

VERBRAUCHERSCHUTZ BEI VERTRAGSABSCHLÜSSEN AUSSERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN - ZU EINEM TEILASPEKT DER DEUTSCHEN UND EUROPÄISCHEN VERBRAUCHERRECHTSENTWICKLUNG

Von

Prof. Dr. Peter GILLES

Professor am Fachbereich Rechtswissenschaft der Universität
Frankfurt a.M.

Schon seit mehr als einem Jahrzehnt steht das Thema des "Verbraucherschutzes" im Mittelpunkt rechtswissenschaftlichen, und rechtspolitischen Interesses. Das gilt für die Bundesrepublik Deutschland ebenso wie für die Türkei und andere marktwirtschaftlich organisierte Industrienationen der westlichen und östlichen Welt.

War es auch noch in der Bundesrepublik Deutschland vor einigen Jahren eine offene Frage, ob es sich bei diesem "Verbraucherschutz" bislang nur um ein blosses "Schlagwort" oder bereits um ein allgemein anerkanntes "Rechtsprinzip" handelte¹, so lässt sich heute jedenfalls nur mehr schwerlich bestreiten, dass der Schutz des Verbrauchers vor Risiken aus "typischen Ungleichgewichtslagen"² zwischen Anbietern und Kunden, wie wir sie in unserem Wirtschaftsleben allenthalben vorfinden, zu einer tragen-

1) Zur Terminologie vgl. K. SIMITIS, Verbraucherschutz - Schlagwort oder Rechtsprinzip?, 1976.

2) Zur Terminologie vgl. neuestens LIEB, "Sonderprivatrecht bei typischen Ungleichgewichtslagen? Überlegungen zum Anwendungsbereich der sog. Inhaltskontrolle privatrechtlicher Verträge", AcP 178 (1978), S. 196 ff und dazu REBE, JA 1978, S. 391 ff.

den und durchschlagenden Rechtsidee geworden ist, die unser gesamtes tradiertes Privatrechtssystem tiefgreifend beeinflusst.

Von welcher herausragenden Aktualität das Thema nach wie vor ist, beweisen nicht nur die zahllosen einschlägigen wissenschaftlichen Abhandlungen zum Verbraucherrecht und die Flut verbraucherrechtsrelevanter Gerichtsentscheidungen, sondern auch und vor allem die ausserordentlichen *Aktivitäten des Gesetzgebers* auf diesem Gebiet, die sich inzwischen in zahlreichen neuen Sondergesetzen, vielzähligen totalen, partiellen oder punktuellen Änderungen bestehender Regelungen als auch in einer ansehnlichen Zahl von Gesetzgebungsentwürfen niedergeschlagen haben. Um jene fast schon "hektisch" zu nennende legislatorische Betriebsamkeit zu veranschaulichen, seien hier nur einmal die wichtigsten Neuerungen und Vorschläge der letzten fünf Jahre - und auch nur diejenigen auf dem Gebiet des Zivilrechts - aufgezählt:

- Gerichtsstandnovelle zur Zivilprozessordnung 1974)³
- Zweite Novellierung des Abzahlungsgesetzes (1974)⁴
- Neufassung des Wuchertatbestandes (§ 138 BGB) im Bürgerlichen Gesetzbuch (1976)⁵
- Verabschiedung des Fernunterrichtschutzgesetzes (1976)⁶
- Verabschiedung des Gesetzes über die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (1976)⁷
- Einfügung eines kaufvertraglichen und werkvertraglichen Nachbesserungsanspruchs des Kunden (§§ 476 a, 633 II 2 BGB) in das Bürgerliche Gesetzbuch (1976)⁸
- Neuvorlage eines Gesetzesentwurfs über den Widerruf von

3) Gesetz zur Änderung der Zivilprozessordnung (ZPO) vom 21.3.1974 (BGBl I, S. 753).

4) Zweites Gesetz zur Änderung des Abzahlungsgesetzes (AbzG) vom 15.5.1974 (BGBl I, S. 1169).

5) Erstes Gesetz zur Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität (1. WiKG) vom 29.7.1976 (BGBl I, S. 2034).

6) Gesetz zum Schutz der Teilnehmer am Fernunterricht (FernUSG) vom 24.8.1976 (BGBl I, S. 2525).

7) Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBG) vom 9.12.1976 (BGBl I, S. 3317).

8) Eingefügt in das BGB durch das AGBG (N. 7).

- Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften (1977)⁹, über den im folgenden ausführlicher berichtet werden soll,
- Gesetzesentwurf der Bundesregierung zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (1978)¹⁰
 - Regierungsentwurf eines Gesetzes über den Vertrieb von Anteilen an Vermögensanlagen (1978)¹¹ in Ergänzung bereits bestehender Anlegerschutzgesetze¹²
 - Einfügung eines neuen, am 1.10.1977 in Kraft getretenen Reisevertragsrechts in das Bürgerliche Gesetzbuch (1979)¹³ und neustens der
 - Regierungsentwurf eines Gesetzes über finanzierte Rechtsgeschäfte und über Maklerverträge (1978)¹⁴, der eine Neuregelung den fremdfinanzierten Warenumsatz- und Dienstleistungsgeschäfte¹⁵, eine erweiternde Neufassung des

-
- 9) Entwurf eines Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften u. ähnlichen Geschäften vom 24.2.1977 (BT - Drucks, 8/130).
 - 10) Entwurf der Bundesregierung zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 29.9.1978 (BT - Drucksache 8/2145).
 - 11) Entwurf der Bundesregierung über den Vertrieb von Anteilen an Vermögensanlagen vom 2.1.1978 (BT - Drucksache 8/1405).
 - 12) Vergl. Gesetz über den Vertrieb ausländischer Investmentanteile (AuslInvestmG) vom 28.7.1969 und Gesetz über Kapitalgesellschaften (KAGG) in der Fassung von 28.7.1969 (BGBl I, S. 986).
 - 13) Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs (Reisevertragsgesetz) vom 4.5.79 (BGB I, S. 509), vergl. hierzu BARTL, "Das neue Reisenvertragsrecht", NJW 1979, 1384 ff.
 - 14) Regierungsentwurf eines Gesetzes über finanzierte Rechtsgeschäfte und über Maklerverträge vom 11.5.1979 (Bundesrats-Drucksache 220/79) und hierzu GILLES, "Verbraucherpolitische Vertragsrechtsreformen im Bürgerlichen Gesetzbuch - Zum neuen Regierungsentwurf eines Gesetzes über finanzierte Rechtsgeschäfte und über Maklerverträge", ZRP 1979, Heft 12.
 - 15) Vergl. hierzu GILLES, "Der sog. Einwendungsdurchgriff bei finanzierten Umsatz- und Dienstleistungsgeschäften als rechtspolitisches und methodisches Problem", JZ 1975, S. 305 ff; ders., "Das B - Geschäft lebt - Anmerkungen zu dem verfrühten Nachruf von Scholz auf eine noch weithin praktizierte Form des Konsumentenkredits", JZ 1975, S. 727 ff.

allgemeinen Maklerrechts sowie dessen Ergänzung um Sonderregelungen für die Wohnungs-,¹⁶ Darlehns-,¹⁷ und Ehevermittlung¹⁸ vorsieht.

Hier soll nun nicht etwa kritisiert werden, dass sich der deutsche Gesetzgeber überhaupt in diesem weiten Umfang und auf derart intensive Weise einer ganzen Anzahl von "sozialen Schwerefeldern" des Verbraucherschutzes annimmt. Was hier lediglich beanstandet werden soll, ist das offenbare Fehlen eines richtungsweisenden *gesamtheitlich konzipierten Regelungsprogramms*. Der Mangel an einem solchen rechtspolitischen Gesamtkonzept hat nämlich inzwischen auf dem Sektor des deutschen Verbraucherrechts zu einer solchen *Normenvielfalt* und einer solchen *Rechtszersplitterung* geführt, dass es selbst für den Fachjuristen immer schwerer wird, diesen Regelungswirrwarr zu durchschauen und mit den damit verbundenen Interpretations-, Abgrenzungs- und Konkurrenzproblemen fertig zu werden.

Es ist deshalb sehr zu begrüßen, dass in neuerer und neuesten Zeit seitens der Zivilrechtswissenschaft, aber auch inzwischen seitens der Legislative, verstärkte Anstrengungen unternommen werden, aus der Fülle — wenn nicht bereits Überfülle — verbraucherrechtlicher Regelungen und Spezialbestimmungen tragende Prinzipien und allgemeine Leitlinien herauszuarbeiten, die auf ein vereinheitlichendes — in seiner Selbständigkeit etwa der eigenen Rechtskategorie des Arbeitsrechts vergleichbares — "*allgemeines Verbraucherrecht*" zu steuern¹⁹.

