

Neuer Anlauf für eine Bestätigungslösung bei telefonischen Vertragsschlüssen



Dr. Sascha Vander, LL.M.

Der Bundesrat hat mit dem *Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes bei Telefonwerbung* (BT-Drs. 18/12798) einen erneuten Anlauf zur Einführung einer sog. Bestätigungslösung für telefonisch geschlossene Verträge unternommen. Das Konzept ist nicht neu, sondern ein „alter Hut“. Es wurden bereits wiederholt Versuche zur Einführung einer Regelung unternommen, nach der die Wirksamkeit von Verträgen, die auf Grund von unerwünschten Werbeanrufen zustande kommen, von einer gesonderten Bestätigung abhängig gemacht werden sollte. Der aktuelle Entwurf geht freilich weiter, da auf das Merkmal der Unlauterkeit eines Anrufs verzichtet wird, sodass auch zulässige Werbeanrufe bzw. auf dieser Grundlage erfolgende Vertragsschlüsse von einem Bestätigungserfordernis betroffen sein sollen.

Der Gesetzesentwurf sieht im Kern vor, dass ein auf einem Werbeanruf basierender Vertrag zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmen nur wirksam werden soll, wenn der Unternehmer sein telefonisches Angebot dem Verbraucher auf einem dauerhaften Datenträger, z. B. E-Mail oder SMS, zur Verfügung stellt und der Verbraucher den Vertrag in Textform genehmigt. Der Entwurf bestimmt zudem, dass eine Leistungserbringung durch den Unternehmer vor erfolgter Genehmigung allein auf dessen Risiko erfolgt. Wird eine Genehmigung vom Verbraucher nicht erteilt, soll die Rückforderung des Geleisteten nämlich ausgeschlossen sein.

Den Hintergrund für das erneute Aufgreifen einer Bestätigungslösung bildet nach der Gesetzesbegründung der Umstand, dass überraschende und unerbetene Werbeanrufe für eine Vielzahl von Verbrauchern bereits seit vielen Jahren ein erhebliches Problem darstellen und die bislang vom Gesetzgeber ergriffenen Maßnahmen zur Bekämpfung dieses Phänomens nicht in ausreichendem Maße eine Verbesserung der Situation bewirkt hätten. Erhebungen der Bundesnetzagentur und von Verbraucherzentralen bestätigten, dass das Geschäft mit überraschenden Werbeanrufen und untergeschobenen Verträgen weiterhin floriere. Dies belegten auch die Ergebnisse einer Evaluierung der Verbraucherschützenden Regelungen im Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken, mit welchem Ende des Jahres 2013 eine Bestätigungslösung speziell für Verträge über Gewinnspieldienste und eine Erhöhung des Bußgeldrahmens für Cold Calling eingeführt worden waren. Zwar seien Beanstandungen im Bereich Gewinnspiele deutlich rückläufig, die Zahl von Beschwerden in anderen Segmenten sei hingegen stark gestiegen (BT-Drs. 18/12798, S. 9).

Eine Bestätigungslösung könnte im Ergebnis sicherlich ein wirksames Mittel sein, Verbraucher vor telefonisch untergeschobenen und un-

erwünschten Verträgen zu schützen. Gleichwohl ist zu bedenken, dass eine Bestätigungslösung einen Medienbruch begründen und die im telefonischen Bereich vergleichsweise einfachen Abläufe erschweren bzw. zusätzlich formalisieren würde. Zudem liefe eine Bestätigungslösung auf ein weiteres, neben dem fernabsatzrechtlichen Widerrufsrecht bestehendes „Vertragslösungsrecht“ hinaus, wobei das Nebeneinander bzw. die Kumulation der Rechte durchaus Irritationen begründen könnte. Der das Zivilrecht prägende Grundsatz *pacta sunt servanda* zerfaserte im Verbraucherbereich durch eine zwischengeschaltete Bestätigungslösung zudem noch weiter. Die „Formel“ für rechtsverbindliche Verbraucherverträge am Telefon könnte künftig lauten: Vertragsschluss + Bestätigung – Widerruf = Vertrag.

Die geplanten Neuregelungen sollen allerdings nicht gelten, wenn das dem Vertragsschluss zugrundeliegende Telefonat nicht vom Unternehmer zum Zwecke der Werbung veranlasst worden ist. Das klingt auf den ersten Blick eindeutiger, als es bei Lichte betrachtet ist, und auch die Gesetzesbegründung wirft hier mehr Fragen auf, als sie beantwortet. So soll die Bestätigung eines Vertrages nicht erforderlich sein, wenn der Verbraucher ein Unternehmen selbst kontaktiert und einen Vertrag abschließt. Das Merkmal der Veranlassung soll aber gleichwohl Fallgruppen umfassen, in denen der Anruf zwar durch den Verbraucher erfolgt, für diesen aber dennoch eine „Überrumpelungsgefahr“ bestehe, etwa im Falle von „zu einem Rückruf animierenden Nachrichten“ (BT-Drs. 18/12798, S. 13). Die Grenze zwischen zulässiger Ansprache zum Zwecke eines verbraucherseitigen Anrufs und der hiervon zu unterscheidenden „Veranlassung“ im vorgenannten Sinne dürfte jedenfalls ein Graubereich sein.

Ob sich eine Bestätigungslösung dieses Mal durchsetzen wird, erscheint fraglich. Die Erfahrungen aus der Vergangenheit lassen vermuten, dass der Gegenwind im Hinblick auf einen solchen Eingriff in allgemeine Vertragsschlussprinzipien erheblich sein wird. Dass das Gesetzgebungsverfahren kein Selbstläufer werden wird, indiziert auch eine Stellungnahme der Bundesregierung, die eine „eingehende Prüfung“, insbesondere der Erforderlichkeit einer Bestätigungslösung, anmahnt. An den Vorgaben der Verbraucherrechterichtlinie (RL 2011/83/EU) wird der Entwurf allerdings nicht scheitern, da eine Öffnungsklausel in Art. 8 Abs. 6 der Richtlinie eine Bestätigungslösung für telefonisch geschlossene Fernabsatzverträge ausdrücklich zulässt.

RA Dr. Sascha Vander, LL.M., Köln