

# ARBEITSGEMEINSCHAFT MITTELSTAND

WWW.ARBEITSGEMEINSCHAFT-MITTELSTAND.DE

## Positionspapier der mittelständischen Wirtschaft für einen modernen und effizienten Verbraucherschutz

Stand 4. Dezember 2017

## **I. Einleitung**

Verbraucher sind je nach Situation und Art der zu treffenden wirtschaftlichen Entscheidung unterschiedlich gefordert und bedürfen rechtlicher Rahmenbedingungen, die auf die Anforderungen und Risiken der jeweiligen Situation zugeschnitten sind. Nur so können sie dem an sie gerichteten Anspruch gerecht werden und eigenverantwortliche Entscheidungen treffen. Komplexe Finanz- und Versicherungsprodukte, überraschende Geschäfte an der Haustür oder verbindliche Vertragsschlüsse im digitalen Umfeld stellen typischerweise besondere Anforderungen an Verbraucher und erfordern einen solchen rechtlichen Rahmen. Die AG Mittelstand betont ausdrücklich die Notwendigkeit und ihr Bekenntnis für einen effektiven Verbraucherschutz. Gesetzliche Rahmenbedingungen müssen sich aber darauf beschränken, dass Verbraucher ihre wirtschaftlichen Entscheidungen frei treffen können. Sie dürfen Verbrauchern dagegen weder ihre wirtschaftliche Entscheidung oder gar die Verantwortung für ihr Handeln abnehmen, noch diese Verantwortung auf Dritte übertragen.

## **II. Verbraucherschutz greift zu weit in die wirtschaftliche Freiheit von Verbrauchern und Unternehmern ein**

Viele der in den letzten Jahren auf europäischer und nationaler Ebene erlassenen Verbraucherschutzgesetze verfolgen einen immer stärkeren formalistischen Ansatz. Weitreichende Informationsanforderungen und umfassende Dokumentationspflichten sollen Verbraucher in die Lage versetzen, informierte Entscheidungen zu treffen. Tatsächlich wird dem Unternehmer hierdurch in weiten Teilen die Verantwortung des Verbrauchers übertragen. Dies gilt etwa für die Pflicht von Unternehmern, Verbraucher über gesetzliche Rechte zu informieren. Der Informationszugang zu Gesetzen steht jedoch Verbrauchern wie Unternehmern gleichermaßen offen. Ein eventuelles diesbezügliches Informationsdefizit eines Verbrauchers ist daher keine Informationsasymmetrie, sondern der mangelnden Befassung des Verbrauchers mit gesetzlichen Vorschriften geschuldet.

Das stetig wachsende Ausmaß dieser gesetzlichen Pflichten führt zudem nicht nur zu erheblichen bürokratischen, zeitlichen und finanziellen Belastungen der Unternehmen, sondern schränkt insbesondere die Flexibilität von Vertragsschlüssen ein. Dies schadet Verbrauchern und Unternehmern gleichermaßen. Aufgrund von Beweisanforderungen sind z.B. heute mündliche Verträge mit Verbrauchern de facto nicht mehr möglich. Verbraucher ihrerseits klagen über eine Informationsbandbreite, deren Ausmaß eine gebündelte und gezielte Information über die relevanten Aspekte eines Produkts oder einer Dienstleistung erheblich erschweren.

Des Weiteren werden verbraucherschützende Maßnahmen stetig auf neue Sachverhalte des Wirtschaftslebens ausgeweitet, ohne dass hierfür ein erkennbares Bedürfnis besteht. Dies gilt nicht zuletzt für Geschäfte des täglichen Lebens, die weder rechtlich noch finanziell schwerwiegende Folgen beinhalten. Zudem haben Verbraucher in diesem Bereich einen hohen Erfahrungsschatz, so dass keine besonderen Rahmenbedingungen an solche Geschäfte zu stellen sind.

Die zunehmende Ausweitung von Verbraucherrechten bringt zudem ein nicht unerhebliches Maß an Unsicherheit für die Unternehmen mit sich. Mit Ausnahme klassischer Ladengeschäfte steht Verbrauchern heute nahezu bei sämtlichen Verträgen ein Widerrufsrecht zu. Vertragsschlüsse eines Verbrauchers sind somit faktisch unverbindlich. Für die Unternehmen stellt dies ein hohes finanzielles Risiko dar. Die Rücksendequote ist im Online-Handel extrem hoch. So verliert eine gelieferte und vom Verbraucher genutzte Ware an Wert, eine erbrachte Dienstleistung wird vom Verbraucher konsumiert und muss im Zweifel nicht erstattet werden. Werden die daraus zusätzlich entstehenden Kosten für die Unternehmen durch höhere Preise an die Verbraucher weitergegeben, können sich die Regelungen im Ergebnis als für die Gesamtheit der Verbraucher abträglich erweisen.