16) Zur bisherigen Rechtslage vergl. Art. 9 (Gesetz zur Regelung der Wohnungsvermittlung) des Gesetzes zur Verbesserung des Mietrechts vom 4.11.1971 (BGBl I, S. 1745).

17) Dazu neuestens REIFNER/WEITZ/UESSELER, *Tatsachen zum Verbraucherschutz im Konsumentenkredit*, 1978, S. 167 ff.

18) Vgl. hierzu GILLES, "Zur aktuellen Zivilrechtsproblematik gewerbsmässiger Ehevermittlung", JZ 1972, S. 377 ff; ders., *Handbuch des Verbraucherrechts (HdVR)*, 1976, Gruppe: "Ehevermittlung"; ders., *Gewerbsmässige Ehevermittlung. Rechtsgrundlagen und Rechtsanwendung*, 1977.

19) Vgl. hierzu REICH, "Zivilrechtstheorie, Sozialwissenschaften und Verbraucherschutz", ZRP 1974, S. 187 ff, ZRP 1974, S. 187 ff unter Berufung auf L. RAISER, *Die Zukunft des Privatrechts*,

Soweit zum allgemeinen Entwicklungsstand des deutschen Verbraucherrechts²⁰.

Im folgenden sei nun ein Geschäftsbereich herausgegriffen, der ganz besondere Kundenschutzprobleme aufwirft und um deren Regulierung man sich sowohl in der Bundesrepublik als auch auf europäischer Ebene schon seit einigen Jahren bemüht. Gemeint ist der Bereich der *Geschäfte "an der Haustür"* oder allgemein der *"Vertragsabschlüsse ausserhalb von Geschäftsräumen"*.

1. Zur rechtstatsächlichen Problematik sog. "Haustürgeschäfte" und ähnlicher Geschäfte

Alle marktwirtschaftlich orientierten Industrienationen kennen das Phänomen des Vertriebs von Waren oder des Angebots von Leistungen "an der Haustür" oder in der Wohnung des Kunden, auf der Strasse oder am Arbeitsplatz, auf Werbeveranstaltungen oder Ausflugsfahrten, das heisst also allgemein das Phänomen von Warenumsatz- oder Dienstleistungsgeschäften "*ausserhalb der Geschäftsräume*" des Anbieters. Für diese Geschäftsform ist *typisch*, dass hier in Abweichung von den üblichen Rollen- und Verhaltensmustern bei Geschäften "innerhalb von Geschäftsräumen" des Anbieters von Waren und Leistungen die *Initiative* zu den Vertragsverhandlungen in der Regel allein von dem *Gewerbetreibenden* bzw. — und so ist es rechtstatsächlich zumeist der Fall — von einem seiner *Vertreter* ausgeht. Der Kunde wird dabei mit dem Vertragsangebot regelrecht "überfallen", weil er weder mit einem solchen gerechnet noch sich auf dieses zuvor genügend vorbereitet hatte. Dieses sog. "*Überraschungsmoment*" nutzt der Anbieter gezielt aus, wobei der Kunde nicht selten durch den oft psychologisch besonders geschulten Vertreter mittels raffinierter Überredungskünste und gelegentlich auch

1971 und hierzu neuestens auch H.P. WESTERMANN, "Sonderprivatrechtliche Sozialmodelle und allgemeines Vertragsrecht", AcP 178 (1978), S. 156 ff. Siehe auch A. WOLF, "Weiterentwicklung und Überarbeitung des Schuldrecht", JRP 1978, S. 249 ff.

20) Zur Gesamtentwicklung siehe jetzt auch GILLES, "Zur neueren Verbraucherschutzgesetzgebung in ihrem Verhältnis zum klassischen Privatrecht, JA 1980, S. 1 ff.

mittels rüder und aggressiver physischer Belästigungen zu einem Vertragsabschluss gedrängt wird. Wie rechtstatsächliche Untersuchungen belegen, findet sich der situationsbedingt regelmässig unterlegene Kunde dabei oft genug nur deshalb zur Abnahme von Waren oder Leistungen bereit, weil er den aufdringlichen Vertreter anders nicht loswerden kann. Der Kunde wird mit anderen Worten "psychisch" — wenn nicht sogar physisch — zu einem Vertragsabschluss "gezwungen", ohne wie sonst eine hinreichende Überlegungsfrist und die Möglichkeit gehabt zu haben, Preis und Qualität der angebotenen Waren oder Leistungen mit anderen Marktangeboten zu vergleichen. Bei den sog. Haustürgeschäften tritt also die auch sonst häufig genug zu beobachtende "*Ungleichheit der Verhandlungspositionen*" und die "*Beeinträchtigung der Entschliessungsfreiheit*" des Kunden mit besonderer Schärfe hervor. Ein weiteres charakteristisches Merkmal dieser Geschäftsform ist es, dass der Kunde oft Waren erwirbt oder Dienstleistungen akzeptiert, für die er entweder überhaupt keinen Bedarf hat oder die qualitativ minderwertig bzw. überteuert sind. Schliesslich ist von besonderer Bedeutung auch der Umstand, dass den meist auf Provisionsbasis arbeitenden Abschlussvertretern oder Vertragsvermittlern "im Aussendienst" nicht selten jedes Mittel recht ist, um zu einem Vertragsabschluss und damit zu ihrer Provision zu kommen. Die Tatsache, dass Vertreter um der Provision willen selbst vor illegalen Methoden nicht zurückschrecken, ist seit langem bekannt, und gerade auf dem hier geschilderten Geschäftssektor der "Vertragsabschlüsse an der Haustür" treffen wir in überdurchschnittlich hoher Zahl auf unseriöse, rechtswidrige, ja kriminelle Handlungen sowie auf massenhafte Verstösse gegen das Vertrags-, Wettbewerbs- und Gewerberecht.

Eine im Auftrag des Bundesjustizministeriums am Münchener Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Patent-, Urheber- und Wettbewerbsrecht inzwischen durchgeführte *empirische Untersuchung*²¹ über die Praxis der Verbraucherverbände in der Bundesrepublik Deutschland hat ergeben, dass von den bei den

21) Vgl. v. FALCKENSTEIN, Die Bekämpfung unlauterer Geschäftspraktiken durch Verbraucherverbänden, 1977; ders., "Praktische Erfahrungen mit der Verbraucherverbandsklage in Deutschland", ZVP 1977, S. 197 ff.

einzelnen Verbraucherschutzverbänden jährlich eingehenden rund 80.000 Kundenreklamationen ca. 20.000 Reklamationen Geschäftspraktiken betreffen, die unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten bedenklich sind. Unter den aufgrund einer genaueren Analyse von rund 700 Einzelvorgängen festgestellten Wettbewerbsverstößen insbesondere gegen die §§ 1-4 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), stellen mit etwa 14 % die Fälle der sog. "unaufgeforderten Vertreterbesuche", bei denen sich Vertreter auf mannigfache Weise durch Täuschungsmanöver Zutritt zur Wohnung des Kunden verschaffen, die Spitzengruppe dar. Weiter wurde herausgefunden, dass gerade bei den sog. Haustürgeschäften diese und andere Wettbewerbsverletzungen besonders massiert auftreten und ein unlauteres Geschäftsgebaren bei ganz bestimmten Branchen fast schon "branchentypisch" ist. Hier handelt es sich besonders um Zeitschriften-, Lexika- und Buchlubwerber, Wäsche-, Möbel- und Elektrowarenverkäufer sowie um den Handel mit kleineren Gebrauchsartikeln wie insbesondere mit pharmazeutischen Erzeugnissen, was den Bereich des Warenumsatzes anbetrifft, und um Versicherungsgeschäfte, Fernlehrgänge und Ehevermittlungen, was den Dienstleistungssektor anbelangt.

Als weitere Fallgruppe von besonderer wettbewerbsrechtlicher Bedeutung hat diese Untersuchung die Verkäufe anlässlich kostenloser *Werbeveranstaltungen* oder verbilligter *Ausflugsfahrten* herausgestellt, bei denen der Kunde häufig durch das Versprechen sich im Nachhinein als wertlos erweisender Werbegeschenke angelockt, mit überraschenden Verkaufsofferten konfrontiert und mit allerlei Werbetricks zu Kaufabschlüssen verführt wird²².

Von besonderer verbraucherpolitischer Brisanz sind in Deutschland auch der *anreisserische Strassenverkauf*²³, der Warenvertrieb durch private *Sammelbesteller* oder sog. "Einkaufsringe" durch einen mit Werbeprämien und anderen Vorteilen angeworbenen "Nicht-

22) Hierzu BARTL, "Verbraucherschutz im Durchbruch", ZRP 1975, S. 13 ff (15 f). Die Rechtsprechung zu den sog. "Kaffeefahrten" ist uneinheitlich: Vgl. etwa OLG München, GRUR 1975, S. 31, LG Trier, NJW 1974, S. 151, LG Oldenburg, MDR 1969, S. 392.

