

Bestätigungslösung jetzt!

Positionspapier des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)

7. November 2025

Verbraucherrelevanz

Im Jahr **2024** wurden in den Verbraucherzentralen bundesweit über **9.600 Beschwerden** zu telefonisch untergeschobenen Verträgen erfasst. Damit gehört dieses Verbraucherproblem nach Beschwerden zu ausbleibenden Lieferungen/Leistungen (knapp 13.500 Beschwerden), Fake-Shops (über 10.100 Beschwerden) und online untergeschobenen Verträgen (knapp 9.700 Beschwerden) zu den am häufigsten erfassten Beschwerdegründen in den Verbraucherzentralen.¹ Verträge, die über diesen Vertriebskanal geschlossen werden, stellen nach wie vor ein **ernstzunehmendes Problem** im Verbraucheralltag dar – insbesondere für vulnerable Gruppen wie beispielsweise **ältere Menschen**. Sie sind häufig Ziel unseriöser Vertriebsmethoden, bei denen ihnen während eines Telefonats Verträge, die sie entweder nicht oder nicht in dieser Form abschließen wollten, untergeschoben werden. Die Folge: langfristige Verpflichtungen, die zur finanziellen Belastung werden können. Neben den finanziellen Risiken kann dies auch zu einer zunehmenden Verunsicherung insbesondere älterer Menschen beitragen. Dies kann so weit gehen, dass sich Menschen aus Angst vor unerwünschten Anrufen kaum noch trauen, ans Telefon zu gehen. Diese Entwicklung kann nicht nur ihre Teilhabe am sozialen Leben, sondern auch ihre Erreichbarkeit für wichtige Dienstleistungen und Unterstützungsangebote gefährden.

1. Problemlagen

Die meisten der mehr als 9.600 erfassten Beschwerden bezogen sich dabei auf die Bereiche **Buch/Zeitschrift/Zeitung (27 Prozent), Glücksspiel/Gewinnspiel/Lotterie (23 Prozent),**

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 im Rahmen der institutionellen Verbraucherarbeit an die Verbraucherzentralen herangetragen werden. Direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus jedoch nicht ableitbar.

Stromverträge (19 Prozent), Festnetz-/Internetverträge (8 Prozent) und Mobilfunk-/Internetverträge (6 Prozent).² Die Beschwerden betreffen damit sowohl die Sektoren, die bereits eine gesetzliche Regelung haben, als auch solche Sektoren, die noch keiner sektoralen Regelung unterliegen.

Im Weiteren liegt auch eine Auswertung der Beschwerdestatistik³ der Marktbeobachtung des vzbv für den Zeitraum **Januar 2022 bis Juni 2025**, bezogen auf die Bereiche Strom/Gas, Telekommunikation und Buch/Zeitschrift/Zeitung, vor. Sie zeigt, dass es in allen drei betrachteten Bereichen auch **in jüngster Zeit ein beachtliches Beschwerdeaufkommen** gab. Im Zeitverlauf unterlag der Bereich Strom/Gas dabei größeren Schwankungen, nicht zuletzt aufgrund der Energiepreiskrise 2022/2023. Der Bereich Buch/Zeitschrift/Zeitung war von vergleichsweise moderaten Schwankungen geprägt. Im Bereich Telekommunikation war das Beschwerdeaufkommen weitgehend konstant und ist nur unwesentlich zurückgegangen.⁴ Insgesamt bleibt festzuhalten, dass Verbraucher:innen in den untersuchten Bereichen weiterhin häufig Anlass zur Beschwerde haben.

Das Problem der telefonisch untergeschobenen Verträge wurde zudem auch von der **Bundesnetzagentur (BNetzA)** aufgegriffen. So führte die BNetzA unter anderem ein Verfahren gegen ein Unternehmen durch, das sich am Telefon fälschlicherweise als Apothekenverband ausgab und mit einer angeblichen Gesundheitsumfrage einleitete. Ziel war es, insbesondere ältere Menschen zum Kauf teurer Nahrungsergänzungsmittel zu bewegen. Teilweise wurden die Produkte sogar ohne ausdrückliche Bestellung zugesandt und in Rechnung gestellt – unter Berufung auf ein vermeintlich am Telefon abgeschlossenes Abo.⁵

