



Verträge außerhalb von Geschäftsräumen

Stellungnahme bzgl. der Forderungen nach einem Verbot des sog. „unbestellten“ Haustürgeschäfts und einer Verlängerung der Widerrufsfrist

Hintergrund – Verbraucherbeschwerden im „Haustürgeschäft“:

- Der vzbv begründet die Forderungen nach einem Verbot des sog. „unbestellten“ Haustürbesuchs und einer Verlängerung der Widerrufsfrist mit einer gestiegenen Zahl an Verbraucherbeschwerden im Bereich der „Haustürgeschäfte“ (Januar - Oktober 2023 + 22 Prozent ggü. dem Vorjahreszeitraum).
- Tatsächlich nimmt die Beschwerdequote tendenziell ab. Der durch den vzbv monierte Anstieg der Beschwerden ist auf einen Anstieg der Aktivitäten im Telekommunikationsbereich (mehr Besuche nach Corona) und bei Energielieferverträgen (fanden 2022 nicht statt wegen des russischen Angriffskriegs) zurückzuführen. Tatsächlich liegen die Beschwerden in etwa auf dem Niveau von 2018, obwohl die Anzahl der Vertragsabschlüsse gestiegen ist.
- Stellt man die seitens des vzbv erhobenen Verbraucherbeschwerdezahlen den tatsächlichen Abschlüssen von Verträgen außerhalb von Geschäftsräumen („Haustürgeschäfte“) entgegen, ergibt sich eine **Beschwerdequote von etwa 1 Promille**. Würde man die Beschwerdequote ins Verhältnis mit allen „Haustürbesuchen“ (also auch ohne Vertragsabschluss) setzen, ergäbe sich eine entsprechend noch wesentlich geringere Beschwerdequote. Man kann hier wohl von einer hohen Akzeptanz des Vertriebskanals sprechen.
- >50% der Beschwerden beziehen sich auf die Telekommunikationsbranche, was wiederum auf den Glasfaserausbau zurückzuführen ist.
- Ein erheblicher Teil der Beschwerden bezieht sich auf Rechtsbrüche, also bereits verbotenes Verhalten, z.B. Zutritt zur Wohnung verschaffen unter Vortäuschung falscher Tatsachen (Router-Trick, Stadtwerke-Trick), was u.a. den Tatbestand der arglistigen Täuschung erfüllt.

Ein Verbot des „unbestellten“ Haustürbesuchs schadet seriösen Unternehmen, zahlt nicht auf den Verbraucherschutz ein und ist nicht mit EU-Recht vereinbar:

- Ein Verbot des sog. „unbestellten“ Haustürbesuchs bedeutet de facto und de jure ein weitreichendes Verbot der persönlichen Ansprache über die „Haustür“ hinaus. Es kann sowohl Gespräche am Gartenzaun oder auf der Straße betreffen als auch Verkaufspartys. Tiefe Einschnitte in die Vertriebspraxis seriöser Unternehmen sind die Folge.

- **Es müssten umfangreiche Dokumentationspflichten eingeführt werden, etwa ein System von ‚offline-cookies‘, deren Nutzen mindestens fraglich ist.**
- **Im schlimmsten Fall wird es ohne fest definierten zeitlichen Abstand zwischen ‚Bestellung‘ und Produktvorführung nicht mehr möglich sein, persönliche Werbung zu betreiben (Cooling-off-Periode), was ebenfalls negative Folgen für den Vertrieb mit sich bringt.**
- Gleichzeitig ist es kaum vorstellbar, dass sich Personen, die sich heute am Markt nicht an geltendes Recht halten, von einem weiteren Verbot aufhalten lassen. **Wer den ‚Router- oder Stadtwerke-Trick‘ nutzt, wird sich durch das Verbot nicht aufhalten lassen. Das rechtliche Verbraucherschutzniveau ist sehr hoch. Hier handelt es sich um ein Rechtsdurchsetzungsproblem.**
- **Ein Verbot des ‚unbestellten‘ Haustürbesuchs ist europarechtlich nicht zulässig.** Regulierungsspielraum für Mitgliedsstaaten besteht nur bei aggressiven oder irreführenden Praktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen – Vgl. EW55 u. Artikel 3 Absatz 5 Modernisierungs-RL (EU) 2019/2161). Die generelle Zulässigkeit des unerbetenen Hausbesuchs hat der Deutsche Bundestag zuletzt im Jahr 2021 mit der Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie 2019/2161/EU in deutsches Recht klargestellt. Zugleich hat er der Forderung nach der Einführung eines Einwilligungsvorbehalts beim unerbetenen Hausbesuch eine Absage erteilt. Die Bundesregierung schrieb hierzu im Rahmen der Umsetzung der Richtlinie im Jahr 2021: „Die in der Modernisierungsrichtlinie enthaltene Öffnungsklausel erlaubt es zwar, nationale Regelungen zu unerbetenen Hausbesuchen von Gewerbetreibenden zu treffen, die Vertriebsform als solche muss aber nach den Ausführungen in Erwägungsgrund 55 der Richtlinie zulässig bleiben“ (BT-Drs. 19/27873, S. 65).

Das Urteil des LG Berlin vom 18.12.2018 (Az.: 16 O 49/18) hat Haustürbesuche unter einen Einwilligungsvorbehalt gestellt. Das Urteil wurde aber vom KG Berlin mit Urteil vom 01.12.2020 (Az.: 5 U 26/19) aufgehoben. Das KG Berlin geht u. a. mit Verweis auf die ständige BGH-Rechtsprechung von einer generellen Zulässigkeit des unbestellten Vertreterbesuchs aus. Dabei werden auch die Unterschiede zur Telefonwerbung noch einmal deutlich gemacht. Der BGH hat einen Revisionsantrag der Kammergerichtsentscheidung abgelehnt und damit seine bisherige Rechtsprechung bestätigt. Auch der Europäische Gerichtshof hat am 10.07.2014 (Az.: C-421/12, EU-Kommission/Belgien) entschieden, dass ein Verbot des unbestellten Vertreterbesuchs rechtswidrig wäre.

- **Unbestellte Haustürbesuche sind auch nicht mit unerwünschten Telefonanrufen vergleichbar.** Hierzu schrieb die Bundesregierung im Jahr 2021: „Hausbesuche zu Werbezwecken finden sehr viel seltener statt als Werbeanrufe, weil sie mit einem höheren Aufwand verbunden sind und auch nur lokal begrenzt erfolgen können. Zudem sieht § 7 Absatz 1 Satz 2 UWG schon jetzt für alle Formen von Werbung – also auch Haustürwerbung – vor, dass sie unzulässig ist, wenn erkennbar ist, dass die angesprochenen Verbraucherinnen und Verbraucher, zum Beispiel ausweislich eines Aufklebers am Klingelschild, diese nicht wünschen“ (BT-Drs. 19/27873, S. 65). Dem stimmen wir zu.



Eine Verlängerung der Widerrufsfrist birgt rechtliche Probleme:

- **Die Verlängerung der Widerrufsfrist wäre unionsrechtlich nur für „unbestellte“ Haustürgeschäfte zulässig** (vgl. Art. 9.1a Modernisierungs-RL (EU) 2019/2161). Es würde also eine Unterscheidung zwischen „unbestellten“ und „bestellten“ Verkäufen erfordern und mit erheblicher Rechtsunsicherheit und der entsprechenden Administration einhergehen.
- **Dementsprechend würden zwei unterschiedlich lange Widerrufsfristen für denselben Vertriebskanal gelten** und absehbar zu Verwirrung führen.