23) Siehe hierzu v. FALCKENSTEIN, (N. 21).

kaufmann²⁴ sowie die sog. "*progressive Kundenwerbung*"²⁵, bei der ein Unternehmer einen Kunden zur Abnahme von Waren oder Leistungen dadurch veranlasst, dass er diesem für den Fall der Anwerbung weiterer Kunden und dann auch diesen wieder hierfür bestimmte Vorteile verspricht, um den Kunden auf diese Weise in die eigene Vertriebsorganisation einzuspannen (sog. "Schneeballsystem").

Diese Art der Akquisition "von Verbrauchern durch Verbraucher" findet meistens in der Wohnung oder am Arbeitsplatz und nicht selten unter Ausnutzung persönlicher Beziehungen statt, was dem Angesprochenen die Ablehnung des Vertrags oft noch schwerer macht als beim normalen Haustürgeschäft. *Zentralproblem* all dieser vorgenannten Formen des Vertragsabschlusses "ausserhalb von Geschäftsräumen" ist die Frage, ob und wie sich der Kunde von dem letztlich unerwünschten oder ihm nachteiligen Vertrag ohne grössere Vermögenseinbussen lösen kann.

II. Zu den positiv-rechtlichen Problemlösungsmöglichkeiten im deutschen Recht

Zur Lösung dieser Kernfrage der Haustürgeschäfte finden wir im geltenden deutschen Recht zwar mancherlei Vorschriften, die sich zur Schutze des Kunden aktivieren lassen, gleichwohl aber ist der derzeitige gesetzliche Rechtsschutz insoweit noch immer lückenhaft.

Was die *Vertragslösungsmöglichkeiten* im positiven Recht anbelangt, ist hier zunächst auf das kaufvertragliche Gewährleistungsrecht des Bürgerlichen Gesetzbuchs (§ 459 ff BGB) zu verweisen, das dem Kunden u.a. ein *Wandlungsrecht* auch für den Fall gewährt, dass der Ware eine zugesicherte Eigenschaft fehlt. Da die herrschende Rechtsprechung und Lehre jedoch durchweg die üblichen Werbeanpreisungen nicht als vertragsinhaltsbestimmende

24) Vgl. BARTL (N. 22), S. 17 und dort N. 48.

25) Siehe zu diesem sog. "Schneeballsystem" mit seinem glücksspielartigen Charakter und seiner Regulierung (§ 6 c) Gesetzesentwurf der Bundesregierung zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (N. 10) und B. III, der Begründung.

“Zusicherungen” wertet, bietet das Kaufrecht hier dem Kunden nur geringen Schutz. Im übrigen finden wir im BGB, das vom Grundsatz einer strengen Bindung an einmal geschlossene Verträge beherrscht ist, als allgemeine Vertragsauflösungsinstrumente nurmehr die Möglichkeiten einer *Anfechtung des Vertrages wegen Irrtums* (§ 119 BGB) oder wegen *arglistiger Täuschung* (§ 123 BGB). Diese Vorschriften greifen in den hier infrage stehenden Fällen jedoch nur dann, wenn der Kunde Opfer einer Irreführung oder vorsätzlichen Täuschung geworden ist. Hinzu kommt, dass eine Anfechtung in der Praxis zu meist an *Beweisschwierigkeiten* scheitert²⁶. Und endlich ist auch zu bedenken, dass der wegen Irrtums Anfechtende sich Schadensersatzansprüchen des Kontrahenten aussetzt (§ 122 BGB). Aber auch die Bestimmungen über die *Nichtigkeit von Verträgen wegen Sittenwidrigkeit, Treuwidrigkeit oder Unbilligkeit* (§§ 138, 242, 315 BGB) geben dem Kunden hier nur wenig Hilfe und Schutz. Der Grund hierfür liegt unter anderem darin, dass die herrschende Rechtsprechung und Lehre sich noch immer sehr schwer tun, den Interpretationsspielraum dieser Vorschriften voll auszuschöpfen und sich deshalb nur in sehr seltenen Fällen einmal zur Annahme der Nichtigkeit eines Haustürgeschäftes durchringen²⁷. Auch die Berufung des Kunden auf eine *Vertragsnichtigkeit wegen Gesetzesverstosses* (§ 134 BGB) wird nur in seltenen Fällen einmal Erfolg haben, da nach vorherrschender Ansicht²⁸ Verletzungen öffentlich-rechtlicher

26) So auch der Entwurf des Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften (N. 9) und dort S. 1 und 6; ebenso der Regierungsentwurf zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (N. 10) und B. II der Begründung.

27) Dazu auch BARTL (N. 22), S. 15 und dort N. 35.

28) Ebenso der Gesetzgeber selbst. Vgl. den Entwurf eines Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften (N. 9) und dort S. 6 f und ferner den Regierungsentwurf zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (N. 10), insbes. V IV. 4. der Begründung. Vgl. auch die weitere Nachweise bei BARTL (N. 22) und dort S. 15 (N. 30).

Ein strafbarer Betrug (§ 263 StGB) würde unter Umständen eine Vertragsnichtigkeit nach sich ziehen, der Nachweis eines kriminellen Verhaltens des Vertreters gelingt jedoch nur äusserst selten.

Bestimmungen wie etwa von gewerberechtlichen Vorschriften die Gültigkeit des zustande gekommenen Vertrages regelmässig unberührt lassen. Dies gilt insbesondere bei Verstössen gegen die §§ 55 ff Gewerbeordnung (GewO), die den Abschluss bestimmter Geschäfte "im Reisegewerbe" verbieten, aber auch von wettbewerbsrechtlichen Vorschriften wie insbesondere der §§ 1-3 UWG, die eine Vertragsanbahnung durch unlautere Methoden untersagen.

Des weiteren lässt sich dem Kernproblem der Haustürgeschäfte auch mit der Konstruktion eines auf *Freistellung* von den Vertragsverpflichtungen (§ 249 BGB) gerichteten Schadensersatzanspruchs etwa wegen *Verschuldens bei Vertragsschluss*, wegen *positiver Forderungsverletzung* oder wegen *unerlaubter Handlungen* (§§ 823 ff BGB) nur schlecht und auch nicht immer beikommen, was zum einen daran liegt, dass die Feststellung der schuldhaften Verletzung einer vertraglichen oder vorvertraglichen Aufklärungspflicht ausserordentlich schwierig ist, und zum anderen daran, dass die Rechtsprechung²⁹ es noch überwiegend ablehnt, einzelne Bestimmungen des UWG oder der Gewerbeordnung als "Schutzgesetze" im Sinne des Deliktsrechts (§ 823 II BGB) anzuerkennen.

Ferner kennt das geltende deutsche Recht bislang auch noch kein allgemeines *Widerrufsrecht* bei Haustür- oder ähnlichen Geschäften, wenngleich solche Widerrufsrechte auch dem deutschen Recht nicht mehr gänzlich unbekannt sind. Solche *speziellen Widerrufsrechte* des Kunden gibt es seit einiger Zeit im Abzahlungsgesetz (§ 1 b AbzG)³⁰, im Gesetz über den Vertrieb ausländischer Investmentanteile (§ 11 Ausl-InvestmG)³¹ oder im Fernunterrichtsschutzgesetz (§ 4 FernUSG)³².

Diese besonderen Widerrufsmöglichkeiten können unter den gesetzlichen Voraussetzungen im Einzelfall selbstverständlich auch bei Vertragsabschlüssen "an der Haustür" zum Zuge kommen³³.

29) Vgl. hierzu die eingehenden Nachweise im Regierungsentwurf zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (N. 10), insbes. B. II., 1. und 2. und B. IV., 4. der Begründung.

30) Vgl. N. 4.

31) Vgl. N. 13.

32) Vgl. N. 6.

33) Dazu den Entwurf eines Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften (N. 9) und dort, S. 6.

So kann ein Kunde das Haustürgeschäft unter Umständen nach § 1 b AbzG widerrufen, jedoch nur unter der Voraussetzung, dass es sich im fraglichen Fall um ein *Abzahlungsgeschäft* im Sinne des AbzG handelt. Das ist jedoch beispielsweise dann nicht der Fall, wenn das Entgelt bei der Lieferung der Ware oder zu einem späteren Zeitpunkt auf einmal entrichtet wird oder auch dann nicht, wenn es sich um Verträge über Dienstleistungsgeschäfte "an der Haustür" handelt.

Zusammenfassend ist deshalb festzustellen, dass der gesetzliche Verbraucherschutz auf dem Sektor des sog. Haustürgeschäfts zur Zeit noch lückenhaft ist und es vor allen Dingen an einer Gesetzesregelung fehlt, die auch dem betroffenen Verbraucher wenigstens einigermaßen verständlich ist und ihn erkennen lässt, welche Rechte er in den fraglichen Fällen hat.

