

MEHR SCHUTZ VOR KOSTENFALLEN

Positionspapier des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) für einen besseren Schutz vor untergeschobenen langfristigen Verträgen und bei Haustürgeschäften

2. Mai 2024

VERBRAUCHERRELEVANZ

Verbraucher:innen sind in ihrem Alltag mit einer Vielzahl an **Kostenfallen** konfrontiert: An der Haustür, am Telefon, im Internet oder vor Ort im Ladengeschäft werden Verbraucher:innen nach wie vor langfristige Verträge (Dauerschuldverhältnisse) untergeschoben, die sie entweder gar nicht oder allenfalls in anderer Form abschließen wollten. Die hier lauernden Vertragsfallen können je nach Vertriebskanal und Branche sehr unterschiedlich gestaltet sein. Das Resultat für die Betroffenen ist aber immer gleich: Kostenfallen führen zu Ärger, unnötigem Zeitaufwand und Enttäuschung. Wenn die Bemühungen erfolglos bleiben, den langfristigen Vertrag wieder loszuwerden, bleiben Verbraucher:innen am Ende gar auf den Kosten der unnötigen Verträge sitzen.

HINTERGRUND

Das jüngst in Kraft getretene Faire-Verbraucherverträge-Gesetz brachte zwar wichtige Verbesserungen für Verbraucher:innen mit sich. So ist endlich Schluss mit langen automatischen Vertragsverlängerungen, aus denen Verbraucher:innen oft nicht schnell herauskamen, weil sich Verträge meist automatisch um ein weiteres Jahr verlängerten. Zusätzlich wurde der zuvor oftmals unnötig komplizierte Kündigungsprozess mit Einführung des Kündigungsbuttons erheblich erleichtert.

In erster Linie muss es aber das Ziel sein, mit Hilfe eines verbesserten Rechtsrahmens Verbraucher:innen in die Lage zu versetzen, gar nicht erst in eine Kostenfalle zu tappen. Die dafür erforderlichen Regelungen wurden bislang nicht umgesetzt. Obwohl auch die Bundesregierung im Koalitionsvertrag einen besseren Schutz – etwa vor unseriösen Haustürgeschäften – versprochen hat, wurden einfache und gleichsam wirksame Lösungen, wie eine Verlängerung des Widerrufsrechts, immer noch nicht auf den Weg gebracht.

FORDERUNGEN

Folgende Maßnahmen zum Schutz vor Kostenfallen müssen aus Sicht des vzbv deshalb noch in dieser Legislaturperiode umgesetzt werden:

1. Allgemeine Bestätigungspflicht

Durch Einführung einer allgemeinen Bestätigungspflicht können Verbraucher:innen besser vor untergeschobenen oder aufgedrängten Verträgen am Telefon ge-

schützt werden. Derzeit gibt es verschiedene sektorale Pflichten (z.B. im Gewinnspiel-, Telekommunikations- oder im Energiebereich), wonach der Vertrag in Textform bestätigt werden muss. Das Phänomen der Telefonwerbung mit aufgedrängten oder unerwünschten Vertragsabschlüssen tritt aber auch in anderen Branchen auf. In der Vorgangserfassung der Verbraucherzentralen wurden im Jahr 2023 branchenübergreifend etwas über 11.000 Beschwerden zu telefonisch untergeschobenen Verträgen erfasst.¹ Dabei ist davon auszugehen, dass die Beschwerden, die die Verbraucherzentralen erreichen, sogar nur einen Bruchteil der tatsächlichen Verbraucherprobleme repräsentieren, da sich nicht alle betroffenen Verbraucher:innen an ihre Verbraucherzentrale wenden. Eine branchenübergreifende allgemeine Bestätigungspflicht kann deshalb maßgeblich Abhilfe schaffen.

Zusätzlich sollte bei der Einführung sichergestellt werden, dass die **Bestätigung** durch die Verbraucher:innen **erst nach einem Telefonat** (mit angemessenem Zeitabstand) erfolgen darf. So kann verhindert werden, dass Verbraucher:innen während des Telefonats gedrängt werden, auf Textnachrichten der Anrufer (etwa per E-Mail oder SMS) zu reagieren und die Bestätigung noch während des Telefonats abzugeben. Ein **Beispielfall** aus der Verbraucherberatung der Verbraucherzentralen verdeutlicht die Wichtigkeit einer Bestätigung erst nach Ende des Telefonats:

Ein Verbraucher berichtet, er habe eine telefonische Anfrage zu den Vertragsdaten zum Festnetz bzw. Internetvertrag gehabt. Aufgrund einer veralteten E-Mail-Adresse gab der Verbraucher dem Mitarbeiter des Telekommunikationsunternehmens seine neue an. Daraufhin habe er eine E-Mail erhalten, die laut Aussage des Mitarbeiters dafür da sei, ihn über seine Vertragsdaten zu informieren. Der Mitarbeiter habe ihm gesagt, er solle auf den Button "Ich bestätige" klicken. Beim Überfliegen der E-Mail habe sich der Verbraucher jedoch nicht erklären können, was oder wieso er eine Anfrage zu Vertragsdaten bestätigen solle und habe deshalb nochmal explizit nachgefragt. Der Mitarbeiter habe ihm versichert, es gehe um die Bestätigung der neuen E-Mail-Adresse sowie den Erhalt der Vertragsdaten. Für den Verbraucher habe es nach einer Vertragsverlängerung ausgesehen, da in der Mail unter anderem stand "Wir können Ihren Auftrag nur nach Bestätigung prüfen und weiterbearbeiten". Deshalb habe er diesbezüglich beim Mitarbeiter nachgefragt. Der Mitarbeiter habe sodann etwas „geprüft“ und dann bestätigt, dass er eine Vertragsverlängerung gemacht habe, da der Vertrag sonst in einem Monat ablaufen würde. Der Verbraucher habe allerdings mit keinem Wort eine Vertragsverlängerung gewünscht oder überhaupt nur angesprochen.

Die Bestätigung ungewollter langfristiger Verträge während des Telefonats konnte hier aufgrund der Aufmerksamkeit und des Nachfragens des Verbrauchers abgewendet werden. Nicht wenige Verbraucher:innen dürften jedoch den Zusagen der Mitarbeiter:innen vertrauen und die gewünschte Bestätigung noch während des Telefonats abgeben.

¹ Die Auswertungen der Beschwerdestatistik basieren auf der Vorgangserfassung aller 16 Verbraucherzentralen in den insgesamt rund 200 Beratungsstellen in Deutschland. Die Vorgangserfassung stellt die statistische Erfassung aller Verbraucheranliegen dar, die an die Verbraucherzentralen herangetragen werden. Direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus jedoch nicht ableitbar.

DER VZBV FORDERT:

Es muss zeitnah eine **sektorübergreifende allgemeine Bestätigungspflicht** für **telefonisch geschlossene langfristige Verträge** eingeführt werden. Dabei ist sicherzustellen, dass eine wirksame Bestätigung in Textform **erst nach Beendigung des Telefonats** mit **ausreichendem zeitlichen Abstand** möglich ist, damit Verbraucher:innen nicht im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Gespräch unter Bestätigungsdruck gesetzt werden können.

2. Maximal ein Jahr Erstvertragslaufzeit

Der Alltag der Verbraucher:innen unterliegt ständigen Anpassungen und Veränderungen – hier muss sich daher auch das Vertragsrecht anpassen. Streaming-Angebote, Online-Partnerbörsen und Online-Lernplattformen sind mit Zwei-Jahresverträgen für Verbraucher:innen oft unattraktiv. Sie möchten sich regelmäßig nicht so lange binden, weil für sie schwer absehbar ist, für welchen Zeitraum sie die Inhalte benötigen und damit nutzen werden. Dass Verbraucher:innen kürzere Vertragslaufzeiten vorziehen, zeigte bereits im Jahr 2020 eine vom vzbv in Auftrag gegebene Befragung durch forsa. Danach präferierten 70 Prozent der Befragten kurze Laufzeiten vor längerfristigen Verträgen, um Verträge schnell wechseln zu können, falls sie mit ihrem Vertrag unzufrieden sind oder es bessere Angebote gibt.² Schaffen Unternehmen gute flexible Angebote, werden Verbraucher:innen auch treue Kund:innen bleiben – dafür sind lange Vertragslaufzeiten nicht erforderlich. Im Gegenteil: kurze Laufzeiten stärken den Wettbewerb und erhöhen die Qualität der Angebote. Genau diesen Anreiz sollte die Politik fördern. Anderenfalls besteht die Gefahr, dass lange Laufzeiten Fehlanreize setzen, eher in den Vertrieb als in die Produktqualität und Zufriedenheit der Kund:innen zu investieren.

DER VZBV FORDERT:

Die zulässige **Erstvertragslaufzeit** für Dauerschuldverhältnisse darf **maximal ein Jahr** betragen.