Dieser Fall steht exemplarisch auch für zahlreiche Beschwerden aus der Vorgangserfassung der Verbraucherzentralen, die unter anderem in einer aktuellen Fallsammlung aufgeführt werden.⁶ Hiernach treten immer wieder Verbraucher:innen an die Verbraucherzentrale heran, um sich beispielsweise über untergeschobene Zeitschriften-Abonnements zu beschweren. Insbesondere ältere Menschen sind hierbei eine vulnerable Verbrauchergruppe. Auch werden Fälle berichtet, in denen Anrufer älteren Menschen als Dank für Umfrageteilnahmen vermeintlich kostenlose Zuschriften versprechen, die sich dann aber als kostenpflichtige Abonnements entpuppen, gegen die sich Verbraucher:innen dann mit Aufwand wehren müssen, der gerade für ältere Menschen ein

² 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 im Rahmen der institutionellen Verbraucherarbeit an die Verbraucherzentralen herangetragen werden. Direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus jedoch nicht ableitbar.

³ Diese Auswertung der Beschwerdestatistik basiert auf der Vorgangserfassung der Verbraucherzentralen in Deutschland. Die Vorgangserfassung stellt die statistische Erfassung aller Verbraucheranliegen dar, die im Rahmen der institutionellen Verbraucherarbeit an die Verbraucherzentralen herangetragen werden. Direkte Rückschlüsse auf die Häufigkeit des Vorkommens bestimmter Verbraucherprobleme in der Gesamtbevölkerung sind daraus jedoch nicht ableitbar. Beschwerden, die die Verbraucherzentralen erreichen, repräsentieren nur einen Bruchteil der tatsächlichen Verbraucherprobleme, da sich nicht alle betroffenen Verbraucher:innen an ihre Verbraucherzentrale wenden. Aufgrund einer Anpassung des Erfassungsprozesses zum Jahreswechsel 2022/23 sind die Beschwerdezahlen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (BW) nicht mit denen vor bzw. nach diesem Zeitpunkt vergleichbar. Deshalb ist BW bei dieser Datenauswertung nicht berücksichtigt.

⁴ vzbv, Entwicklung telefonisch untergeschobener Verträge in ausgewählten Bereichen, 29.09.2025, S. 2-4, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/25-09-29_Entwicklung%20telefonisch%20untergeschobener%20Vertr%C3%A4ge_0.pdf.

⁵ Bundesnetzagentur, Pressemitteilung vom 20.01.2025, Beschwerden zu unerlaubten Werbeanrufen nehmen zu, https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2025/20250120_Telefonwerbung.html, zuletzt abgerufen am 13.10.2025.

⁶ vzbv, Verbraucherbeschwerden zu telefonisch untergeschobenen Verträgen, 07.10.2025, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/2025-10-07_Fallsammlung_telefonisch%20untergeschobene%20Vertr%C3%A4ge.pdf.

größeres Problem darstellen kann. Nachfolgender Beispielfall⁷ aus der Fallsammlung des vzbv soll die Problematik verdeutlichen:

- *Eine Verbraucherin berichtet, dass ihre Mutter (80 Jahre) einen Anruf erhielt. Der Anrufer habe Fragen zum Thema Gesundheit stellen wollen und die Mutter, im Glauben es handele sich um ihre Versandapotheke, habe die Fragen beantwortet. Als angebliches Dankeschön sei ihr dann die Zusendung von sechs kostenlosen Zeitschriften versprochen worden. Kurz darauf habe sie einen Brief erhalten, in dem ihr mitgeteilt wurde, ein Abonnement abgeschlossen zu haben. Über einen im Schreiben enthaltenen Link im Brief versuchte die Tochter nun Widerspruch einzulegen, woraufhin keine Bestätigung dafür gekommen sei. Der Anbieter behauptete später, keinen Widerspruch erhalten zu haben. Auch ein darauffolgender, weiterer Versuch Widerspruch einzulegen, blieb ohne Bestätigung. Stattdessen erhielt die Mutter eine Rechnung.*

Der Fall zeigt, wie es zu unerwünschten langfristigen Verträgen am Telefon kommen kann und wie schwer es auch für Angehörige sein kann, aus diesen Verträgen wieder herauszukommen – und das, obwohl nie ein Vertrag gewünscht wurde. Eine Allgemeine Bestätigungspflicht könnte das Hineingeraten in unerwünschte oder unklare Vertragsverhältnisse erschweren und so zu einem besseren Verbraucherschutz beitragen.

