

VERBRAUCHERRECHT

Der Fernabsatzvertrag

Inhalt von Fernabsatzverträgen

Entscheidend für den Fernabsatzvertrages ist der ausschließliche Einsatz von Fernkommunikationsmitteln.

Ein Fernabsatzvertrag liegt vor, wenn zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher nur unter Nutzung Fernkommunikationsmitteln wechselseitige Rechte und Pflichten vereinbart werden.

Das bedeutet, dass diese Verträge eben ohne körperliche Anwesenheit der Vertragspartner abgeschlossen werden können. Instrumentarien des Fernabsatzes können sein:

- Web-Seiten
- Emails
- SMS
- Telefonanrufe
- Telefaxe aber auch
- Briefe und Kataloge.

Voraussetzung für Fernabsatzgeschäfte ist weiterhin, dass der Unternehmer ein eigenes Vertriebssystem für den Fernabsatz entwickelt hat. Für Firmen, die Waren oder Dienstleistungen oder Werkverträge nur über den persönlichen Kontakt zu ihren Kunden anbieten, ist das Fernabsatzgesetz nicht einschlägig.

Die Grundlagen für Fernabsatzgeschäfte hat der Gesetzgeber inzwischen in das Bürgerliche Gesetzbuch integriert (§§ 312b ff. BGB und in § 1 BGB-InfoV).

Es können Kauf- und Werkvertragsgeschäfte in Form eines Fernabsatzvertrages abgeschlossen werden. Das ist regelmäßig der Fall, wenn eine Firma z. B. über ihre Homepage Lieferangebote ins Netz stellt und hierzu per Email Verbraucher-Bestellungen eingehen.

Es gibt eine Reihe von Rechtsgeschäften, auf die das Fernabsatzrecht keine Anwendung findet, z. B. Fernunterrichtsverträge, Versicherungsverträge, für die das Versicherungsvertragsgesetz gilt, Teilzeit-Wohnrechte, Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs u.a..

Bankgeschäfte, also insbesondere das Onlinebanking sind seit dem 08.12.2004 vom Anwendungsbereich der des Fernabsatzrechts erfasst.

Informationspflichten bei Werbung

Bereits bei der Anbahnung von Fernabsatzgeschäften ist der Unternehmer gehalten, dem Verbraucher gegenüber weitgehende Informationspflichten zu erfüllen. Die Produktwerbung muss transparent und zutreffend sein und über Verbraucherrechte ist aufzuklären. Das Gesetz schreibt dem Unternehmer dies in § 312c Abs. 1 BGB vor. Bereits in Prospekten oder Werbematerialien aber auch bei der Gestaltung von Internetseiten oder Annoncen muss über die wesentlichen Inhalte des angestrebten Vertrages aufgeklärt werden, egal ob darauf tatsächlich später ein Vertrag abgeschlossen wird. Ein Unternehmer hätte z. B. bei der Einrichtung eines Online-Shops auf folgende Details zu achten:

- Identität und ladungsfähige Anschrift,
- Preis (incl. aller Steuern),
- zusätzliche Liefer- und Versandkosten,
- wesentliche Merkmale der Ware oder der Dienstleistung,
- die Mindestlaufzeit bei wiederkehrenden Leistungen
- Widerrufs- und Rückgaberecht.

Zu beachten ist weiterhin, dass der Verbraucher nach Vertragsabschluss einen Anspruch hat, die vorgenannten Informationen vom Unternehmer auf einem dauerhaften Datenträger in Textform zu erhalten. Textform bedeutet, dass es sich gem. § 126 b BGB um schriftliche Urkunden, aber auch andere lesbare Form, sofern die dauerhafte Wiedergabe in Schriftzeichen gewährleistet ist und die Person des Erklärenden genannt wird, handeln muss. Es kommen demnach Schriftstücke, Telefaxnachrichten, Emails, Sticks, CD's oder Disketten etc. in Frage.

VERBRAUCHERRECHT

Der Fernabsatzvertrag

Widerrufsrecht

Dem Verbraucher, der einen Fernabsatzvertrag abschließt, steht grundsätzlich ein Widerrufsrecht gemäß § 355 BGB zu.

Fernabsatzverträge können vom Verbraucher innerhalb von zwei Wochen widerrufen werden.

Der Widerruf muss spätestens bis zum letzten Tag der Frist in Textform oder durch fristgerechte Rücksendung der Sache erfolgen. Die Waren hat der Verbraucher nach Widerruf zurückzusenden, wobei die Kosten und die Gefahr der Rücksendung grundsätzlich vom Unternehmer zu tragen sind. Betrug allerdings die Bestellung weniger als 40,00 € oder hat bei einem höheren Preis der Ware der Verbraucher die Gegenleistung oder eine Teilzahlung zum Zeitpunkt des Widerrufs noch nicht erbracht, können die Kosten der Rücksendung vertraglich auf den Verbraucher übertragen werden. Wenn die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht, muss stets der Unternehmer die Rücksendekosten übernehmen. Das Widerrufsrecht des Verbrauchers kann in die AGB aufgenommen werden. Allerdings sollte dann darauf geachtet werden, dass sich der Unternehmer nicht dem Vorwurf ausgesetzt sieht, er hätte durch die Vielzahl von Klauseln und die Informationsdichte für Verwirrung gesorgt. Diesem Argument begegnet der Unternehmer am besten, indem er die

Widerrufsbelehrung fett druckt oder auf andere Weise besonders hervorhebt.

Der Europäische Gerichtshof hat am 03.09.2009 entschieden, dass im Zusammenhang mit der Ausübung des Widerrufsrechts keine Wertersatzklauseln für die Nutzung der gekauften Waren angewendet werden dürfen. Insofern steht in Aussicht, dass deutsches Recht, namentlich der § 357 Abs. 3 BGB, der dies erlaubt, geändert werden wird.

Telefonwerbung

Einige Firmen nutzen auch Formen des Telefonmarketings mit dem Ziel, Verträge abzuschließen. Für diese Form der Kontaktaufnahme zu potentiellen Kunden hat es in der letzten Zeit eine Fülle von rechtlichen Entscheidungen zu möglichen, meist aber zu unmöglichen Varianten der telefonischen „Kaltakquise“ gegeben. Erschwert wird die diese Form der Kundenansprache durch die rechtliche Vorgabe (§ 7 UWG-Gesetz über den unlauteren Wettbewerb), dass die

vorherige Zustimmung des Verbrauchers zur Telefonwerbung vorliegen muss.

Ansonsten hätte der Unternehmer auf Telefonakquise zu verzichten. Wird der Kunde im Zuge einer Marketingkampagne bei Vorliegen seines Einverständnisses angerufen, müssen unmittelbar die Zwecke des Anrufs offen gelegt werden. Im Falle von Streitigkeiten hinsichtlich der Rechtmäßigkeit der Werbeaktionen ist der Unternehmer beweisbelastet. Sichergestellt werden könnte das z. B. über ein Kontaktformular, in dem ein Kästchen vom Verbraucher angekreuzt wird, dass er angerufen werden möchte oder sich damit einverstanden erklärt in Telefonmarketingaktionen einbezogen zu werden. Angesichts der exzessiven Überflutung der Verbraucher mit diesem Medium, dürften Marketingerfolge für Unternehmer hier eingeschränkt sein.



Autor:

Dr. jur. Hans-Michael Dimanski

Dr. Dimanski & Partner, Rechtsanwälte

Sternstr. 24

39104 Magdeburg

Tel.: (0391) 53 55 96-16

Fax: (0391) 53 55 96-13

Email: dimanski@ra-dp.de

www.ra-dp.de