbraucherzentrale Hessen e. V.

Große Friedberger Str. 13-17
60313 Frankfurt
Tel.: (069) 972010-0
Fax: (069) 972010-40
vzh@verbraucher.de
www.verbraucher.de

Neue Verbraucherzentrale in Mecklenburg und Vorpommern e. V.

Strandstr. 98
18055 Rostock
Tel.: (0381) 2087050
Fax: (0381) 2087030
info@nvzmv.de
www.nvzmv.de

Verbraucherzentrale Niedersachsen e. V.

Herrenstr. 14
30159 Hannover
Tel.: (0511) 91196-0
Fax: (0511) 91196-10
info@vzniedersachsen.de
www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mintropstr. 27
40215 Düsseldorf
Tel.: (0211) 3809-0
Fax: (0211) 3809-216
vz.nrw@vz-nrw.de
www.vz-nrw.de

Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e. V.

Seppel-Glückert-Passage 10
55116 Mainz
Tel.: (06131) 2848-0
Fax: (06131) 2848-66
info@vz-rlp.de
www.vz-rlp.de

Verbraucherzentrale des Saarlandes e. V.

Haus der Beratung
Trierer Str. 22
66111 Saarbrücken
Tel.: (06 81) 500 89-0
Fax: (06 81) 588 09-22
vz-saar@vz-saar.de
www.vz-saar.de

Verbraucherzentrale Sachsen e. V.

Brühl 34-38
04109 Leipzig
Tel.: (03 41) 696 29-0
Fax: (03 41) 689 28 26
vzs@vzs.de
www.verbraucherzentrale-sachsen.de

Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt e. V.

Steinbockgasse 1
06108 Halle
Tel.: (03 45) 298 03 29
Fax: (03 45) 298 03 26
vzsa@vzsa.de
www.vzsa.de

Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein e. V.

Andreas-Gayk-Str. 15
24103 Kiel
Tel.: (04 31) 590 99-0
Fax: (04 31) 590 99-77
info@verbraucherzentrale-sh.de
www.verbraucherzentrale-sh.de

Verbraucherzentrale Thüringen e. V.

Eugen-Richter-Str. 45
99085 Erfurt
Tel.: (03 61) 555 14-0
Fax: (03 61) 555 14-40
info@vzth.de
www.vzth.de

Stiftung Warentest

Lützowplatz 11-13
10785 Berlin
Tel.: (030) 26 31-0
Fax: (030) 26 31-27 27
e-mail@stiftung-warentest.de
www.test.de

Bundesministerium der Justiz**Internetredaktion des Referats Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit**

Mohrenstraße 37
10117 Berlin
Tel.: (030) 185 80 90-30
Fax: (030) 185 80 90-46
www.bmj.de

Luftfahrt-Bundesamt

Hermann-Blenk-Straße 26
38108 Braunschweig
Telefon: +49 531 2355-0
Fax: +49 531 2355-710
www.lba.de

**Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und
Verbraucherschutz (BMELV), Dienstsitz Berlin**

Wilhelmstraße 54
10117 Berlin
Tel.: (030) 185 29-0
Fax: (030) 185 29-42 62
www.bmelv.de

**Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicher-
heit (BVL), Dienstsitz Berlin**

Mauerstraße 39
10117 Berlin
Tel.: (030) 185 29-0
Fax: (030) 185 29-42 62
www.bvl.bund.de

**Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V.
Frankfurt/Main**

Landgrafenstraße 24 B
61348 Bad Homburg vor der Höhe
Tel.: (0 61 72) 1 21 50
Fax: (0 61 72) 8 44 22
mail@wettbewerbszentrale.de
www.wettbewerbszentrale.de

**Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas,
Telekommunikation, Post und Eisenbahnen**

Tulpenfeld 4
53113 Bonn
Tel.: (02 28 14) 99 21
Fax: (02 28 14) 89 75
www.bundesnetzagentur.de





Immer wieder berichten Zeitungen darüber, dass durch ein Grundsatzurteil Rechte der Verbraucher gestärkt wurden. Häufig geht dies auf Klagen zurück, die eine Verbraucherzentrale oder der Verbraucherzentrale Bundesverband erhoben haben. Mit weit mehr als 1.000 Verfahren pro Jahr setzen sie sich für die Rechte der Verbraucher ein.

Die Broschüre erläutert die rechtlichen Grundlagen für solche Klagen mit Hilfe von Fallbeispielen, zeigt Möglichkeiten und Grenzen kollektiver Rechtsdurchsetzung in Deutschland auf und formuliert, was sich ändern muss, um die Rechtsdurchsetzung für Verbraucher wirksamer und effizienter zu machen.

verbraucherzentrale

Bundesverband