2. Sektorale Regelungen unzureichend

2.1 Energiesektor

Gesetzliche Regelungen wurden in den vergangenen Jahren bereits für einzelne Sektoren eingeführt, um Verbraucher:innen besser vor telefonisch untergeschobenen Verträgen zu schützen. Im Energiebereich wurde mit dem Textformerfordernis (§ 4 b Energiewirtschaftsgesetz – EnWG) ein wichtiger Schritt unternommen. Doch Schilderungen aus der Praxis zeigen: Dieses Schutzinstrument wird zum Teil unterlaufen. Verbraucher:innen werden beispielsweise gedrängt, ihre Vertragserklärung bereits während des Telefonats abzugeben – etwa durch das Anklicken eines Links, den sie kaum prüfen können.⁸ Eine echte informierte Entscheidung ist unter diesen Umständen kaum möglich.

Folgender Beispielfall aus der Fallsammlung⁹ verdeutlicht die Problematik und die Wichtigkeit einer Bestätigung erst nach Ende des Telefonats:

- *Ein Verbraucher berichtet, vor einigen Wochen von einem Energieanbieter angerufen worden zu sein, ohne zuvor seine Einwilligung erteilt zu haben. Der Mitarbeiter am Telefon habe ihm folgendes mitgeteilt: "Wir arbeiten mit (...) (dem bisherigen Anbieter des Verbrauchers) zusammen". Man müsse die Daten abgleichen und benötige dazu unter anderem die*

⁷ vzbv, Verbraucherbeschwerden zu telefonisch untergeschobenen Verträgen, 07.10.2025, S. 3, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/2025-10-07_Fallsammlung_telefonisch%20untergeschobene%20Vertr%C3%A4ge.pdf.

⁸ vzbv, Entwicklung telefonisch untergeschobener Verträge in ausgewählten Bereichen, 29.09.2025, S. 5, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/25-09-29_Entwicklung%20telefonisch%20untergeschobener%20Vertr%C3%A4ge_0.pdf.

⁹ vzbv, Verbraucherbeschwerden zu telefonisch untergeschobenen Verträgen, 07.10.2025, S. 8, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/2025-10-07_Fallsammlung_telefonisch%20untergeschobene%20Vertr%C3%A4ge.pdf.

Zählernummer. Es würde aber "alles so bleiben, wie es ist". Der Verbraucher sei davon ausgegangen, dass daher alles seine Ordnung habe. Er habe daraufhin online ein Dokument unterschrieben. Um den 14.03.2025 herum habe er dann die schriftliche Aufforderung des Energieanbieters erhalten, die Rechnung des Voranbieters vorzulegen. Erst da sei ihm klar geworden, dass er unbeabsichtigt den Anbieter gewechselt habe.

Dieser Fall zeigt, dass der Verbraucher mit einer Bestätigung erst nach dem Ende des Telefonats die Angaben hätte überprüfen können und voraussichtlich nicht in die Situation geraten wäre, unbeabsichtigt den Anbieter gewechselt zu haben.

2.2 Telekommunikationssektor

Ähnlich verhält es sich im Telekommunikationsbereich. Hier muss gemäß § 54 Abs. 3 Telekommunikationsgesetz (TKG) eine Vertragszusammenfassung zur Verfügung gestellt werden, die von den Verbraucher:innen bestätigt werden muss. Doch Schilderungen aus der Praxis zeigen auch hier, dass Zusammenfassung und Bestätigung zum Teil während des Telefonats eingeholt werden.¹⁰ Immerhin hat jüngst das Landgericht München I in seinem Urteil vom 22. April 2024 klargestellt, dass eine Bestätigung während des Telefonats nicht zulässig ist, da Verbraucher:innen so keine Entscheidung in voller Sachkenntnis treffen oder Angebote anderer Anbieter vergleichen können.¹¹ Dieses Urteil betrifft jedoch nur den Telekommunikationssektor und lässt sich nicht ohne Weiteres auf andere Bereiche übertragen. Zudem ist das Verfahren in der Berufung und demnach noch nicht rechtskräftig.