III. Zu den positiv-rechtlichen Regelungen in einigen ausländischen Rechtsordnungen und zum Kommissionsentwurf einer allgemeinen "Richtlinie des Rates betreffend den Verbraucherschutz im Fall von ausserhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Verträgen" für die Mitgliedstaaten der europäischen Gemeinschaften

Wenn man einmal die geschilderte deutsche Rechtslage mit derjenigen anderer Länder vergleicht, so ist festzustellen, dass es zum Beispiel in *Irland* und *Italien* zur Zeit keine besonderen Vorschriften über Haustürgeschäfte gibt, während *Frankreich*, *Österreich*, *Norwegen* und *Schweden* Sonderregelungen zu dieser Vertriebsform geschaffen haben, die insbesondere dem Kunden spezielle Widerrufsrechte einräumen, wie wir sie für bestimmte Geschäftsbereiche im übrigen auch in *Grossbritannien* und den *USA* vorfinden. Sehr viel radikaler haben hingegen die Länder *Belgien*, *Luxemburg*, die *Niederlande* und *Dänemark* das Problem zu lösen versucht. Dort nämlich gibt es ein grundsätzliches Verbot des Abschlusses von Verträgen ausserhalb der ständigen Geschäftsräume des Anbieters und nur ausnahmsweise die Möglichkeit, aufgrund einer besonderen behördlichen Genehmigung und zum Teil unter sehr strengen kundenschützenden Restriktionen (Schriftformzwang, Inhaltszwang des Vertrages, Eintragung des abgeschlossenen Vertrages bei der Han-

delskammer u.a.) Waren und Leistungen ausserhalb eines Geschäftslokals zu vertreiben³⁴. Angesichts dieser Regelungsvielfalt innerhalb der Mitgliedsstaaten der *Europäischen Gemeinschaften* (EG), den erheblichen Unterschieden im Ausmass und der Intensität des normierten Verbraucherschutzes und auch angesichts der unterschiedlich starken Beschränkungen, denen die Händler in den einzelnen Mitgliedsländern unterworfen sind, hat die Kommission der Europäischen Gemeinschaften im Interesse des Gemeinsamen Marktes und zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen innerhalb der Gemeinschaft dem Rat der EG deshalb Anfang 1977 den Vorschlag einer allgemeinen *„Richtlinie betreffend den Verbraucherschutz im Fall von ausserhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Verträgen“*³⁵ zur Beschlussfassung unterbreitet. Dieser Vorschlag ist inzwischen vom Europäischen Parlament beraten, im Prinzip gebilligt und mit verschiedenen Änderungsvorschlägen versehen worden³⁶. Ob und wann diese Richtlinie vom Rat verabschiedet wird, ist freilich noch nicht abzusehen.

Den rechtsvergleichenden Überblick abschliessend bleibt nachzutragen, dass es auch in Japan bereits seit 1976 ein *Sondergesetz über Haustürgeschäfte*³⁷ gibt, das nicht nur Regelungen über die

34) Vgl. hierzu die näheren Nachweise im Vorschlag der Kommission der Europäischen Gemeinschaften zu einer *„Richtlinie des Rates betreffend den Verbraucherschutz im Fall von ausserhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Verträgen“*, Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften vom 29.11.1977, Nr. C. 22/6 ff und die diesbezügliche Unterrichtung des Deutschen Bundestages durch die Bundesregierung, BT - Drucksache 8/75 und dort S. 5 f. Ferner das österreichische Konsumentenschutzgesetz, das am 1.10. 1979 in Kraft getreten ist.

35) Siehe hierzu N. 34. Zum Inhalt der vorgeschlagenen Richtlinie vgl. Anlage I.

36) Hierzu die Entschliessung mit der Stellungnahme des Europäischen Parlaments zu dem Vorschlag der Kommission (N. 35) im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften vom 10.10.1977 Nr. C 241/26 ff.

37) Gesetz über Haustürgeschäft Nr. 57 vom 4.6.1976 und dazu auch H. YOSHIKA, *„Gesetzlicher Verbraucherschutz in Japan“*, in: Z. KITAWAGA/M. REHBINDER (Hrsg.), *Gegenwartsprobleme des Verbraucherschutzes. Berichte über Erfahrungen in Japan und Deutschland*, Japanisches Recht, Bd. 3, 1978, S. 65 ff (110).

eigentlichen Haustürverträge enthält, sondern auch solche über den Versandhandel und den sog. Kettenhandel.

IV. Zu neueren Gesetzgebungsvorhaben mit besonderer Relevanz für die sog. Haustürgeschäfte

Was den bisher noch unzureichenden und lückenhaften Verbraucherschutz bei Haustürgeschäften im deutschen Recht anbelangt, verspricht der bereits erwähnte *Gesetzesentwurf der Bundesregierung zur Novellierung des UWG*³⁸ freilich mancherlei Verbesserungen. Dieser Entwurf enthält neben einer Ausweitung und Verschärfung der materiellrechtlichen Wettbewerbsvorschriften und Strafbestimmungen einschliesslich ihrer Erweiterung um ein besonderes Verbot der sog. "progressiven Kundenwerbung"³⁹ als Kernstück des gesamten Reformvorhabens erstmalig⁴⁰ die Verankerung eines *wettbewerbsrechtlichen Schadensersatzanspruchs des Endverbrauchers* für den Fall, dass dieser durch eine Zuwiderhandlung gegen die Wettbewerbsvorschriften zur Abnahme von Waren oder Leistungen "bestimmt" worden ist⁴¹. Mit dieser Neuerung geht der Gesetzgeber endlich auf die Forderung eines grossen Teils der deutschen Zivilrechtswissenschaft⁴² ein, die sich wegen der Unzuläng-

38) Vgl. oben unter N. 10. Inzwischen hat auch die CDU/CSU-Fraktion einen eigenen Änderungsentwurf zum UWG im Deutschen Bundestag eingebracht (BT - Drucksachen 8/1670). Zu beiden Entwürfen siehe insbesondere REICH, "UWG - Reform und Verbraucherschutz", ZRP 1978, S. 100 ff. Zum Referentenentwurf der Bundesregierung (WRP 1978, S. 277 ff) vgl. auch KRIEGER, "Zum Schadensersatzanspruch des Verbrauchers bei irreführender Werbung. Überlegungen zur UWG - Novelle", BB 1978, S. 625 ff; KRAFT, "UWG - Reform zwischen Mitbewerber-, Verbraucher- und Wettbewerbsschutz", ZRP 1979, S. 161 ff.

39) Vgl. oben unter N. 25 und § 6 c des Regierungsentwurfs zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (N. 10).

40) Bisland kennt das deutsche UWG nur Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche des Mitbewerbers und Unterlassungsansprüche von gewerblichen Verbänden oder Verbraucherschutzverbänden, jedoch keinerlei Ansprüche des einzelnen Kunden (§ 13 UWG).

41) Vgl. Art. 1, 6., § 13 a Abs. 2 des Regierungsentwurfs (N. 10) und zu dessen näheren Inhalt Anlage II.

42) Zum Diskussionsstand vgl. etwa MERTENS, "Kollektiver Scha-

lichkeiten des allgemeinen Deliktschutzes des Bürgerlichen Gesetzbuches (§§ 823 ff BGB)⁴³ oder der sonst für den Kundenschutz heranziehbaren Normen schon seit langem für einen solchen Schadensersatzanspruch des Letztverbrauchers eingesetzt hatte. Was die Regulierung dieses neuen verbraucherrechtlichen Schadensersatzanspruchs im einzelnen anbelangt, so kann der Kunde unter der Voraussetzung, dass er zur Waren- oder Leistungsabnahme durch eine *irreführende Werbeangabe* bestimmt worden ist, nicht nur den sog. *Vertragsschaden* geltend machen, der darin besteht, dass der Kunde infolge des Wettbewerbsverstosses überhaupt einen Vertrag eingegangen ist, sondern auch den sog. *Differenzschaden*, d. h. als Schaden den Differenzbetrag zwischen dem tatsächlichen Wert der abgenommenen Ware oder Leistung und demjenigen Wert, den die Ware oder Leistung nach dem Inhalt der Werbeangabe hätte haben müssen. Die UWG-Novellierung sieht weiterhin vor, dass dem Kunden anstelle dieses Schadensersatzanspruchs wegen irreführender Werbung ein *Rücktrittsrecht* zur Verfügung steht. Dabei kann der Kunde in Fällen eines arbeitsteiligen Vertriebs, bei dem der Werbungtreibende und das Absatzunternehmen nicht identisch sind, jedoch nur dann vom Vertrag zurücktreten, wenn das Absatzunternehmen als Vertragspartner des Kunden in einer objektiv zurechen-

densersatz als Mittel des Verbraucherschutzes. Überlegungen zur Einführung eines kollektivrechtlichen Schadensersatzanspruchs im Rahmen von UWG", ZHR 139 (1975), S. 439; ders., "Deliktsrecht und Sonderprivatrecht. Zur Rechtsfortbildung des deliktischen Schutzes von Vermögensinteressen", AcP 178 (1978), S. 227 ff; SCHRICKER, "Schadensersatzansprüche des Verbrauchers wegen täuschender Werbung", GRUR 1975, S. 111 ff; SACK, "Deliktischer Verbraucherschutz gegen unlauteren Wettbewerb", NJW 1975, S. 1303 ff.

