

## Fernabsatz in der EU

- No. 125 -

*Jens-Uwe Heuer, Rechtsanwalt in Hannover*

Mit der Multimediagesellschaft sind neue Formen des Vertriebes möglich geworden. Unter Stichwörtern wie "elektronisches Kaufhaus" und "Internet-Shopping" wird eine Entwicklung skizziert, in der sich der Verkäufer vom Käufer räumlich entfernt und per elektronischem Medium kommuniziert. Erste Untersuchungen haben gezeigt, daß diese Art des Vertriebes für den Verbraucher die Gefahr übereilter Kaufentscheidungen in sich birgt. Dies hat dazu geführt, daß mit der EG-Richtlinie zum Fernabsatz vom 20. Mai 1997 eine Basis mit Schutzzvorschriften zugunsten des Verbrauchers geschaffen worden ist, die zum Maßstab für die in diesem Bereich tätigen Unternehmen wird.

Die Richtlinie bedarf der Umsetzung in das nationale Recht bis zum 5. Juni 2000. Bisher sind noch keine deutschen Rechtsetzungsvorhaben veröffentlicht. Da den nationalen Gesetzgebern bei dieser Richtlinie nur wenig Spielraum zukommt, ist es sinnvoll, sich angesichts des verbleibenden kurzen Umsetzungszeitraums bereits jetzt mit den Regelungen der Richtlinie vertraut zu machen und die Geschäftspraxis im Internet darauf abzustimmen.

Die EG-Richtlinie zum Fernabsatz überträgt beispielsweise das aus dem Verbraucherkreditrecht bekannte Widerrufsrecht auf die Gestaltung der neuen Vertriebswege, wobei aber auch die klassischen Instrumente des Fernabsatzes, wie der Katalogvertrieb, mit erfaßt sind.

### **Anwendungsbereich**

Die Richtlinie findet Anwendung auf Vertragsabschlüsse im Fernabsatz. Maßgeblich ist der Vertragsabschluß mittels eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw. Dienstleistungssystems, und zwar unter der Verwendung von Fernkommunikationstechniken.

Die Verpflichtungen aus der Richtlinie richten sich an den sogenannten Lieferer. Diese für das deutsche Recht etwas ungewöhnliche Begriffsbestimmung resultiert daraus, daß die Richtlinie sowohl für Kauf-, Werk- und Dienstverträge gelten soll. Die Verwendung von Begriffen wie Verkäufer oder Werkunternehmen hätte daher zu kurz gegriffen.

### *Tatbestand des Fernabsatzes*

Das Fehlen der gleichzeitigen Anwesenheit von Käufer und Verkäufer definiert den Tatbestand des Fernabsatzes. Abgrenzungsschwierigkeiten zu Haustürgeschäften können sich jedoch ergeben, wenn beide Vertragsparteien im Zusammenhang mit dem Vertragsschluß zusammengetroffen sind. Beispielsweise könnte nach dem Haustürbesuch eines Vertreters eine telefonische Nachbereitung des Besuches erfolgen und dabei ein Vertrag zustande kommen. Zu denken wäre hier daran, daß sowohl die Regelungen zu Haustürgeschäften als auch zu Fernabsatzverträgen zur Anwendung kommen. Allerdings gelten hier für den Verbraucher unterschiedlich lange Widerrufsfristen. Es ist abzuwarten, wie der deutsche Gesetzgeber dieses Problem lösen wird.

### *Verwendung von Fernkommunikationstechniken*

Mit dem Begriff der Fernkommunikationstechnik, versucht die Richtlinie, eine möglichst große Bandbreite von Kommunikationsmitteln zu erfassen.

Als Fernkommunikationstechnik gilt jedes Kommunikationsmittel, das zum Abschluß eines Vertrages zwischen einem Verbraucher und einem Lieferer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden kann. Dazu wird auf eine beispielhafte Liste von Techniken in einem Anhang zur Richtlinie verwiesen, der neben den traditionellen Vertriebsmethoden des Katalog- und Versandhandels den Einsatz der elektronischen Medien über Internet-Shopping und E-Mail abdeckt. Diese

Liste ist nicht abschließend und offen für weitere, zukünftige Kommunikationsformen.