Folgender Beispielfall aus der Fallsammlung¹² verdeutlicht das bisherige und voraussichtlich nach wie vor auftretende Phänomen in der Praxis im Telekommunikationsbereich, wonach die Zustimmungen der Verbraucher:innen im laufenden Gespräch eingeholt werden.

- *Eine Verbraucherin berichtet von einem Anruf eines Telekommunikationsanbieters. Ihr seien dabei unter anderem die Reduzierung ihres bestehenden DSL-Tarifs sowie eine Änderung im Mobilfunkvertrag angeboten worden. Während des Gesprächs sei die Verbraucherin von der Mitarbeiterin aufgefordert worden, einen Button mit "sofort kaufen" zu drücken, um den zuvor besprochenen Mobilfunkvertrag zu aktivieren. Sie habe keine Zeit gehabt, die Unterlagen durchzusehen, da die Vertragsunterlagen einschließlich der vorvertraglichen Informationen unmittelbar vor der Aufforderung zur Betätigung des Buttons übersandt worden seien. Die Verbraucherin berichtet weiter, in der Folgezeit hohe Rechnungen erhalten zu haben.*

Auch dieser Fall verdeutlicht, dass eine informierte Entscheidung oder ein Angebotsvergleich in der laufenden Gesprächssituation kaum möglich ist. Darüber hinaus stehen Verbraucher:innen oft gut geschulten, rhetorisch geübten Mitarbeitenden gegenüber. Eine Bestätigungspflicht nach dem Telefonat würde hier auf Verbraucherseite das nötige Gegengewicht verschaffen.

¹⁰ vzbv, Entwicklung telefonisch untergeschobener Verträge in ausgewählten Bereichen, 29.09.2025, S. 5, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/25-09-29_Entwicklung%20telefonisch%20untergeschobener%20Vertr%C3%A4ge_0.pdf.

¹¹ Urteil: Vodafone darf Kund:innen am Telefon nicht überrumpeln, <https://www.vzbv.de/urteile/urteil-vodafone-darf-kundinnen-am-telefon-nicht-ueberrumpeln>, zuletzt abgerufen am 13.10.2025, LG München I vom 22.04.2024, Az. 4 HK O 11626/23 – nicht rechtskräftig (Berufung OLG München 6 U 1815/24e).

¹² vzbv, Verbraucherbeschwerden zu telefonisch untergeschobenen Verträgen, 07.10.2025, S. 7, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-11/2025-10-07_Fallsammlung_telefonisch%20untergeschobene%20Vertr%C3%A4ge.pdf.

3. Lösung: Allgemeine Bestätigungspflicht

Durch die Einführung einer **sektorübergreifenden allgemeinen Bestätigungspflicht** können Verbraucher:innen besser vor untergeschobenen oder aufgedrängten Verträgen am Telefon geschützt werden. Zusätzlich sollten auch die **Schwachstellen in den bereits geregelten Sektoren** behoben werden.

3.1 Vorteile

Eine umfassende Regelung würde **Verbraucher:innen** besser vor untergeschobenen Verträgen am Telefon **schützen**. Darüber hinaus könnte sie zu mehr **Planungssicherheit für Unternehmen** beitragen. Denn Verbraucher:innen, die auf Grundlage einer Angebotszusammenfassung den Vertrag bestätigen und sich über den Vertragsschluss und dessen Inhalt bewusst sind, werden wahrscheinlich **seltener den Vertrag widerrufen**. Das ist im Interesse beider Vertragsparteien. Auch hilft das Widerrufsrecht nicht immer weiter. Dies gilt insbesondere für die Fälle, in denen Verbraucher:innen gar nicht mit einem Vertrag rechnen, den es zu lesen und zu widerrufen gilt (beispielsweise, weil am Telefon nur Infomaterial versprochen wurde). Oder beispielsweise in den Fällen, in denen Verbraucher:innen auf die telefonisch zugesicherten Inhalte vertrauen und Abweichungen erst im Nachgang nach Ablauf der Widerrufsfrist sichtbar werden. Auch funktionieren das Widerrufsrecht und die Bestätigungslösung grundsätzlich unterschiedlich: Während es sich bei dem Widerrufsrecht gewissermaßen um ein Opt-out handelt, bei dem man tätig werden muss, um sich von einem Vertrag zu lösen, stellt die Bestätigungslösung ein Opt-in dar, bei dem Verbraucher:innen tätig werden müssen, um sich vertraglich zu binden.