- 43) Wie schon erwähnt, lehnt es die vorherrschende Rechtsprechung nach wie vor ab dem durch eine unlautere Wettbewerbsmassnahme geschädigten Kunden einen deliktischen Schadensersatzanspruch aus § 823 II BGB zu gewähren, weil die unter Berufung auf die Entstehungsgeschichte des UWG annimmt, dass die Vorschriften des UWG auch heute nicht als "Schutzgesetze" zugunsten des einzelnen Verbrauchers angesehen werden könnten (dazu oben unter N. 29).

baren Weise selbst an der unerlaubten Werbung irgendwie "beteiligt" war⁴⁴.

Diese Novellierung wird - vorausgesetzt natürlich, dass sie Gesetzeskraft erlangt - die Situation der Verbraucher fraglos entscheidend verbessern und auch für den "an der Haustür" übervorteilten oder getäuschten Kunden erhebliche Bedeutung gewinnen. Freilich wird auch dieses Gesetzgebungsvorhaben die Lücken im Schutz des Verbrauchers vor den spezifischen Risiken des Haustürgeschäfts nicht restlos schliessen, weil die neuen Kundenschutzvorkehrungen (Schadensersatzanspruch, Rücktrittsrecht) eben nur dann und dort greifen, wenn und wo ein nachgewiesener Verstoss gegen Wettbewerbsvorschriften vorliegt.

Diese noch verbleibenden Lücken sucht der schon zum wiederholten Male in das Gesetzgebungsverfahren eingebrachte⁴⁵ und auch in dieser Legislaturperiode wieder zur Beratung und Verabschiedung anstehende Entwurf eines Sondergesetzes zu schliessen, das speziell auf den Verbraucherschutz bei den Haustürgeschäften zugeschnitten ist. Gemeint ist der *Gesetzesentwurf über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften* aus dem Jahre 1977⁴⁶.

Dieser Gesetzesentwurf nimmt sich mit seinen nur neuen Paragraphen ganz gezielt des Zentralproblems der sog. Haustürgeschäfte an, nämlich des Problems, wann und unter welchen Voraussetzungen der durch die Angebotsinitiative des anderen Teils unvorbereitet betroffene und hierdurch überraschte Kunde sich auf einfache Weise und ohne besondere Vermögenseinbussen wieder vom Vertrag lösen kann, wenn er den Erwerb der Ware oder die

44) Vgl. Art. 1, 6., § 13 b des Regierungsentwurfs (N. 10) und zum näheren Inhalt dieser Bestimmung Anlage II.

45) Erste Initiativen zu einem Sondergesetz über Haustürgeschäfte hat das Land Bayern schon 1975 ergriffen (BR - Drucksache 384/76). In der 7. Legislaturperiode wurde das Gesetz im Bundestag behandelt, aber nicht verabschiedet (BT - Drucksache 7/4078) und es ist ungewiss, ob der neue Entwurf des Bundesrates wenigstens noch in dieser Legislaturperiode Gesetz wird (BT - Drucksache 8/130).

46) Vgl. oben unter N. 9. Zum Gesamtinhalt der geplanten Regelung und zu den im Folgenden angesprochenen Einzelbestimmungen vgl. Anl. III.

Annahme der Leistung aus welchen Gründen auch immer später bereut. Dem Hauptanliegen des Kunden, Loslösung vom Vertrag, trägt der Entwurf dadurch Rechnung, dass er dem Kunden ohne Rücksicht auf den Vertragstyp und ohne Rücksicht auf irgendwelche Gründe für den Sinneswandel des Kunden und dessen Motive ein befristetes und unabdingbares⁴⁷ *Widerrufsrecht* für den Fall einräumt, dass der Kunde durch die ausserhalb von Geschäftsräumen mündlich geführten Verhandlungen von der anderen Partei oder deren Vertreter zum Vertragsabschluss "bestimmt" worden ist⁴⁸. Als Hauptanwendungsbereich der geplanten Neuregelung kommen damit vor allem Fallkonstellationen infrage, in denen der Kunde durch den anderen Vertragsteil einfach "überredet" worden ist, ohne dass dabei unbedingt irgendwelche unlauteren Methoden mit im Spiel waren oder nachgewiesen werden müssten.

Dieses Widerrufsrecht ist so konstruiert, dass die Kundenerklärung erst wirksam wird, wenn der Kunde sie nicht der anderen Partei gegenüber binnen einer Frist von einer Woche widerruft, womit dem Kunden zur "Wiederherstellung" seiner durch den Haustürabschluss beeinträchtigten "rechtsgeschäftlichen Entscheidungsfreiheit" quasi nachträglich eine "Überlegungsfrist" eingeräumt wird⁴⁹.

Entsprechend dem Schutzzweck des neuen Gesetzes und den von ihm ins Auge gefassten Regelungssachverhalten⁵⁰ haben die Verfasser des Entwurfs jedoch den *sachlichen Anwendungsbereich* eingeschränkt. So kommt ein Widerrufsrecht des Kunden dann nicht in Betracht, wenn

1. die zum Abschluss führenden mündlichen Vertragsverhandlungen ausschliesslich vom Kunden selbst veranlasst worden waren (was z.B. nicht der Fall ist bei Warenbestellungen aufgrund von Werbeanzeigen, Postwurfsendungen oder auf der Strasse verteilten Handzetteln, einem blossen Einverständnis des Kunden mit der Vorführung bestimmter Waren

47) Vgl. § 5 III des Entwurf (N. 9).

48) Vgl. § 1 T des Entwurfs N. 9).

49) Hierzu die Begründung des Entwurfs (N. 9), S. 2, 7 f, 9 f.

50) Vgl. oben unter II dieses Beitrags.

in seiner Wohnung, einer Ausbreitung eines umfänglichen Warenangebots bei einem nur zum Zwecke des Erwerbs eines ganz konkreten Einzelgegenstandes erbetenen Vertreterbesuchs und ähnlichem, weil in allen diesen Fällen auch der Vertragsgegner des Kunden initiativ geworden ist).

2. das Rechtsgeschäft notariell — und wie meistens der Fall in den Amtsräumen des Notars — beurkundet worden war, weil der Notar schon kraft Gesetzes und von Amts wegen die Kundenbelange mit beachtet muss⁵¹,
3. es sich um sofort von beiden Seiten erfüllte sog. Bagatellgeschäfte handelte, also um die üblichen "Hausierer-geschäfte" mit Kleinwaren von "geringem Wert"⁵².

Da in der Praxis über die Frage, ob denn nun die tatsächlichen Voraussetzungen für ein Widerrufsrecht oder für einen solchen Ausnahmetatbestand vorliegen, unter den Beteiligten nicht selten Streit entstehen dürfte, hat der Gesetzgeber als weitere entscheidende Verbesserung der Kundenposition dem anderen Teil die *Beweislast* für sämtliche Voraussetzungen des Nichtvorliegens eines Widerrufsrecht des Kunden aufgebürdet⁵³.

Aber auch den *personellen Anwendungsbereich* des Gesetzes haben die Autoren des Entwurfs eingeschränkt, und zwar dahin, dass dieses neue Gesetz dann unanwendbar sein soll, wenn

1. der Kunde den Vertrag in Ausübung einer selbständigen Gewerbetätigkeit abschliesst, also etwa dann, wenn ein Kaufmann in seinem eigenen Betrieb oder ein Arzt oder Rechtsanwalt in seiner Praxis anlässlich eines unbestellten Vertreterbesuches Waren erwirbt, oder

51) Vgl. § 17 Beurkundungsgesetz.

52) Zu diesen Ausnahmen siehe § 1 II des Entwurfs (N. 9) und die Begründung, S. 10 ff. Es fragt sich freilich, ob nicht statt einer solchen Negativausgrenzung von Tatbeständen ein positiver Enumerativkatalog der regelungsbedürftigen Fallgruppen besser gewesen wäre. Vgl. hierzu die Stellungnahme der Bundesregierung (BT - Drucksache 8/130 und 7/7078).

53) Vgl. § 1 III des Entwurfs (N. 9).

2. die andere Partei nicht geschäftsmässig handelt, wobei hier insbesondere an den Verkauf gebrauchter Waren wie etwa von Möbeln oder Kraftfahrzeugen unter Privatleuten gedacht ist⁵⁴.