Inzwischen zeigt sich branchenübergreifend, dass durch eine breitflächige Überspitzung des Verbraucherrechts sein ursprünglicher Schutzgedanke verloren gegangen ist und eine rechtliche Privilegierung von Verbrauchern Einzug gehalten hat. Diese vielschichtige Fehlentwicklung widerspricht einem effizienten Verbraucherschutz und muss korrigiert werden. Die AG Mittelstand bietet ihre Unterstützung für eine zielorientierte und konstruktive Debatte zur notwendigen Weiterentwicklung des Verbraucherrechts an.

### **III. Für einen modernen und effizienten Verbraucherschutz – Unsere Vorschläge**

Die Ausrichtung des Verbraucherrechts sollte auf seinen ursprünglichen Schutzzweck konzentriert werden. Die Schutzbedürftigkeit von Verbrauchern besteht typischerweise bei sehr komplexen und hochpreisigen Geschäften, bei überraschenden, überrumpelnden Situationen sowie bei Ausübung von psychischem oder moralischem Druck. Hier sind gesetzliche Schutzmaßnahmen sinnvoll.

In allen sonstigen Fällen geht das Verbraucherrecht über seinen eigentlichen Schutzzweck hinaus. Dies sollte bei dem Verbraucherleitbild, welches die Politik bei der Gesetzgebung zu Grunde legt, berücksichtigt werden.

Konkret fordert die AG Mittelstand:

- Konzentration von Fernabsatzverträgen auf Geschäftsmodelle, die auf fernmündliche Vertragsabschlüsse ausgerichtet sind (z.B. Online-Shop, Teleshopping, Vertragsschlüsse via Call-Center etc.).

Hintergrund: Nach aktueller Rechtslage gilt jeder per Telefon, Fax oder E-Mail geschlossene Vertrag als Fernabsatzvertrag, selbst wenn es sich um eine seltene, untypische oder gar einmalige Situation handelt und das Unternehmen nicht auf einen Fernabsatzvertrieb ausgerichtet ist.

- Sinnvolle Informationspflichten:
  - Abschaffung der Informationspflicht über gesetzliche Rechte des Verbrauchers

Hintergrund: Bei der gesetzlichen Rechtslage bestehen für Verbraucher keine Informationsdefizite, die durch besondere Hinweise der Unternehmer kompensiert werden müssten. Dennoch werden Unternehmer verpflichtet, u.a. über das Nicht-Bestehen eines gesetzlichen Widerrufsrechts aufzuklären.

- Abschaffung der Informationspflicht zur Verweigerung der Teilnahme an einem Verbraucherstreitbelegungsverfahren.

Hintergrund: Unternehmer müssen auf ihrer Webseite und in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen gemäß VSBG ausdrücklich darauf hinweisen, wenn sie nicht bereit sind, an einem außergerichtlichen Streitbelegungsverfahren teilzunehmen. Dies schafft für Verbraucher keinen informativen Mehrwert und verfolgt ausschließlich den Zweck, Unternehmer angesichts der diskreditierenden Wirkung dazu zu bewegen, sich an solchen Verfahren zu beteiligen. Der darüber hinausgehende verpflichtende Hinweise auf die EU-Online-Streitbelegungsplattform (OS-Plattform) für Unternehmer die Online-Kaufverträge oder Online-Dienstleistungsverträge eingehen, führt den Verbraucherschutz dann ad absurdum, da die beiden Hinweise für den Verbraucher widersprüchlich erscheinen und diesen somit eher verwirren als einen Mehrwert zu bieten.

- Schaffung von Flexibilität und Gestaltungsspielräumen für den Unternehmer bei der Widerrufsbelehrung.

Hintergrund: Abweichungen von den gesetzlichen Mustern führen unmittelbar zur Unwirksamkeit der Belehrung, obwohl sie für ganze Vertragsarten

(z.B. Werkverträge) ungeeignet sind. Ziel muss sein, Verbraucher nachvollziehbar und flexibel über ihre Rechte zu informieren.

- Keine gesetzlichen Eingriffe in die Preisfindung/Preisgestaltung

Hintergrund: Preise für Produkte und Dienstleistungen müssen sich am Markt auf Basis der autonomen Entscheidungen der Unternehmen bilden.