Unter Verwendung versteht die Richtlinie jeden Einsatz einer Fernkommunikationstechnik mit dem Ziel, einen Vertragsabschluß herbeizuführen. Würde beispielsweise ein Anbieter das Internet lediglich als Werbepattform nutzen und die Benutzer auffordern, die Produkte über die auf den Internetseiten angegebenen Vertragshändler zu beziehen, so liegt keine auf den Vertragsabschluß abzielende Verwendung einer Fernkommunikationstechnik vor.

### *Organisiertes Absatzsystem*

Es muß sich um ein organisiertes Fernabsatzsystem handeln. Damit sollen die Fälle ausgeschlossen werden, in denen Fernkommunikationstechniken nur gelegentlich von Verbrauchern genutzt werden. Dies wäre beispielsweise der Fall, wenn der Verbraucher direkt Bestellungen über das Online-Versandsystem der (Groß-)Buchhändler aufgibt.

Allerdings gilt das Tatbestandsmerkmal des organisierten Fernabsatzes bereits dann als erfüllt, wenn der Lieferer sich in seiner äußeren Darstellung, z.B. auf seiner Homepage, den Anschein gibt, als bediene er sich des Fernabsatzes. Dieses wäre der Fall, wenn er auf der Homepage auf einen Direktversand hinweist, die Bestellungen aber tatsächlich durch ein Netz örtlicher Händler ausführt.

### *Ausnahmen*

Vom Anwendungsbereich der Richtlinien ausgenommen sind alle Arten von Finanzdienstleistungen, die in einer gesonderten Richtlinie reglementiert werden sollen. Weiterhin findet die Richtlinie keine Anwendung auf den Vertrieb über Warenautomaten oder automatisierte Geschäftsräume. Des weiteren sind einige Geschäftsbereiche von vornherein vom Anwendungsbereich ausgenommen, wie beispielsweise Bau und Verkauf von Immobilien, die Lieferung von Lebensmitteln und Verträge über die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie der Freizeitgestaltung.

### **Informationsrecht des Verbrauchers**

Einer der Kernpunkte der Regelungen ist das Informationsrecht des Verbrauchers. Dieser soll durch umfassende Kenntnis vor übereilten Kaufentscheidungen geschützt werden. Die Vernachlässigung der

Informationsverpflichtung des Lieferers führt jedoch nicht zu einer Nichtigkeit des Vertrages. Verstöße ziehen vielmehr verlängerte Widerrufsfristen nach sich, ähnlich wie im Bereich der Haustürgeschäfte.

Der Lieferer muß den Verbraucher einerseits über seine eigene Identität aufklären (falls eine Vorauszahlung verlangt wird, ist die Anschrift anzugeben) und andererseits über die wesentliche Eigenschaft der Ware oder Dienstleistung. Darüber hinaus gehören Einzelheiten zur Vertragsabwicklung zum Umfang der Informationspflicht: Der Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich Steuern und Lieferkosten, die Zahlungs- und Liefermodalitäten, die Kosten für den Einsatz der Fernkommunikationstechnik, beispielsweise die beim Internet-Shopping verbrauchten Providergebühren, die Gültigkeit, Dauer des Angebots des Preises sowie die Mindestlaufzeit des Vertrages, wenn es sich um wiederkehrende Warenlieferungen bzw. Dienstleistungserbringungen handeln sollte. Auch muß der Verbraucher über sein Widerrufsrecht aufgeklärt werden.

Hinsichtlich der Art und Weise der Darbietung der Information gibt die Richtlinie vor, daß diese in klarer und unmißverständlicher Weise dargebracht werden muß. Dies könnte beispielsweise dann zu Schwierigkeiten führen, wenn das Angebot zum Vertragsabschluß in andere Sachinformationen eingebunden ist. Würden beispielsweise beim Angebot einer Buchreihe über die Tierwelt in Afrika zunächst ausführliche Darstellungen zu diesem Thema erfolgen, so könnte möglicherweise diese Darstellung Zweifel an einer klaren und verständlichen Präsentation des Vertragsangebots aufkommen lassen.