Was die Realisierung des Widerrufsrechts anbelangt, so muss diese *schriftlich* erfolgen, wobei zur Wahrung der Widerrufsfrist die rechtzeitige Absendung genügt. Im Streitfall bedeutet dies freilich — und in diesem Punkt ist deshalb Kritik angebracht⁵⁵ —, dass der Verbraucher nicht nur die Absendung, sondern auch den Zugang der Widerrufserklärung beweisen muss. Dem Kunden ist deshalb zu empfehlen, den Widerruf mittels Einschreibens gegen Rückschein zu erklären.

Die einwöchige Widerrufsfrist beginnt erst mit der — von dem anderen Teil zu beweisenden — Aushändigung einer eindeutigen und gesonderten schriftlichen *Widerrufsbelehrung* des Kunden⁵⁶. Ist der Widerruf ordnungsgemäss erfolgt, so entsteht alsdann kraft Gesetzes ein besonderes *Rückabwicklungs-* bzw. *Leistungsrückgewährverhältnis*, das u. a. — was nicht ganz unproblematisch ist — eine Wertvergütungspflicht des Kunden für den Gebrauch oder die Nutzung der Waren oder Leistungen während der Widerrufsfrist vorsieht, wenn auch keine Haftung des Kunden für eventuelle Wertminderungen infolge der normalen Benutzung der Sache oder Inanspruchnahme der Leistung⁵⁷. Was die weiteren Einzelheiten des Neuregelungsvorschlags anbelangt, muss hier auf den Wortlaut der neuen Bestimmungen verwiesen werden. Vergleicht man diesen neuen deutschen Entwurf zu den Haustürgeschäften mit den Regelungsvorschlägen oder bereits vorhandenen Regelungen anderer Länder, so ist festzustellen, dass der deutsche Vorschlag hinter den doch zum Teil sehr viel schärferen Regulierungen des Auslands und auch hinter dem Richtlinienvorschlag der Kommission der Euro-

54) Dazu § 6 des Entwurfs (N. 9) und hierzu die Begründung S. 9, 14.

55) Hierzu auch BARTL (N. 22), S. 16.

56) Vgl. im einzelnen 2 des Entwurf (N. 9) und die Begründung S. 12 f.

57) Vgl. § 3 des Entwurfs (N. 9) und zur Wertvergütung § 3 III mit Begründung, S. 13.

päischen Gemeinschaften zurückbleibt⁵⁸. So haben sich die deutschen Autoren insbesondere nicht zu einem prinzipiellen Verbot des Haustürhandels entschliessen können, was auch in Anbetracht des verfassungsmässigen Schutzes des Grundrechts auf freie Berufsausübung (Art. 14 GG) und des Grundsatzes der Gewerbefreiheit (Art. 2 GG) sehr bedenklich gewesen wäre. Sie haben sich jedoch auch nicht dazu durchringen können, für den Haustürhandel einen Schriftform- oder Registrierungszwang von Haustürverträgen zu statuieren oder wenigstens eine Pflicht zur Aushändigung eines Widerrufsformulars an den Kunden anzuordnen.

Zu diesem Entwurf kritisch anzumerken bleibt auch, dass er unnötig viele unbestimmte Rechtsbegriffe und sprachliche Ungenauigkeiten enthält, durch die mancherlei Streitigkeiten und Auslegungsschwierigkeiten bei der richterlichen Rechtsanwendung vorprogrammiert werden⁵⁹.

Alles in allem jedoch stellt auch dieses Gesetzgebungsvorhaben einen wichtigen Beitrag zur Vervollkommnung des zivilrechtlichen Verbraucherschutzes der Bundesrepublik Deutschland dar.

ANLAGEN

Anlage I: EG - Richtlinien vorschlag

Anlage II: §§ 6 c, 13 a, 13 b UWG - Novelle

Anlage III: HaustürG - Entwurf.

58) Vgl. oben unter III dieses Beitrags.

59) Hierzu auch BARTL (N. 22), S. 16 ff.

Vorschlag einer Richtlinie des Rates betreffend den Verbraucherschutz im Falle von ausserhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Verträgen

DER RAT DER EUROPÄISCHEN
GEMEINSCHAFTEN—

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, insbesondere auf Artikel 100,

auf Vorschlag der Kommission,
nach Stellungnahme des Europäischen Parlaments,
nach Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses,
in Erwägung nachstehender Gründe:

Das Anbahnen von Verträgen oder das Verhandeln über einseitige Verpflichtungserklärungen zwischen einem Gewerbetreibenden und einem Verbraucher ausserhalb der Geschäftsräume des Gewerbetreibenden bildet eine Form der Handelspraxis, die in den Mitgliedstaaten häufig vorkommt. Solche Verträge und Verpflichtungserklärungen sind in den Mitgliedstaaten bereits durch Rechtsvorschriften geregelt.

Unterschiede zwischen diesen Rechtsvorschriften können sich unmittelbar auf das Funktionieren des Gemeinsamen Marktes auswirken. Daher ist es nötig, die einschlägigen Bestimmungen anzugleichen.

Nummern 24 und 25 des Ersten Programms der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft für eine Politik zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher¹ sehen unter anderem vor, dass geeignete Massnahmen zum Schutz der Verbraucher vor missbräuchlichen Handelspraktiken bei Haustürgeschäften getroffen werden.

Verträge, die ausserhalb der Geschäftsräume eines Gewerbetreibenden angebahnt werden, sind dadurch gekennzeichnet, dass die Initiative zu den Vertragsverhandlungen in der Regel vom Gewerbetreibenden ausgeht und der Verbraucher auf die Vertragsverhandlungen nicht vorbereitet ist. Letzterer hat häufig keine Möglichkeit,

Qualität und Preis des Angebots mit anderen Angeboten zu vergleichen. Dieses Überraschungsmoment gibt es nicht nur bei Haustürgeschäften, sondern bei allen Verträgen, die auf Initiative des Gewerbetreibenden ausserhalb seiner Geschäftsräume angebahnt werden.

Eine Verbesserung des Verbraucherschutzes wird dadurch erreicht, dass Verträge, die auf Initiative des Gewerbetreibenden ausserhalb seiner Geschäftsräume angebahnt werden, der Schriftform bedürfen und bestimmte wesentliche Bestimmungen enthalten müssen.

Um dem Verbraucher die Möglichkeit zu geben, die Verpflichtungen aus dem Vertrag noch einmal zu überdenken, sollte ihm das Recht eingeräumt werden, innerhalb von mindestens sieben Tagen nach der Vertragsunterzeichnung vom Vertrag Abstand nehmen.

Ausserdem ist es geboten, geeignete Massnahmen zu treffen, um sicherzustellen, dass der Verbraucher von seiner Überlegungsfrist unterrichtet ist und dass diese Frist nicht durch Vertragsbestimmungen verkürzt wird.

Das Risiko für die während der Überlegungsfrist gelieferten Waren oder Leistungen sollte vom Gewerbetreibenden getragen werden, wobei empfangene Waren nach Möglichkeit zurückgewährt werden sollen.

Um den Verbraucher bei bestimmten Waren oder Leistungen vor Missräuchen zu schützen, können die Mitgliedstaaten den Abschluss von Verträgen für diese Waren oder Leistungen ausserhalb von Geschäftsräumen untersagen—

HAT FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN :

A r t i k e l 1

1. Diese Richtlinie gilt für Verträge zwischen einem Verbraucher und einem Gewerbetreibenden sowie für einseitige Verpflichtungserklärungen eines Verbrauchers gegenüber einem Gewerbetreibenden, die ausserhalb von Geschäftsräumen verhandelt werden.

Solche Verträge und Verpflichtungserklärungen werden im folgenden "Haustürverträge" genannt.

2. Im Sinne dieser Richtlinie bedeutet:

- "Verbraucher" eine natürliche Person, die bei den von dieser Richtlinie erfassten Geschäften nicht im Rahmen einer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit handelt;
- "Gewerbetreibender" eine natürliche oder juristische Person, die in Ausübung einer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit Verträge mit Verbrauchern abschliesst;
- "Geschäftsräume" die ständige Niederlassung, von der aus ein Gewerbetreibender seine gewerbliche oder berufliche Tätigkeit ausübt, sowie Stände auf Messen und Märkten.

A r t i k e l 2

Diese Richtlinie gilt nicht für:

- a) Verträge, bei denen die Initiative zu den Vertragsverhandlungen ausschliesslich vom Verbraucher ausgegangen ist. Die Bestellung von Katalogen, Warenmustern, Warenproben und ähnlichen Dingen sowie die Aufforderung des Verbrauchers, ihm einen Besuch abzustatten oder eine Ware vorzuführen, und die Teilnahme an einer vom Gewerbetreibenden durchgeführten Veranstaltung sind nicht als Initiative zu Vertragsverhandlungen anzusehen;

- b) Verträge, die ausschliesslich schriftlich ausgehandelt worden sind;

- c) Verträge, die vor einem Gericht, einem Notar oder einer Person geschlossen werden, die verpflichtet ist, beide Vertragsparteien über ihre Rechte und Pflichten zu belehren;

- d) Verträge über unbewegliche Sachen oder Rechte daran;

e) Verträge, bei denen das vom Verbraucher zu zahlende Entgelt 25 europäische Rechnungseinheiten nicht übersteigt.

