

Stellungnahme

zum Formulierungsvorschlag zur Regelung sog. Kostenfallen im Internet im Rahmen der Richtlinie über Rechte der Verbraucher

Die Bundesregierung überlegt, weitere Regelungen zu sog. Kostenfallen im Internet im Rahmen der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher einzuführen. Die vorgeschlagenen Änderungen in Art. 11 Abs. 1 RL-E als auch in Art. 31 Abs. 4 RL-E zielen darauf ab, die Kostenpflichtigkeit von Angeboten im Internet zu verdeutlichen. Anlass der Gesetzesinitiative sind vermehrte Beschwerden über unseriöse Anbieter, die entweder keinerlei Kostenhinweise bei entgeltlichen Angeboten im Internet erteilen oder die Kostenhinweise so verstecken, dass sie vom Nutzer nicht wahrgenommen werden.

Die Wettbewerbszentrale erhält seit geraumer Zeit Beschwerden zu derartigen sog. Kostenfallen und hat als klagebefugte und unabhängige Institution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb in diesem Bereich bereits umfangreiche Erfahrungen bei der Rechtsverfolgung sammeln können. Wir nehmen daher gerne die Gelegenheit wahr, aus Sicht der Praxis zu dem Vorschlag für eine gesetzliche Änderung Stellung zu nehmen.

a) bisherige Tätigkeit der Wettbewerbszentrale bzw. des Deutschen Schutzverbandes gegen Wirtschaftskriminalität (DSW)

Die Wettbewerbszentrale konnte im Zusammenhang mit sog. Kostenfallen im Internet gegenüber den verantwortlichen Anbietern **Unterlassungsansprüche** erfolgreich durchsetzen.

Der Unterlassungsanspruch wurde – je nach Sachverhalt – auf die folgenden rechtlichen Grundlagen gestützt:

- Mangelnde Preistransparenz

Fall: Der Hinweis auf die Kostenpflichtigkeit des Angebots erfolgt nicht oder nur unzureichend. (betrifft in der Regel alle Beschwerden zu dieser Thematik)

Anspruchsgrundlage: § 1 Abs. 6 Preisangabenverordnung in Verbindung mit § 4 Nr. 11, § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG

- Unzulässige Kopplung eines Gewinnspiels mit der Inanspruchnahme einer Dienstleistung
Fall: Dem Betroffenen wird bei Registrierung auf der Webseite ein Gewinn in Aussicht gestellt.
Diesen erhält er jedoch nur dann, wenn er eine vertragliche Bindung eingeht.
Anspruchsgrundlage: § 4 Nr. 6 UWG
- Mangelnde Transparenz der Bedingungen bei Inanspruchnahme von Verkaufsförderungsmaßnahmen (Rabatte, Zugaben)
Fall: Der Hinweis auf den Abschluss eines Abonnements erfolgt versteckt oder lediglich in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen
Anspruchsgrundlage: § 4 Nr. 4 UWG
- Unzulässige Vorleistungsklausel hinsichtlich der Zahlungsabwicklung
Fall: Der Betroffene muss bei Abschluss des Vertrages zunächst mit nicht unerheblichen Kosten in Vorleistung treten.
Anspruchsgrundlage: §§ 614, 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB in Verbindung mit § 4 Nr. 11 UWG
- Haftungsausschluss im Hinblick auf die zur Verfügung gestellten Informationen
Anspruchsgrundlage: §§ 614, 307 Abs. 2 Nr. 2 BGB in Verbindung mit § 4 Nr. 11 UWG
- Unregelmäßigkeiten bei der Widerrufsbelehrung; keine Belehrung in Textform
Anspruchsgrundlage: §§ 126 b, 355 Abs. 2, 357 BGB in Verbindung mit § 4 Nr. 11 UWG

In vielen Fällen haben die Anbieter eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben und den Internetauftritt geändert. Der Verstöße konnten demnach zügig und außergerichtlich beigelegt werden. Im Falle der Nichteinhaltung wurden Sanktionen verhängt. In anderen Fällen hat die Wettbewerbszentrale bzw. der DSW den Unterlassungsanspruch gerichtlich durchgesetzt.