Die **Bestätigungslösung ergänzt** insoweit **das Widerrufsrecht** und bietet Verbraucher:innen eine niedrigschwellige Möglichkeit, eine informierte Entscheidung zu treffen oder diese umzusetzen. Dies ist besonders wichtig, denn der Vertragsschluss am Telefon geht häufig mit einer **Überrumpelungssituation** einher. Zusätzlich stehen Verbraucher:innen in den Telefongesprächen gut geschulten, rhetorisch geübten Mitarbeitenden gegenüber. Die Bestätigungslösung kann diese **Asymmetrien abmildern** und den Verbraucher:innen dabei den nötigen Raum verschaffen, tatsächlich eine informierte und bewusste Entscheidung zu treffen.

Darüber hinaus sind Verbraucher:innen aus dem E-Commerce **gewohnt**, ihre **Erklärungen zu bestätigen**, beispielsweise durch die Double-Opt-in-Lösung beim Bestellen von Newslettern oder durch die Gestaltung von Checkout-Prozessen. Insofern dürfte das nachgelagerte Bestätigen kein Novum darstellen. Auch Unternehmen dürften über Erfahrungen aus anderen Bereichen, beispielsweise bei der Newsletter-Anmeldung, verfügen und könnten auf diese Erfahrungen bei der Implementierung der Bestätigungslösung zurückgreifen.

Schließlich wird die Bestätigungslösung die Rechtsposition der Verbraucher:innen stärken und zu **mehr Rechtssicherheit** beitragen. Manche Unternehmen nutzen unter anderem gezielt die Verunsicherung von Verbraucher:innen über die Existenz und Umfang eines Vertrages aus, um diese mit unberechtigten Forderungen unter Druck zu setzen. Die Bestätigungslösung kann dieses Vorgehen erschweren.

Ohne eine Allgemeine Bestätigungspflicht ist zu erwarten, dass Verbraucher:innen weiterhin am Telefon Verträge untergeschoben werden. Es muss deshalb künftig die **klare Botschaft** gelten: **Wer nach einem Telefonat nichts bestätigt hat, muss auch nichts bezahlen!**

3.2 Umsetzung

Bei der Einführung der Bestätigungslösung sollte unbedingt 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. Frankreich¹³ und Schweden¹⁴ treffen hinsichtlich des Übermittlungszeitpunkts bereits eine Regelung. So darf in Frankreich das unternehmerische Angebot erst nach dem Telefonat versendet werden und in Schweden muss zumindest die Bestätigung der Verbraucher:innen nach dem Telefonat erfolgen.

Um der Gefahr zu begegnen, dass die Verträge beim Ausbleiben der Bestätigung in einer unendlichen schwebenden Unwirksamkeit münden, sollten **Fristen** für die Abgabe implementiert werden. Geben Verbraucher:innen also während einer bestimmten Frist keine Bestätigung ab, gilt diese als verweigert.

Zusätzlich sollten **Verbraucher:innen** selbstverständlich auch **nicht zur Leistung verpflichtet** sein, solange eine Bestätigung noch nicht erfolgt ist und der **Unternehmer** sollte **keine Rückforderungs- oder Wertersatzansprüche** haben, wenn er gegenüber den Verbraucher:innen in Erwartung der Bestätigung die Leistung erbringt.

Der vzbv fordert:

Es muss zeitnah eine **sektorübergreifende Allgemeine Bestätigungspflicht** für **telefonisch** geschlossene **langfristige Verträge** eingeführt werden. Dabei ist sicherzustellen, dass eine

¹³ Frankreich – Art. L221-16 Code de la consommation: Sans préjudice des dispositions de l'article L. 221-12, le professionnel qui contacte un consommateur par téléphone en vue de conclure un contrat portant sur la vente d'un bien ou sur la fourniture d'un service indique au début de la conversation, de manière claire, précise et compréhensible, son identité, le cas échéant l'identité de la personne pour le compte de laquelle il effectue cet appel et la nature commerciale de celui-ci. Le professionnel indique également au consommateur qu'il peut s'inscrire gratuitement sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique prévue à l'article L. 223-1 s'il ne souhaite pas faire l'objet de prospection commerciale par cette voie. A la suite d'un démarchage par téléphone, le professionnel adresse au consommateur, sur papier ou sur support durable, une confirmation de l'offre qu'il a faite et reprenant toutes les informations prévues à l'article L. 221-5. Le consommateur n'est engagé par cette offre qu'après l'avoir signée et acceptée sur support durable.