Zu beachten ist vom Lieferer auch, daß in den Mitgliedstaaten bestehende Schutzvorschriften, z.B. zum Schutz Minderjähriger, zu beachten sind. Droht hier ein Konflikt, wäre z.B. eindeutig darauf hinzuweisen, daß sich das Angebot nur an Personen ab einer bestimmten Altersgrenze richtet.

Zu beachten ist, daß der Verbraucher die Information vor Abschluß eines Vertrags erhalten muß. Es wäre beispielsweise unzulässig, Internetseiten zunächst mit einer Angebotsseite und einem daran sich unmittelbar anschließenden Bestellschein aufzumachen, ohne bereits beim Einstieg über die Identität des Lieferers zu informieren. Bedient sich der Lieferer zum Abschluß von Verträgen des Telefonmarketings, so muß er darauf achten, daß zu Beginn des Gespräches seine Identität und der kommerzielle Zweck des Anrufs ausdrücklich offen gelegt wird.

Hinsichtlich der Verständlichkeit der Informationen ist anzumerken, daß hier ein unterschiedliches Niveau der Vorkenntnisse des Kunden zu berücksichtigen ist. So sollte der Lieferer, der im Internet-Shopping auftritt, nicht davon ausgehen, daß alle potentiellen Kunden - anders als professionelle Internet-Surfer - mit den Möglichkeiten des Vertragsschlusses bereits vertraut sind.

Bei einer internationalen Erreichbarkeit stellt sich in bezug auf die Verständlichkeit das Sprachenproblem. So kann es notwendig sein, die Vertragsangebote in unterschiedlichen Sprachen bereitzustellen.

#### *Schriftliche Information*

Scheinbar im Widerspruch zur Flexibilität der modernen Medien steht die Verpflichtung des Lieferers, die für den Verbraucher bereitgehaltenen Informationen diesem nach Vertragsschluß, aber vor Erfüllung des Vertrages (Lieferung), schriftlich zu übermitteln. Alternativ zur Schriftform kann auch die Übersendung auf einem dauerhaft verfügbaren Datenträger, z.B. einer CD-ROM, erfolgen.

Diese nachgeschaltete Informationsverpflichtung beinhaltet allerdings zum Teil von der vorherigen Unterrichtung verschiedene Informationsinhalte. Zu übermitteln sind die Belehrung über das Widerspruchsrecht, die Angabe eines Ansprechpartners, der in Gewährleistungsfällen die Beanstandung des Verbrauchers aufnehmen kann, Informationen über Kundendienst und die Garantiebedingungen sowie bei auf Dauer angelegten vertraglichen Verpflichtungen z.B. Informationsabonnements, Informationen über die Kündigungsbedingungen (bei unbestimmter Vertragsdauer oder mehr als einjähriger Vertragsdauer).

Von der technischen Abwicklung würde es sich dabei anbieten, diese schriftliche Bestätigung mit den jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Lieferanten zu verbinden. Eine solche Koppelung ist jedoch nicht zulässig.

#### **Widerrufsrecht**

Neben der Information vor Vertragsabschluß steht dem Verbraucher als weiteres Schutzinstrument dem Verbraucher ein Widerrufsrecht nach Vertragsschluß zu. Das Widerrufsrecht steht dem Verbraucher jedoch nicht bei allen Verträgen zu. Verträge, die im besonderen Maße auf eine unverzügliche Abwicklung angewiesen sind, bleiben vom Widerruf ausgenommen. Dies sind beispielsweise individuell ausgerichte-

te Warenlieferungen oder Warenlieferungen von Audio- und Videoaufzeichnungen oder Software, die vom Verbraucher bereits entsiegelt wurden.