In diesem Zusammenhang möchten wir auf folgende Pressemitteilung und Newsbeiträge zu einzelnen Verfahren Hinweisen:

http://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=842 (News vom 21.01.09 zu 2 Urteilen des OLG Frankfurt)

http://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=651 (News vom 02.07.07 zu einem Urteil des LG Berlin)

http://www.wettbewerbszentrale.de/de/presse/pressemitteilungen/_pressemitteilung/?id=132

(Pressemitteilung vom 24.05.07 zu einem Urteil des LG Darmstadt hinsichtlich eines Vertragsstrafeanspruchs mit Links zu weiteren Hintergrundpapieren)

http://www.wettbewerbszentrale.de/de/_pressemitteilungen/?id=142 (vom 31.10.07, Urteile LG Frankfurt, bestätigt durch OLG Frankfurt, sh. Pressemitteilung vom 21.01.09)

In drei Verfahren hat die Wettbewerbszentrale zusätzlich zu den Unterlassungsansprüchen **Gewinnabschöpfungsansprüche** nach § 10 UWG geltend gemacht. Dieser Anspruch muss grundsätzlich im Wege der Stufenklage (zunächst Auskunft, dann Gewinnabführung) durchgesetzt werden. In einem dieser Fälle musste die Vollstreckung eingestellt werden, da keine ladungsfähige Anschrift recherchiert werden konnte. Die beiden weiteren Fälle sind noch hinsichtlich des Auskunftsanspruchs anhängig: die Gegenseite hat gegen die Entscheidungen des OLG Frankfurt Nichtzulassungsbeschwerde beim BGH eingereicht.

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass sog. Kostenfallen nach aktueller Gesetzeslage unzulässig sind und mit dem wettbewerbsrechtlichen Instrumentarium der Abmahnung bzw. der Klage durch klagebefugte Einrichtungen wie die Wettbewerbszentrale erfolgreich unterbunden werden können.

b) Nutzen weiterer gesetzlicher Regelungen?

Die im Rahmen der Bundesregierung diskutierten Formulierungsvorschläge zielen darauf ab, die Kostenpflichtigkeit von bestimmten Angeboten im Internet zu verdeutlichen. Dies soll dadurch erreicht werden, dass der Verbraucher vor Abgabe dessen Vertragserklärung in hervorgehobener Form auf die Kostenpflichtigkeit hingewiesen wird und die Kenntnisnahme des Hinweises bestätigen muss (sog. Button-Lösung).

aa) Hinweis auf Kostenpflichtigkeit des Angebots

Auch wenn in der Theorie eine sog. Button-Lösung selbstverständlich geeignet ist, eine Irreführung über die Kostenpflichtigkeit zu vermeiden, muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass eine Irreführung über die Kostenpflichtigkeit auch dann vermieden werden könnte, wenn die betroffenen Anbieter die Vorgaben der Preisangabenverordnung einhalten würden.

In diesem Zusammenhang wird auf folgende bestehende Regelungen hingewiesen:

Nach **§ 1 Abs. 1 Preisangabenverordnung** muss derjenige, der gegenüber Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig Waren oder Leistungen anbietet oder für Waren oder Leistungen unter

der Angabe von Preisen wirbt, Endpreise angeben. Diese Angaben müssen nach **§ 1 Abs. 6 Preisangabenverordnung** den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen. Sind also Preisangaben erforderlich, müssen diese „dem Angebot oder der Werbung eindeutig zuzuordnen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar“ gemacht werden.

Weitere speziell auf **Fernabsatzverträge** zugeschnittene Informationspflichten sind in **§ 1 BGB-InfoVO** geregelt. Diese Informationspflichten müssen gemäß **§ 312 c BGB vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers** klar und verständlich zur Verfügung gestellt werden. Zu den Informationspflichten gehören unter anderem die Mindestlaufzeit des Vertrags (§ 1 Nr. 5 BGB-InfoVO) sowie der Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung (§ 1 Nr. 7 BGB-Info-VO).