Deutsche Übersetzung: Unbeschadet der Bestimmungen des Artikels L. 221-12 muss der Gewerbetreibende, der einen Verbraucher telefonisch kontaktiert, um einen Vertrag über den Verkauf einer Ware oder die Erbringung einer Dienstleistung abzuschließen, zu Beginn des Gesprächs klar, präzise und verständlich seine Identität angeben, gegebenenfalls auch die Identität der Person, in deren Namen er anruft, sowie den kommerziellen Charakter des Anrufs. Der Gewerbetreibende muss den Verbraucher außerdem darüber informieren, dass er sich kostenlos in die Liste zur Ablehnung telefonischer Werbung gemäß Artikel L. 223-1 eintragen lassen kann, wenn er keine kommerziellen Anrufe erhalten möchte. **Nach einem telefonischen Werbeanruf übermittelt** der Gewerbetreibende dem Verbraucher auf Papier oder einem dauerhaften Datenträger eine Bestätigung des unterbreiteten **Angebots**, die alle in Artikel L. 221-5 vorgesehenen Informationen enthält. **Der Verbraucher ist erst dann an dieses Angebot gebunden**, wenn er es auf einem **dauerhaften Datenträger unterschrieben und angenommen hat**.

¹⁴ Schweden – Abschnitt 3a Svensk författningssamling (SFS): Om näringsidkaren på eget initiativ kontaktar konsumenten per telefon i syfte att ingå ett distansavtal, ska konsumenten i början av samtalet informeras om näringsidkarens identitet, syftet med samtalet och namnet på den person som är i kontakt med konsumenten och hans eller hennes relation till näringsidkaren. Om ett avtal ska ingås till följd av en sådan kontakt som avses i första stycket, ska näringsidkaren bekräfta sitt anbud i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten. Ett avtal ingås genom att konsumenten efter samtalet skriftligen accepterar näringsidkarens anbud. Ett avtal som inte har ingåtts på detta sätt är ogiltigt och konsumenten är då inte skyldig att betala för några varor eller tjänster. Konsumenten ska informeras om detta i näringsidkarens bekräftelse av anbudet. Lag (2018:1321).

Deutsche Übersetzung: Abschnitt 3 a: Nimmt der Unternehmer von sich aus telefonisch Kontakt mit dem Verbraucher auf, um einen Fernabsatzvertrag abzuschließen, so muss der Verbraucher zu Beginn des Anrufs über die Identität des Unternehmers, den Zweck des Anrufs und den Namen der Person, die mit dem Verbraucher in Kontakt steht, sowie über seine Beziehung zum Unternehmer informiert werden. Soll ein Vertrag aufgrund eines in Unterabsatz 1 genannten Kontakts geschlossen werden, so **bestätigt der Unternehmer sein Angebot** in einem Dokument oder in einer anderen lesbaren und dauerhaften Form, die dem Verbraucher zugänglich ist. Ein **Vertrag kommt dadurch zustande**, dass der Verbraucher das Angebot des Unternehmers **nach dem Gespräch schriftlich annimmt**. Ein Vertrag, der nicht auf diese Weise geschlossen wurde, ist ungültig und der Verbraucher ist nicht verpflichtet, für Waren oder Dienstleistungen zu bezahlen. Hierauf muss der Verbraucher in der Angebotsbestätigung des Unternehmers hingewiesen werden. Recht (2018:1321).

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. Die Schwachstellen in den bereits geregelten Sektoren sollten mit behoben werden.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

T +49 30 25800-0

[vzbv.de](https://www.vzbv.de)

Für den Inhalt verantwortlich:

Team Recht und Handel

Recht-und-Handel@vzbv.de

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