#### *Widerrufsfristen*

Das Widerrufsrecht enthält verschiedene Fristen, die davon abhängen, ob die Informationen vor Vertragsschluß ordnungsgemäß erfolgen.

Ist dies der Fall steht dem Verbraucher eine Widerrufsfrist von sieben Werktagen zur Verfügung. Die Festlegung einer Frist von sieben Werktagen ist dabei problematisch. Die einzelnen Mitgliedsstaaten definieren den Begriff des Werktages unterschiedlich. Es wird hierzu noch eine klarstellende Erklärung einer einheitlichen Berechnungsmethode erwartet. Die Frist beginnt bei Warenlieferung mit dem Tag des Wareneingangs beim Verbraucher und bei Dienstleistungen mit dem Tag des Vertragsschlusses. Sollte der Lieferer den Verbraucher nur in unzureichender Weise informiert haben, so steht letzterem eine Widerrufsfrist von drei Monaten zu.

#### *Abwicklung bei Widerruf*

Im Falle des Widerrufs trägt der Verbraucher die Kosten für die Rücksendung der Waren. Dem Lieferer stehen keine weiteren Entschädigungsansprüche zu. Sollte der Verbraucher bereits Leistungen auf den Vertrag erbracht haben, so hat der Lieferer diese Zahlung zurückzuerstatten.

#### **Kreditverträge**

Trotz der grundsätzlichen Ausnahme der Finanzdienstleistungen vom Geltungsbereich der Fernabsatzrichtlinie besteht eine Verbindung zu Finanzierungsgeschäften. Ist im Zusammenhang mit dem Fernabsatz auch ein Kreditvertrag geschlossen worden, so legt die Richtlinie fest, daß dieser entschädigungsfrei aufzulösen ist. Gedacht ist dabei an zwei Varianten: Die Finanzierung des Preises der Ware oder Dienstleistung zu 100 % erfolgt durch einen vom Lieferanten gewährten Kredit oder durch einen Dritten, der aufgrund einer Vereinbarung zwischen ihm und dem Lieferer handelt. Die Einzelheiten der Auflösung des Kreditvertrages bleiben der Festlegung durch die Mitgliedsstaaten vorbehalten.

#### **Vertragsdurchführung**

Die Richtlinie setzt nicht nur bei der Vorbereitung des Vertragsschlusses und dem Vertragsschluß selbst

an, sondern enthält auch Bestimmungen zur Vertragsdurchführung.

So wird eine Lieferfrist von dreißig Tagen ab dem Tag, an dem der Verbraucher dem Lieferer seine Bestellung übermittelt hat, als verbindlicher Erfüllungszeitraum vorgesehen. Es bleibt dem Lieferer allerdings die Möglichkeit, durch vertragliche Vereinbarung eine andere Frist zu vereinbaren. Ausgeschlossen sind jedoch solche Fristvereinbarungen, die zu einer unbestimmten Frist führen. Dies wäre beispielsweise der Fall, wenn der Lieferer zu einer Lieferung "abhängig von der Zulieferung der Rohstoffe" verpflichtet ist.

Für den Fall der Nichtverfügbarkeit der Ware hat der Lieferer den Verbraucher davon zu unterrichten und etwaige geleistete Anzahlungen möglichst frühzeitig, jedoch spätestens nach Ablauf von dreißig Tagen, zurückzuerstatten.

Die Richtlinie sieht weiter vor, daß im Fall der Nichterfüllung die Mitgliedstaaten vorsehen können, daß der Lieferer dem Verbraucher eine qualitätsmäßig und preislich gleichwertige Ware liefert oder eine entsprechende Dienstleistung erbringen kann. Diese Möglichkeit der Änderung der vertraglich vereinbarten Leistung muß allerdings vor Vertragsschluß vorgesehen werden. Dieser Änderungsvorbehalt hat in klarer und verständlicher Form zu erfolgen.