Als Europäische Rechnungseinheit gilt die Rechnungseinheit im Sinne der Definition in der Entscheidung Nr. 3289/75/EGKS der Kommission vom 18. Dezember 1975².

Als Gegenwert in nationaler Währung gilt ab 31. Dezember jeden Jahres der Wert des letzten Tages des vorangegangenen Monats Oktober, für den die Gegenwerte der europäischen Rechnungseinheit in sämtlichen Währungen der Gemeinschaft vorliegen.

Auf Vorschlag der Kommission überprüft der Rat alle drei Jahre den in diesem Artikel in europäischer Rechnungseinheit festgesetzten Betrag und passt ihn gegebenenfalls der wirtschaftlichen und finanziellen Entwicklung in der Gemeinschaft an.

Artikel 2 bis

Die vorliegende Richtlinie steht dem nicht entgegen, dass auf Gemeinschaftsebene Sonderbestimmungen für einige Vertragstypen angenommen werden, die gegebenenfalls Verpflichtungen im Rahmen von Verträgen enthalten können, die ausserhalb kommerzieller Einrichtungen ausgehandelt werden und die Ausnahmen zu den Verpflichtungen darstellen, die in der vorliegenden Richtlinie enthalten sind, insbesondere was die folgenden Bereiche betrifft:

- Verbraucherkredit
- Fernunterricht
- Wertpapiere
- Versicherungsverträge.

Artikel 3

1. Die Mitgliedstaaten treffen alle notwendigen Massnahmen, um sicherzustellen, dass Haustürverträge schriftlich abgefasst werden.
2. Haustürverträge enthalten insbesondere folgende Angaben:
 - Name und Anschrift der Vertragsparteien;

- Bezeichnung der Ware oder Leistung die Gegenstand des Vertrages ist;
- Liefertermin der Ware oder der Erbringung der Leistung;
- Preis;
- Zahlungsbedingungen;
- Belehrung über das Widerrufsrecht des Verbrauchers; diese Belehrung muss sich deutlich vom sonstigen Vertragslexit abheben und Namen und Anschrift der Person enthalten, der gegenüber das Widerrufsrecht ausgeübt werden kann.

A r t i k e l 4

1. Der Verbraucher hat den Haustürvertrag eigenhändig zu unterzeichnen.
2. Eine Ausfertigung des Haustürvertrages ist dem Verbraucher bei Vertragsunterzeichnung zu übergeben oder sofort danach zu übersenden.

A r t i k e l 5

Ein Haustürvertrag ist nichtig, wenn Artikel 3 und 4 nicht beachtet worden sind.

A r t i k e l 6

1. Der Verbraucher besitzt ein Widerrufsrecht, d.h. er kann durch Anzeige an den Gewerbetreibenden innerhalb von mindestens sieben Tagen nach seiner Unterzeichnung des Haustürvertrages gemäss dem in einzelstaatlichen Recht festgelegten Verfahren vom Vertrag Abstand nehmen. Die Frist gilt als gewahrt, wenn die Anzeige vor Fristablauf abgesandt wird.
2. Die Mitgliedstaaten können jedoch festlegen, dass die Frist zu einem späteren Zeitpunkt beginnt.
3. Die Anzeige an den Gewerbetreibenden bewirkt, dass der Verbraucher aus allen vertraglichen Verpflichtungen entlassen ist.
4. Der Verbraucher kann auf sein Widerrufsrecht nicht verzichten.

Artikel 6 bis

Falls die Dienstleistungen eine Direktversicherung ausser der Lebensversicherung betreffen und wenn auf Wunsch des Verbrauchers eine sofortige Risikodeckung vereinbart worden ist, sind die Bestimmungen des Artikels 6 nicht anwendbar.

Artikel 7

Die Mitgliedstaaten treffen alle notwendigen Massnahmen, um sicherzustellen, dass dem Verbraucher bei der Unterzeichnung des Haustürvertrages ein gesondertes Formular für den Widerruf ausgehändigt wird, das dem Muster im Anhang zu dieser Richtlinie entspricht und ihm die Ausübung seines Widerrufsrechts erleichtern soll.

Artikel 8

1. Übt der Verbraucher sein Widerrufsrecht aus, so sind geleistete Zahlungen zurückzuerstatten; empfangene Waren sind auf Kosten und Gefahr für die Rücknahme einer gelieferten Ware des Gewerbetreibenden zurückzugewähren.

2. Der Verbraucher ist nicht verpflichtet, den normalen Gebrauch der Ware während der in Artikel 6 genannten Frist zu entgelten.

3. Die Mitgliedstaaten können die weiteren Einzelheiten der Rückabwicklung regeln.

Artikel 9

Abgesehen von Anzahlungen, die durch das einzelstaatliche Recht vorgeschrieben sind, ist es den Gewerbetreibenden untersagt, vor Ablauf der in Artikel 6 genannten Frist:

- a) vom Verbraucher die vollständige oder teilweise Zahlung des Vertragspreises oder die Leistung einer sonstigen Geldzahlung oder einer Sicherheit zu verlangen
oder
- b) vom Verbraucher die Zeichnung eines Wechsels, Schecks oder sonstigen begehbaren Wertpapiers zu verlangen oder ein solches Papier entgegenzunehmen.

Artikel 10

Ist streitig:

- a) ob die Initiative zur Aushandlung eines Haustürvertrages ausschliesslich vom Verbraucher ausgegangen ist oder
 - b) ob die Verhandlungen über den Haustürvertrag ausschliesslich schriftlich geführt worden sind,
- so trägt der Gewerbetreibende die Beweislast.

Artikel 11

Vertragsbestimmungen,

- a) die vorsehen, dass der Verbraucher irgendein Entgelt zu zahlen hat, wenn er sein Widerrufsrecht ausübt, oder
 - b) die die Zuständigkeit eines anderen Gerichts als des gesetzlich zuständigen Gerichts festlegen,
- sind nichtig.

Artikel 12

1. Die Ausübung des Widerrufsrechts durch den Verbraucher darf nicht durch eine unrichtige Angabe über den Zeitpunkt des Abschlusses des Haustürvertrages erschwert oder unmöglich gemacht werden.
2. Zu diesem Zweck sehen die Mitgliedstaaten:
 - a) die eigenhändige Datierung des Haustürvertrages durch den Verbraucher oder
 - b) die Eintragung des Haustürvertrages bei einer dafür geeigneten Stelle

vor.

Artikel 13

Die Mitgliedstaaten können die Anbahnung von Haustürverträgen ganz allgemein oder für bestimmte Waren oder Leistungen untersagen oder von einer vorherigen behördlichen Genehmigung abhängig machen.

Artikel 14

1. Die Mitgliedstaaten setzen die erforderlichen Massnahmen in Kraft, um diesen Richtlinien binnen 18 Monaten nach ihrer Bekanntgabe nachzukommen, und unterrichten die Kommission unverzüglich hiervon.
2. Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten innerstaatlichen Rechtsvorschriften mit, die sie auf dem von dieser Richtlinien erfassten Gebiet erlassen.

Artikel 15

Diese Richtlinie ist an alle Mitgliedstaaten gerichtet.

Anhang**Muster eines "Widerrufsformulars"**

Hiermit widerrufe ich den Vertrag, den ich

am

(Datum)

über

(Bezeichnung der Ware oder Leistung)

zum Betrag von

(Preis)

unterzeichnet habe.

Name :

Anschrift :

Datum :

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (Auszüge)

Der Bundestag hat mit Zustimmung des Bundesrates das folgende Gesetz beschlossen:

§ 6 c

Wer es im geschäftlichen Verkehr selbst oder durch andere unternimmt, Nichtkaufleute zur Abnahme von Waren, gewerblichen Leistungen oder Rechten durch das Versprechen zu veranlassen, ihnen besondere Vorteile für den Fall zu gewähren, dass sie andere zum Abschluss gleichartiger Geschäfte veranlassen, denen ihrerseits nach der Art dieser Werbung derartige Vorteile für eine entsprechende Werbung weiterer Abnehmer gewährt werden solien, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft."

§ 13 a

(1) Wer vorsätzlich oder fahrlässig den §§ 1, 3, 4, 6 bis 6 c, 7 Abs. 1, §§ 8, 10, 12 zuwiderhandelt, ist den Gewerbetreibenden, gegen die sich die Zuwiderhandlung richtet oder die infolge der Zuwiderhandlung Nachteile im Wettbewerb erleiden, zum Ersatz des daraus entstandenen Schadens verpflichtet.