3. Gesprächszusammenfassung für langfristige Verträge im Ladengeschäft

Auch im stationären Handel kommt es zu untergeschobenen langfristigen Verträgen, die Verbraucher:innen nicht oder nicht in der Form, wie später vom Unternehmer behauptet wird, abschließen wollten. Gerade im stationären Vertrieb vertrauen Verbraucher:innen regelmäßig darauf, dass schriftlich genau das niedergelegt ist, was die Verkäufer:innen ihnen zuvor erzählt haben. Situatives Merkmal ist dabei häufig ein Über- oder Unterangebot an Information. Das macht es für Verbraucher:innen praktisch kaum möglich, den gesamten Vertragsinhalt vor der Unterschrift zu prüfen. Es dürfte sich um wenige Ausnahmen handeln, sollten sich Kund:innen in einem Ladengeschäft hinsetzen und die ausgehändigten Vertragsunterlagen komplett durchlesen. Auch kann es dazu kommen, dass von den Verkäufer:innen aufgebauter Druck dazu führt, dass der Vertrag vor Ort und überwiegend nur teilweise durchgelesen unterzeichnet wird.

Diese Situationen ähneln sehr dem Fernabsatz am Telefon und sollten deshalb ebenfalls gesetzgeberisch besser geschützt werden. Um das Unterschieben von Verträgen in stationären Ladengeschäften zu erschweren, sollten Unternehmen

² Kostenfallen, repräsentative Bevölkerungsbefragung durch forsa im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, 5.11.2020, S.26, https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2020/11/05/20-11-05_chartbericht_kostenfallen_vertragsabschluesse_vertragskuendigungen.pdf, zuletzt abgerufen am 16.04.2024

verpflichtet werden, die wichtigsten Punkte des Verkaufsgesprächs sowie die maßgeblichen vertraglichen Aspekte schriftlich zusammenzufassen und den Kund:innen vor dem Vertragsschluss auszuhändigen. Alternativ könnte ein Widerrufsrecht für langfristige Verträge eingeführt werden. Ein Widerrufsrecht verhindert zwar nicht das Unterschieben als solches, gibt Verbraucher:innen aber die Möglichkeit, den Vertrag noch einmal in Ruhe zu lesen und gegebenenfalls zu widerrufen.

DER VZBV FORDERT:

Bei **langfristigen Verträgen**, die in stationären **Ladengeschäften** abgeschlossen werden, sollten Unternehmen verpflichtet werden, die wichtigsten Punkte des Verkaufsgesprächs sowie die maßgeblichen vertraglichen Aspekte **schriftlich zusammenzufassen** und den Kund:innen vor dem Vertragsschluss **auszuhändigen**. Alternativ könnte ein 14-tägiges Widerrufsrecht eingeführt werden.

4. Widerrufsfrist von 30 Tagen bei Haustürgeschäften

Der vzbv fordert eine Verlängerung der Widerrufsfrist von derzeit 14 auf 30 Tage für Haustürgeschäfte, um Verbraucher:innen effektiver vor den Folgen nachteiliger Verträge zu schützen.

Die Verbraucherzentralen verzeichnen eine zunehmende Anzahl von Beschwerden im Zusammenhang mit Haustürgeschäften.³ Im Jahr 2023 wurden in den Verbraucherzentralen mehr als 6.600 Verbraucherbeschwerden erfasst, die sich auf Haustürgeschäfte beziehen.⁴ Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist hier ein Anstieg der Beschwerdezahlen um mehr als 20 Prozent zu verzeichnen.⁵

Der Anstieg der Beschwerdezahlen über Haustürgeschäfte ist unter anderem in folgenden Produktbereichen besonders ausgeprägt:

Kategorie	Beschwerdezahl im Jahr 2023	Anstieg im Vergleich zum Jahr 2022
<i>Mobilfunk (Telefonie & Internet)</i>	> 430	106 Prozent
<i>Festnetz (Telefonie & Internet)</i>	> 2.300	49 Prozent

Gründe für Verbraucherbeschwerden über Haustürgeschäfte sind vor **allem untergeschobene Verträge** und **Probleme mit dem Widerruf**. Erfahrungsgemäß kön-

³ Die Auswertungen der Beschwerdestatistik basieren auf der Vorgangserfassung aller 16 Verbraucherzentralen in den insgesamt rund 200 Beratungsstellen in Deutschland. Die Vorgangserfassung stellt die statistische Erfassung aller Verbraucheranliegen dar, die an die Verbraucherzentralen herangetragen werden. Direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus jedoch nicht ableitbar.