Mit der Preisangabenverordnung, der BGB-Info-VO sowie dem Irreführungsverbot nach § 5 UWG existieren umfassende gesetzliche Regelungen, um den Verbraucher vor einer Täuschung über die Kostenpflichtigkeit eines Angebots zu schützen. Eine Regelungslücke ist nicht zu erkennen. Die vorgenannten Regelungen haben sich darüber hinaus in der aktuellen Form in der Rechtsdurchsetzung bewährt. Vollzugsdefizite existieren hinsichtlich dieser Normen nicht.

Da Anbieter sog. Kostenfallen in der Regel in betrügerischer Absicht handeln und sich bewusst über geltendes Recht hinwegsetzen, ist nicht davon auszugehen, dass eine weitere gesetzliche Regelung zur Preistransparenz derartige schwarzen Schafe von ihren Machenschaften abhalten wird. Vielmehr ist in diesem Bereich eine konsequente Anwendung der bestehenden Regelungen angezeigt.

Der Nutzen einer weiteren gesetzlichen Regelung ist somit nicht zu erkennen, zumal die Formulierungsvorschläge überwiegend bestehende Regelungen wiederholen (Hinweis auf Kostenpflichtigkeit).

bb) Einführung einer Bestätigungspflicht bei kostenpflichtigen Angeboten

Neu ist lediglich der in Art. 11 Abs. 1 b) RL-E gemachte Vorschlag, wonach die Bestellung im Internet erst dann möglich sein soll, nachdem der Verbraucher bestätigt hat, dass er auf die Kostenpflichtigkeit des Angebots hingewiesen wurde. Die Einführung einer allgemeinen Bestätigungspflicht für alle im Internet geschlossenen Verträge erscheint jedoch unverhältnismäßig.

Zu Bedenken ist, dass die vorgeschlagene Bestätigungslösung nicht nur für sog. Kostenfallen gelten würde, sondern **für alle Fernabsatzverträge über Waren und Dienstleistungen im Internet**. Jeder Betreiber eines Online-Shops, der Waren des täglichen Bedarfs vertreibt, müsste nach dem Formulierungsvorschlag also zusätzlich zu seiner ohnehin gebotenen und in der Regel evidenten Preisauszeichnung den Verbraucher darauf hinweisen, dass er ein kostenpflichtiges Geschäft abschließt

Wettbewerbszentrale

und müsste sich dies vor Vortragsschluss bestätigen lassen. Bei einem Online-Shop, der Waren vertreibt, ist für den Verbraucher jedoch offensichtlich, dass er die ausgesuchte Ware nur gegen Entgelt erwerben kann. Eine Bestätigungslösung würde dem Verbraucher daher keinerlei Vorteile bieten. Für den Betreiber des Online-Shops hingegen würden jedoch erhebliche Kosten entstehen, um seinen Internetauftritt umzugestalten und eine Bestätigungsmöglichkeit einzurichten. Dies erscheint unverhältnismäßig, zumal der Wettbewerbszentrale keine Beschwerden zu Online-Shops vorliegen, die über die Kostenpflichtigkeit des Angebots täuschen würden.

Im Ergebnis kann die Wettbewerbszentrale derzeit nicht erkennen, dass die vorgeschlagene gesetzliche Regelung geeignet wäre, die Anzahl unzulässiger Kostenfallen im Internet einzudämmen oder die Rechtsverfolgung zu erleichtern. Zielführend kann vielmehr nur die weitere konsequente Rechtsverfolgung anhand der existierenden gesetzlichen Verbote und Ausschöpfung der bestehenden Durchsetzungsinstrumente sein.

Berlin, den 20. April 2009

Kontakt

Wettbewerbszentrale Büro Berlin

RAin Jennifer Beal

Danckelmannstr. 9

14059 Berlin

Telefon: 030 – 326 5656

Telefax: 030 – 326 5655

E-Mail: beal@wettbewerbszentrale.de