- Verbraucherrecht verständlicher gestalten:

- Beschränkung des Verbraucherrechts auf Haustür- und Fernabsatzverträge, Aufhebung der Kategorie der allgemeinen Verbraucherverträge, ohne aber die spezifischen Verbraucherschutzvorschriften in Zukunft auf alle Vertragstypen anzuwenden.

Hintergrund: Je nachdem, ob ein im Fernabsatz, außerhalb von Geschäftsräumen oder anderweitig geschlossener Vertrag vorliegt, gelten andere Regelungen, die jeweils besondere Ausnahmetatbestände kennen. Die Komplexität des Verbraucherrechts hat ein Maß erreicht, das selbst Juristen vor große Herausforderungen stellt. Für Verbraucher und Unternehmer ist die Rechtslage kaum noch erkennbar.

- Keine Differenzierung bezüglich der Formerfordernisse bei Haustür- und Fernabsatzverträgen.

Hintergrund: Anders als bei Fernabsatzverträgen müssen Informationspflichten bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen in Textform, d.h. auf Papier oder einem dauerhaften Datenträger – wie USB-Sticks – ausgehändigt werden. Dies ist ein unnötiger und praxisferner Formalismus.

- Einheitliche Informationspflichten für Haustür- und Fernabsatzverträge.

Hintergrund: Die gesetzlichen Vorschriften kennen für Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge jeweils eigenständige Kataloge an Informationspflichten, die jedoch inhaltlich nahezu identisch sind. Für die Praxis wären einheitliche Kataloge übersichtlicher und anwendungsfreundlicher.

- Aufhebung der unverhältnismäßigen Folgen formal fehlerhafter Widerrufsbelegungen

Hintergrund: Eine formal fehlerhafte Widerrufsbelehrung, die den Verbraucher jedoch inhaltlich ausreichend informiert, führt dennoch zu einer Verlängerung der Widerrufsfrist von einem Jahr. Während dieser Zeit herrscht über den Vertrag Rechtsunsicherheit.

#### **IV. Fazit**

Das Verbrauchervertragsrecht ist in seiner aktuellen Gestaltung weder für Verbraucher noch für Unternehmer praxisgerecht und bedarf gezielter Änderungen. Die geltende Rechtslage ist weitestgehend europarechtlich geprägt und verbindlich vorgegeben. Die künftige Bundesregierung ist deshalb gefordert, sich der Überarbeitung des Verbrauchervertragsrechts anzunehmen und auf europäischer Ebene für die erforderlichen Änderungen einzutreten. Die Verbände der AG Mittelstand bieten der Bundesregierung auch weiterhin ihre konstruktive Unterstützung zur Verbesserung der Effizienz des Verbraucherrechts an.

Hinweis: Der Bundesverband der Freien Berufe (BFB) und der Deutsche Industrie und Handelskammertag (DIHK) tragen das vorliegende Papier nicht mit.

Weiterführende Informationen zu dem vorliegenden Papier:  
Ansprechpartner bei den Verbänden:

**Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR)**

Melanie Schmergal  
Schellingstraße 4  
10785 Berlin  
Tel.: 030/20 21 13 20  
Internet: [www.bvr.de](http://www.bvr.de)

**Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA)**

André Schwarz  
Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin  
Tel.: 030/5 90 09 95 21  
Internet: [www.bga.de](http://www.bga.de)

**Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband)**

Stefanie Heckel  
Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin  
Tel.: 030/72 62 52 30  
Internet: [www.dehoga.de](http://www.dehoga.de)

**Deutscher Raiffeisenverband e. V. (DRV)**

Monika Windbergs  
Pariser Platz 3  
10117 Berlin  
Tel.: 030/85 62 14 430  
Internet: [www.raiffeisen.de](http://www.raiffeisen.de)

**Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV)**

Michaela Roth  
Charlottenstraße 47  
10117 Berlin  
Tel.: 030/20 22 51 15  
Internet: [www.dsgv.de](http://www.dsgv.de)

**Handelsverband Deutschland (HDE) e.V.**

Kai Falk  
Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin  
Tel.: 030/72 62 50 60  
Internet: [www.hde.de](http://www.hde.de)

**Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)**

Alexander Legowski  
Mohrenstraße 20/21  
10117 Berlin  
Tel.: 030/2 06 19 370  
Internet: [www.zdh.de](http://www.zdh.de)

**DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV**

Juliane Ibold  
Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin  
Tel.: 030/59 00 99 661  
Internet: [www.mittelstandsverbund.de](http://www.mittelstandsverbund.de)