(2) Bei Zuwiderhandlungen nach Absatz 1 steht ein Ersatzanspruch auch dem gewerblichen Abnehmer oder dem letzten Verbraucher (Abnehmer) von Waren, gewerblichen Leistungen oder Rechten zu, sofern er durch die Zuwiderhandlung zur Abnahme bestimmt worden ist.

(3) Ist der Abnehmer durch eine unwahre Werbeangabe, die für den Personenkreis, an den sie sich richtet, für den Abschluss von Verträgen wesentlich ist (§ 4), zur Abnahme bestimmt worden, so kann er als Schaden den Unterschied zwischen dem gezahlten Preis und dem tatsächlichen Wert der Waren, Leistungen oder Rechte oder den Unterschied zwischen dem tatsächlichen Wert und dem Wert geltend machen, den die Waren, Leistungen oder Rechte nach

dem Inhalt der werbeangabe hätten haben müssen. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens ist nicht ausgeschlossen.

(4) Gegen Redakteure, Verleger, Drucker oder Verbreiter von periodischen Druckschriften kann bei Zuwiderhandlungen gegen die §§ 3, 4 ein Ersatzanspruch nur geltend gemacht werden, wenn sie wussten, dass die von ihnen veröffentlichten Angaben irreführend (§ 3) oder unwahr (§ 4) waren.

§ 13 b

(1) Ist der Abnehmer durch eine unwahre Werbeangabe, die für den Personenkreis, an den sie sich richtet, für den Abschluss von Verträgen wesentlich ist (§ 4), zur Abnahme bestimmt worden, so kann er von dem Vertrag zurücktreten. Geht die Werbung mit der Angabe von einem Dritten aus, so steht dem Abnehmer das Rücktrittsrecht nur dann zu, wenn der andere Vertragsteil die Unwahrheit der Angabe kannte oder kennen musste oder an der Werbung mit dieser Angabe durch eigene Massnahmen beteiligt war.

(2) Der Rücktritt muss dem anderen Vertragsteil gegenüber unverzüglich erklärt werden, nachdem der Abnehmer von den Umständen Kenntnis erlangt hat, die sein Rücktrittsrecht begründen. Das Rücktrittsrecht erlischt, wenn der Rücktritt nicht von dem Ablauf von sechs Monaten nach dem Abschluss des Vertrages erklärt wird. Es kann nicht im voraus abbedungen werden.

(3) Die Folgen des Rücktritts bestimmen sich bei beweglichen Sachen nach § 1 d Abs. 1, 3, 4 und 5 des Gesetzes betreffend die Abzahlungsgeschäfte. Der Rücktritt schliesst die Geltendmachung eines Ersatzanspruchs nach § 13 a Abs. 3 Satz 1 aus. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens ist nicht ausgeschlossen.

Entwurf eines Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

§ 1

Widerrufsrecht

(1) Eine auf den Abschluss eines Vertrags über eine entgeltliche Leistung gerichtete Willenserklärung, zu der der Erklärende (Kunde) durch ausserhalb eines ständigen Geschäftsraums der anderen Vertragspartei oder deren Vertreters geführte mündliche Verhandlungen bestimmt worden ist, wird erst wirksam, wenn der Kunde sie nicht der Vertragspartei gegenüber binnen einer Frist von einer Woche schriftlich widerruft. Ständigen Geschäftsräumen stehen Räume und Verkaufsstände auf Messen und Märkten gleich.

(2) Ein Recht auf Widerruf besteht nicht

1. wenn die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Abschluss des Vertrags beruht, nur auf Veranlassung des Kunden geführt worden sind;
2. wenn die Willenserklärung von einem Notar beurkundet worden ist;
3. wenn Leistungen bei Abschluss der Verhandlungen sofort erbracht und bezahlt werden und das Entgelt gering ist.

(3) Die andere Vertragspartei hat im Streitfall zu beweisen, dass die Voraussetzungen des Widerrufsrechts nicht vorliegen.

§ 2

Ausübung des Widerrufsrechts; Belehrung

Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs. Der Lauf der Frist beginnt erst, wenn die andere Vertragspartei dem Kunden eine drucktechnisch deutlich gestaltete schriftliche Belehrung über sein Recht zum Widerruf einschliesslich Namen und Anschrift des Widerrufsempfängers sowie einschliesslich

der Bestimmung des Satzes 1 ausgehändigt hat. Die Belehrung darf keine anderen Erklärungen enthalten und ist vom Kunden zu unterschreiben. Ist streitig, ob oder zu welchem Zeitpunkt die Belehrung dem Kunden ausgehändigt worden ist, so trifft die Beweislast die andere Vertragspartei. Unterbleibt diese Belehrung, so erlischt das Widerrufsrecht des Kunden erst einen Monat nach beiderseits vollständiger Erbringung der Leistung.

§ 3

Rechtsfolgen des Widerrufs

(1) Im Falle des Widerrufs ist jeder Teil verpflichtet, dem anderen Teil die empfangenen Leistungen zurückzugewähren. Der Widerruf wird durch eine Verschlechterung, den Untergang oder die anderweitige Unmöglichkeit der Herausgabe des empfangenen Gegenstands nicht ausgeschlossen. Hat der Kunde die Verschlechterung, den Untergang oder die anderweitige Unmöglichkeit zu vertreten, so hat er der anderen Vertragspartei die Wertminderung oder den Wert zu ersetzen.

(2) Ist der Kunde nicht nach § 2 belehrt worden und hat er auch nicht anderweitig Kenntnis von seinem Recht zum Widerruf erlangt, so hat er eine Verschlechterung, den Untergang oder die anderweitige Unmöglichkeit nur dann zu vertreten, wenn er diejenige Sorgfalt nicht beachtet hat, die er in eigenen Angelegenheiten anzuwenden pflegt.

(3) Für die Überlassung des Gebrauchs oder die Benutzung einer Sache sowie für sonstige Leistungen bis zu dem Zeitpunkt der Ausübung des Widerrufs ist deren Wert zu vergüten; die durch die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme einer Sache oder Inanspruchnahme einer sonstigen Leistung eingetretene Wertminderung bleibt ausser Betracht. Eine Geldsumme ist vom Zeitpunkt des Empfangs an zu verzinsen.

(4) Der Kunde kann für die auf die Sache gemachten notwendigen Aufwendungen Ersatz von der anderen Vertragspartei verlangen.

§ 4**Zug-um-Zug-Verpflichtung**

Die sich nach § 3 ergebenden Verpflichtungen der Vertragsparteien sind Zug um Zug zu erfüllen.

§ 5**Umgehungsverbot; Unabdingbarkeit**

(1) Dieses Gesetz findet auch Anwendung, wenn seine Vorschriften durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

(2) Erfüllt ein Geschäft im Sinne des § 1 Abs. 1 zugleich die Voraussetzungen eines Geschäfts nach dem Abzahlungsgesetz oder nach § 11 des Gesetzes über den Vertrieb ausländischer Investmentanteile und über die Besteuerung der Eträge aus ausländischen Investmentanteilen, so sind nur die Vorschriften dieser Gesetze anzuwenden.

(3) Von den Vorschriften dieses Gesetzes zum Nachteil des Kunden abweichende Vereinbarungen, insbesondere über einen Ausschluss des Widerrufsrechts sowie über einen Verzicht auf das Widerrufsrecht, sind unwirksam.

§ 6**Persönlicher Anwendungsbereich**

Die Vorschriften dieses Gesetzes finden keine Anwendung, wenn

1. der Kunde den Vertrag in Ausübung einer selbständigen Erwerbstätigkeit abschliesst oder
2. die andere Vertragspartei nicht geschäftsmässig handelt.

§ 7**Ausschliesslicher Gerichtsstand**

(1) Für Klagen aus Geschäften im Sinne des § 1 ist das Gericht ausschliesslich zuständig, in dessen Bezirk der Kunde zur Zeit der

Klageerhebung seinen Wohnsitz, in Ermangelung eines solchen seinen gewöhnlichen Aufenthaltsort hat.

(2) Eine abweichende Vereinbarung ist jedoch zulässig für den Fall, dass der Kunde nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich dieses Gesetzes verlegt oder sein Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthaltsort im Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist.

§ 8

Berlin-Klausel

Dieses Gesetz gilt nach Massgabe des § 13 Abs. 1 des Dritten Überleitungsgesetzes vom 4. Januar 1952 (BGBl. I S. 1) auch im Land Berlin.

§ 9

Inkrafttreten, Übergangsbestimmung

(1) Dieses Gesetz tritt am...in Kraft.

(2) Die Vorschriften dieses Gesetzes finden keine Anwendung auf Verträge, die vor seinem Inkrafttreten geschlossen worden sind. § 7 findet auch Anwendung auf Klagen aus Geschäften im Sinne des § 1, die vor dem Inkrafttreten dieses Gesetzes abgeschlossen worden sind.