⁴ Hinweis zur Einordnung der Beschwerdezahlen: Bei den Verbraucherbeschwerden, die in den Verbraucherzentralen erfasst werden, handelt es sich in der Regel nicht um Bagatellen. Vielmehr haben Verbraucher:innen hier so stark das Gefühl, sie könnten ihre Rechte gegenüber einem Anbieter nicht durchsetzen, dass sie sich spezialisierte Unterstützung in einer Beratungsstelle einer Verbraucherzentrale organisiert haben und hierfür teilweise auch Gebühren in Kauf nehmen. Demzufolge ist davon auszugehen, dass Verbraucherbeschwerden, die im Rahmen einer Beratung in den Verbraucherzentralen erfasst werden, einem besonderen Leidensdruck entspringen. Gleichzeitig ist nicht anzunehmen, dass alle Betroffenen den Weg in eine Verbraucherzentrale finden.

⁵ Im Jahr 2022 lag die Beschwerdezahl bei mehr als 5.300.

nen insbesondere **schutzwürdige Verbraucher:innen** wie Senior:innen die rechtlichen und wirtschaftlichen Folgen eines Vertragsschlusses oftmals nicht erkennen und sind **auf Hilfe angewiesen**.

Die **14-tägige Widerrufsfrist** ist hierfür aber **zu kurz**: Wenn Opfer einer Kostenfalle durch Angehörige oder in der Verbraucherberatung Hilfe erhalten, ist die derzeit geltende nur **zweiwöchige Frist häufig schon abgelaufen**. Zudem behaupten Anbieter immer wieder, der Widerruf habe sie nicht erreicht. Auch ein Nachhaken oder wiederholtes Widerrufen ist während der kurzen Frist oft nicht möglich.

Mit der **Verlängerung der Widerrufsfrist** könnten Verbraucher:innen **gezielt** vor den Folgen **unseriöser Haustürgeschäfte** geschützt werden, weil vor allem bei untergeschobenen Verträgen ein Widerruf gewünscht wird. Mit der Verlängerung könnte dementsprechend auch der **Koalitionsvertrags der Bundesregierung**, der ausdrücklich einen **besseren Schutz vor unseriösen Haustürgeschäften** vorsieht,⁶ wirksam umgesetzt werden. Auch die **Verbraucherschutzministerkonferenz (VSMK)** hat sich im Jahr 2023 für die Verlängerung der Widerrufsfrist auf 30 Tage ausgesprochen.⁷

Vor diesem Hintergrund sollte der deutsche Gesetzgeber von der entsprechenden Öffnungsklausel in der im Jahr 2019 novellierten Verbraucherrechterichtlinie⁸ Gebrauch machen und die Widerrufsfrist für Verträge im Zusammenhang mit unerbetenen Haustürgeschäften auf 30 Tage verlängern.

DER VZBV FORDERT:

Die **Widerrufsfrist für Verträge**, die anlässlich unerbetener **Haustürbesuche** geschlossen wurden, ist auf **30 Tage zu verlängern**.

Kontakt

*Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.*

Team Recht und Handel

recht-und-handel@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

⁶ Mehr Fortschritt wagen, Koalitionsvertrag 2021 - 2025, Kapitel „Innere Sicherheit, Bürgerrechte, Justiz, Verbraucherschutz, Sport“ unter „Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher“: „Den Schutz vor unseriösen Haustürgeschäften verbessern wir.“

⁷ Ergebnisprotokoll der 19. Sitzung der Verbraucherschutzministerkonferenz am 30. Juni 2023 in Konstanz, TOP 38 Nr. 4, verfügbar unter: https://www.verbraucherschutzministerkonferenz.de/documents/ergebnisprotokoll-19-vsmk_oeffentlich_18-07-2023_1689678836.pdf, zuletzt abgerufen am 16.04.2024

⁸ Artikel 9 Absatz 1a RL 2011/83/EU lautet: „(1a) Zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken kann ein Mitgliedstaat Bestimmungen erlassen, gemäß derer die in Absatz 1 genannte Widerrufsfrist von 14 Tagen auf 30 Tage verlängert wird, wenn die Verträge im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Unternehmers in der Wohnung eines Verbrauchers oder im Zusammenhang mit Ausflügen geschlossen werden, die von einem Unternehmer in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert werden, dass für den Verkauf von Produkten bei Verbrauchern gewonnen wird oder Produkte an Verbraucher verkauft werden. Diese Bestimmungen müssen verhältnismäßig, nicht diskriminierend und aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein.“