### **Kreditkartenzahlung**

Verbunden mit dem Fernabsatz ist ferner eine zunehmende Zahl von Kreditkartenzahlungen. Um dort Mißbräuchen vorzubeugen, erhält der Verbraucher ein Storno- bzw. Erstattungsrecht, wenn es zu einer sogenannten betrügerischen Verwendung der Kreditkarte kommt. Es muß dabei kein strafrechtliches Delikt vorliegen; genügen soll vielmehr eine Nutzung, die der weisungsgerechten Verwendung der Kreditkarte widerspricht.

### **Aggressive Werbepraktiken**

Die Richtlinie setzt nicht erst beim Vertragsabschluß an, sondern schon bei der Bewerbung des Fernabsatzes. Ohne die vorherige Zustimmung des Betroffenen dürfen Voicemail-Systeme oder die Bewerbung per Telefax nicht eingesetzt werden. Andere Systeme unterliegen einem Widerspruchsrecht des Verbrauchers. Dazu gehört das unaufgeforderte Bewerben am Telefon, das derzeit nach deutschem Wettbewerbsrecht rechtlich bedenklich ist; in ande-

ren Mitgliedstaaten gilt bereits jetzt eine demgegenüber liberalere Praxis.

Die Zusendung unbestellter Ware oder die Erbringung unbestellter Dienstleistungen wird verboten.

### **Durchsetzung von Rechten**

Die Fernabsatzrichtlinie gibt kaum Spielraum für vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten. Es wird ausdrücklich vorgesehen, daß der Richtlinieninhalt nicht abdingbar ist. Verbraucherverbände sollen eine Klagebefugnis erhalten.

15. Mai 1999

[www.caston.info](http://www.caston.info)

Mehrere tausend Beiträge zu Recht & Wirtschaft International finden Sie kostenfrei im Internet bei [caston.info](http://caston.info). Dort können Sie nach Schlagwort und Sachgebieten recherchieren.

Unsere Titelliste erhalten Sie auch per Fax.

### **IMPRESSUM**

#### *HERAUSGEBER*

HERFURTH & PARTNER, Rechtsanwälte GbR  
Hannover · Göttingen · Brüssel; [www.herfurth.de](http://www.herfurth.de)

#### *REDAKTION (Hannover)*

verantw.: Ulrich Herfurth, Rechtsanwalt (D), Klaus J. Soyka, Dipl. rer. pol.; Heike Thürnagel, Rechtsanwältin; Kenneth S. Kilimnik, Attorney at Law (USA); Claudia Beckert, Rechtsanwältin; Jens-Uwe Heuer, Rechtsanwalt; Véronique Demarne, Juriste (F); Cécile Teissier, Juristin (D), D.E.U.G. Droit (F); Dr. jur. Konstadinos Massuras, Rechtsanwalt u. Dikigoros (GR); Susana Crizol Diaz, Abogada (S); Beate Seklejtshuk, Dipl.-Juristin (GUS); Michail B. Chidekel LL.M., Advokat (RUS); JUDr. Yvona Rampáková, Kommerzanwältin (ČR); Girana Anuman-Rajadhon, Rechtsanwältin; Lijun Cao, Bac. Iur (CHIN), Mag. Jur. (D)

#### *KORRESPONDENTEN (Ausland)*

in Amsterdam, Athen, Barcelona, Brüssel, Budapest, Bukarest, Helsinki, Istanbul, Kopenhagen, Lissabon, London, Luxemburg, Madrid, Mailand, Moskau, Oslo, Paris, Prag, Sofia, Stockholm, Warschau, Wien, Zagreb, Zug, New York, Washington, Toronto; Sao Paulo, Santiago, Dubai, Bombay, Bangkok, Peking, Hongkong, Singapur, Sydney, Tokio, Kairo, Johannesburg.

#### *VERLAG*

CASTON Wirtschaftsdienst GmbH,  
Luisenstr. 5, D - 30159 Hannover,  
Telefon 0511 - 30756-50, Telefax 0511 - 30756-60  
eMail [info@caston.info](mailto:info@caston.info); Internet [www.caston.info](http://www.caston.info)

Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen; die Haftung ist auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber.