

26.02.2021

## **Stellungnahme**

der  
Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

zum

**Gesetzesentwurf der Bundesregierung - Entwurf eines Gesetzes für  
faire Verbraucherverträge**

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.  
Verbraucherpolitik  
Paulinenstraße 47  
70178 Stuttgart  
[recht@vz-bw.de](mailto:recht@vz-bw.de)  
[www.verbraucherzentrale-bawue.de](http://www.verbraucherzentrale-bawue.de)

## **Würdigung**

Die Bundesregierung zielt mit der Umsetzung des vorgelegten Gesetzentwurfs auf einen verbesserten Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor telefonisch aufgedrängten oder untergeschobenen Verträgen, flankiert durch eine effizientere Sanktionierung unerlaubter Telefonwerbung.

Dem Gesetzentwurf geht ein Referentenentwurf zuvor, zu dem die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V. seinerzeit Stellung genommen hatte. Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V. machte in ihrer Stellungnahme empirisch deutlich, dass die im Referentenentwurf getroffenen Regelungen nicht dazu geeignet waren, die wirtschaftliche Selbstbestimmung der Verbraucher bei unerlaubten Telefonanrufen sicherzustellen, und forderte wirksame Maßnahmen, die das Geschäftsmodell „Unterschieben von Verträgen“ tatsächlich beenden. Diese Stellungnahme ist [hier<sup>1</sup>](#) abrufbar. Der Gesetzentwurf bleibt in wesentlichen Punkten hinter dem Referentenentwurf zurück.

## **Sachverhalt**

### **Erstvertragslaufzeit - Artikel 1 Nr. 2 a): Änderung § 309 Nummer 9 a)**

Die begrüßenswerte Verkürzung der Vertragslaufzeit auf ein Jahr, die noch im Referentenentwurf enthalten war, ist zu unserem Bedauern im vorliegenden Gesetzentwurf nicht mehr enthalten.

Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass es möglich sein soll in Allgemeinen Geschäftsbedingungen Vertragslaufzeiten von zwei Jahren vorzusehen. Bei Vertragslaufzeiten von einem Jahr bis zu höchstens zwei Jahren sollen die Verwender der Allgemeinen Geschäftsbedingungen Verbrauchern zugleich einen Vertrag mit der Laufzeit von einem Jahr anbieten, der dann allerdings um bis zu 25 Prozent im Monatsdurchschnitt teurer sein darf als der Zwei-Jahresvertrag. Damit wird der Zwei-Jahresvertrag allerdings der Standard bleiben. Problematisch ist dabei auch, dass gerade finanzschwache Verbraucher einen Vertrag, der im Monatsdurchschnitt 25 Prozent teurer ist als ein Zwei-Jahresvertrag, nicht werden abschließen wollen oder können. Damit wird durch die im Gesetzesentwurf vorgesehene Lösung für teurere Ein-Jahresverträge ein soziales Ungleichgewicht geschaffen. Die im Regierungsentwurf vorgesehene zulässige Verteuerung von 25 Prozent bei Ein-Jahresverträgen erscheint als willkürlich festgesetzt und nicht nachvollziehbar. Durch

---

<sup>1</sup> Siehe [https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Stellungnahmen/2020/Downloads/021320\\_Stellungnahme\\_VZ-BW\\_RefE-faire-Verbrauchervertraege.pdf?\\_\\_blob=publication-File&v=2](https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Stellungnahmen/2020/Downloads/021320_Stellungnahme_VZ-BW_RefE-faire-Verbrauchervertraege.pdf?__blob=publication-File&v=2)

die Verteuerung von Verträgen mit kürzerer Laufzeit als zwei Jahre wird das Verbraucherpreisniveau insgesamt ansteigen.

Zwei-Jahresverträge werden den Interessen der Verbraucher nicht gerecht. Der Verbraucheralltag ist geprägt von häufigen sich ändernden Lebensumständen wie ein Umzug, eine neue Arbeitsstelle, Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit müssen in einem modernen Vertragsrecht Berücksichtigung finden.

Der Regelung unterliegen auch Angebote, die von ihrer Art her von Verbrauchern oft nicht auf Dauer genutzt werden wollen. Hierzu zählen Angebote für Kinder, Lernangebote, Partnervermittlung, Freizeitangebote. Kurze Vertragslaufzeiten fördern den Wettbewerb und ermöglichen Verbrauchern Verträge passend auf die jeweilige Lebenssituation und die gewünschten Leistungen abzuschließen.

Darüber hinaus ist gerade in den Geschäftsmodellen mit Zwei-Jahresmodellen in den letzten Jahren eine deutliche Schiefelage zu Lasten der Verbraucher und einer guten, freiwilligen Kundenbindung festzustellen. Unternehmen unterbieten sich im Wettbewerb mit scheinbar günstigen Angeboten für Wechselkunden, Preisreduktionen in den ersten 6 Monaten oder teils zweifelhaften Boni, während nach der ersten Phase bzw. im zweiten Jahr eine starke Verteuerung eintritt. Eine langfristige Kundenbindung wird in diesen Geschäftsmodellen ökonomisch nicht honoriert, Verbesserungen der Angebote für Neukunden nicht ebenso an Vertragskunden weitergegeben. Unternehmen versuchen überdies alles, Verbraucher in den wenig vorteilhaften Konditionen des zweiten Jahres zu binden indem Kündigungen möglichst erschwert werden.

#### **BEFRISTUNG DER ERSTVERTRAGSLAUFZEIT BEI DAUERSCHULDVERHÄLTNISSEN AUF EIN JAHR**

Die zulässige Vertragslaufzeit der Erstvertragslaufzeit darf maximal ein Jahr betragen. Damit sollte die Regelung des Referentenentwurfs wiederaufgenommen werden.

#### **Automatische Vertragsverlängerung - Artikel 1 Nr. 2: Änderung § 309 Nummer 9 b)**

In Beratungen werden der Verbraucherzentrale immer wieder Probleme mit automatischen Vertragsverlängerungen geschildert. So hat eine Verbraucherin die Kündigung des Abonnements an den Anbieter verschickt, der diese einen Tag nach Ablauf der Kündigungsfrist erhalten haben will, mit der Folge, dass die Verbraucherin ein weiteres Jahr an den Vertrag gebunden war.

Mit der noch im Referentenentwurf vorgesehenen Regelung wäre die Rentnerin nur weitere drei Monate an den Vertrag gebunden gewesen, sachgerecht wäre aber, wenn für die automatische Verlängerung, entsprechend der in § 309 Nr. 9 c BGB vorgesehenen Regelung, eine gleichlaufende maximale automatische Verlängerung von einem Monat festgeschrieben wird.

Es ist auch nicht nachvollziehbar, weshalb der Gesetzgeber mit dem Gesetzentwurf sogar noch hinter der ursprünglich im Referentenentwurf vorgesehenen Regelung zurückbleibt.

### **Informationspflichten**

Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass eine Klausel, mit der eine mehr als eine 3-monatige stillschweigende Vertragsverlängerung vereinbart wird, nur wirksam ist, wenn der Verwender der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bestimmten Informationspflichten genügt. So ist eine solche Klausel nur wirksam, wenn der Verwender zugleich darauf hinweist, dass er spätestens zwei Monate vor Ablauf der Vertragsdauer, frühestens aber vier Monate vor Ablauf der Vertragsdauer in Textform auf verschiedene Parameter wie Ende der Vertragslaufzeit, Verlängerungszeitraum, und Zeitpunkt der erforderlichen Kündigung hinweisen wird.

Mit dieser Regelung eröffnet der Gesetzgeber den Anbietern das Tor für verschleiernde Schreiben, die sie - wie gezeigt – aufgrund ihrer Gestaltungsmacht bei schriftlichen oder textlichen Unterlagen schon jetzt nutzen.

So gehen bei der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg Beschwerden ein über Preiserhöhungsschreiben, wie beispielsweise der folgenden:

„wir haben heute eine sehr gute Nachricht für Sie: Ihr Strompreis (Arbeitspreis) wird aufgrund Ihrer Treue und unserer Einkaufspolitik noch günstiger! [...] Die ... GmbH kann aufgrund dieser Entwicklungen die ohnehin schon günstigen Strompreise noch weiter senken“

Und nach zwei engbeschriebenen Seiten wird dann im Fließtext folgende Information gegeben:

„Um diese Servicequalität weiterhin zu gewährleisten und zu verbessern [,] werden wir ab dem zweiten Belieferungsjahr Ihren Grundpreis von aktuell sechsendsechzig Komma sechsendneunzig Euro jährlich auf fünfunddreißig Euro monatlich anpassen. Aufgrund dessen haben Sie ein Sonderkündigungsrecht bis Inkrafttreten der Preise.“

Die für das zweite Vertragsjahr angekündigte Preiserhöhung von 625 % und das aus dieser Preiserhöhung resultierende Sonderkündigungsrecht ist für den Verbraucher damit nicht deutlich wahrnehmbar.

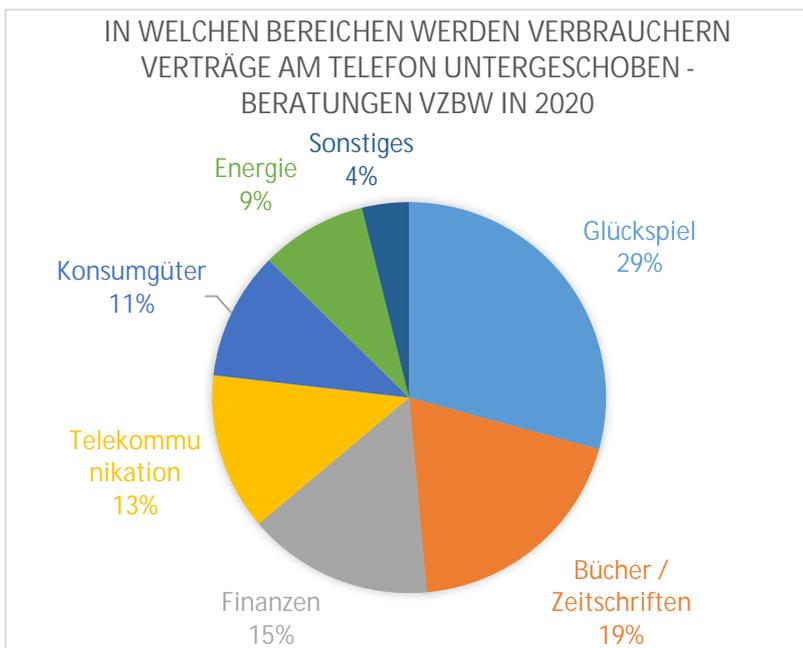
Es steht zu befürchten, dass auch die nun angedachten Informationspflichten von den Anbietern zu Lasten von Verbrauchern und seriösen Mitbewerbern unterlaufen werden.

Die automatische Verlängerung von Verträgen ist auf maximal einen Monat zu begrenzen. Hilfsweise sind Informationspflichten von Anbietern eng vorzugeben.

### **Keine Begrenzung des Anwendungsbereichs: Artikel 4: Änderung des Energiewirtschaftsgesetzes**

Mit Umsetzung des Gesetzentwurfs würde in § 41 Absatz 1 Satz 1 des Energiewirtschaftsgesetzes ein Textformerfordernis eingeführt. Damit ein Vertrag zukünftig wirksam würde, müsste er dem Verbraucher nach Abschluss des unerwünschten Telefonanrufs in Textform zugehen und vom Verbraucher auch in Textform bestätigt werden.

Die im Gesetzentwurf zur Lösung des Problems untergeschobener Verträge vorgesehene Regelung verkennt dabei das Ausmaß des Geschäftsmodells „Unterschieben von Verträgen“. Nicht nur im Bereich Energiewirtschaft drängen Anbieter Verbrauchern Verträge auf. Bei der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg gingen allein im letzten Jahr 492 Verbraucherbeschwerden zum Thema untergeschobene Verträge am Telefon ein. Nur 9 Prozent der Beratungsanfragen zu diesem Thema betrafen den Bereich Energiedienstleistungen. So wird das Geschäftsmodell „Unterschieben von Verträgen“ u.a. auch bei Kreditkarten, Zeitschriften, Glücksspiel-Abos, Mobilfunk, Nahrungsergänzungsmittel und Versicherungen praktiziert.



Wird zur Lösung des Problems untergeschobener Verträge lediglich das Textformerfordernis im Bereich des Energiewirtschaftsgesetzes normiert, wird wissentlich akzeptiert, dass dem Verbraucher in anderen Branchen/Geschäftsbereichen weiterhin Verträge untergeschoben werden. In der Richtlinie 2011/83/EU hier Art. 8 Abs. 6 ist vom europäischen Gesetzgeber vorgesehen, dass bei Fernabsatzverträgen, die telefonisch geschlossen werden, die Mitgliedstaaten vorsehen können, dass der Unternehmer dem Verbraucher das Angebot bestätigen muss und der Verbraucher erst dann gebunden ist, wenn er das Angebot unterzeichnet oder sein schriftliches Einverständnis übermittelt hat. Die Mitgliedstaaten können ferner vorsehen, dass solche Bestätigungen auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen müssen. Damit soll dem Unterschieben von Verträgen Einhalt geboten werden.

Eine solche Bestätigungslösung muss auf alle telefonischen Vertragsanbahnungen Anwendung finden, die vom Unternehmer initiiert werden. Unter diese Regelung müssen auch solche telefonischen Vertragsanbahnungen fallen, bei denen der Anbieter den Verbraucher anruft und dazu provoziert zurückzurufen.

Vertragsanbahnungen, die allein vom Verbraucher ausgehen, bzw. vom Verbraucher initiiert werden, wie die Bestellung eines Handwerkers oder einer Pizza würden folgerichtig von der Bestätigungslösung nicht erfasst.

Die Bestätigungslösung muss auf alle telefonische Vertragsanbahnungen Anwendung finden, die von Unternehmen initiiert werden, der Anwendungsbereich darf nicht auf eine Branche begrenzt werden

Der Regelungsrahmen, den Art. 8 Abs. 6 der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlamentes und des Rates (Verbraucherrechte-Richtlinie (VRRL)) eröffnet, ist voll auszuschöpfen.

### **Faire Verbraucherverträge erfordern weitere gesetzliche Regelungen**

#### **➔ Übersichtliche und transparente Gestaltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

Entsprechend der Entschließung des Bundesrates (Bundestagsdrucksache 577/16) sollten gesetzliche Regelungen vorgesehen werden die festlegen, dass die wesentlichen und relevanten Punkte eines Vertrags in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen hervorzuheben sind. Diese Transparenz ist eine wesentliche Grundlage für faire Verbraucherverträge, denn nur so können Verbraucher ihre Rechte und Pflichten erkennen. Eine Mindestschriftgröße und insgesamt eine realistische Höchstzahl an Klauseln gewährleistet, dass Verbraucher rechtssicher Verträge abschließen können.

Änderungen während der Vertragslaufzeit müssen dem Verbraucher anhand einer Synopse (alte/neue Fassung der Klauseln) transparent dargestellt werden.

Ergänzend sollte in § 305 Abs. 2 BGB oder § 307 Abs. 1 Satz 2 geregelt werden, wesentliche Inhalte der Klauseln hervorzuheben, sowie die Verpflichtung, eine bestimmte Schriftgröße zu verwenden. Auch ein „Knappheitsgrundsatz“ für allgemeine Geschäftsbedingungen sollte im BGB aufgenommen werden.

- Unternehmen müssen verpflichtet werden Kündigungsschreiben und Widerrufserklärungen zu bestätigen

Viele Verbraucher beschwerten sich darüber, dass sie nicht erfahren, ob ihr Widerrufsschreiben oder ihr Kündigungsschreiben beim Anbieter eingegangen ist. Vielfach erhalten Verbraucher nach Ablauf der Kündigungs- oder Widerrufsfrist seitens des Anbieters die Information, das Schreiben hätte den Anbieter nicht erreicht.

Intransparente Prozesse und fehlende Informationen führen dazu, dass der Verbraucher im Unklaren bleibt, ob er sein Kündigungsrecht rechtssicher wahrgenommen hat. Verbraucher die fristgemäß gekündigt haben, können dies oft nicht nachweisen, da ihnen eine Eingangsbestätigung nicht vorliegt. Bestreitet ein Anbieter den Zugang der Widerrufserklärung oder des Kündigungsschreibens, so hat der Verbraucher in Ermangelung eines Nachweises der fristgerecht ausgesprochenen Erklärung das Nachsehen und den Schaden.

Anbieter müssen gesetzlich verpflichtet werden den Eingang von Beendigungserklärungen (Widerruf oder Kündigung) des Verbrauchers automatisch zu bestätigen.

- Bei online Verträgen muss analog der Button Lösung zum Abschluss von Verträgen ein Button für die Kündigung von Verträgen eingeführt werden

Ohne Medienbruch muss es Verbrauchern, die über eine Webseite einen Vertrag abschließen, auch möglich sein diesen Vertrag wieder aufzulösen. Vielfach werden in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder in den sonstigen bereitgestellten Unternehmensinformationen verschiedene Adressen und Ansprechpartner für unterschiedliche Anliegen der Verbraucher genannt. E-Mail-Adressen, die im Impressum angegeben werden, sind oft nicht die Adressen, an die die Beendigungserklärung zu übersenden ist.

Verbraucher müssen die Möglichkeit erhalten digital rechtssicher einen Kündigungsbutton betätigen zu können. Eine automatisierte Eingangsbestätigung der ausgeübten Vertragsbeendigung muss dem Verbraucher übermittelt werden.