



Verbraucherzentrale
Bundesverband

VERBRAUCHER:INNEN IM FERNABSATZ WIRKSAM SCHÜTZEN

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands zum
Referentenentwurf des Gesetzes zur Änderung des Verbrauchervertrags-
und des Versicherungsvertragsrechts

24. Juli 2025

Inhalt

I. Verbraucherrelevanz.....	3
II. Zusammenfassung.....	4
III. Bewertung der einzelnen Regelungen	6
1. Widerrufsrecht nur bei Versicherungen im Fernabsatz beschränken	6
2. Widerrufsfunktion („Widerrufsbutton“)	8
2.1 Bewertung im Allgemeinen	8
2.2 Bestätigungsfunktion in zwei Schritten	8
2.3 Eingangsbestätigung	8
3. Informationen für nachhaltigere Kaufentscheidungen	9
IV. Weitere Forderung: Verlängerung der Widerrufsfrist bei Haustürgeschäften	10
Impressum	12

I. Verbraucherrelevanz

Die Zukunft des Finanzvertriebs liegt verstärkt im Digitalen. Dies betrifft alle Phasen der Vertragsanbahnung: ob personalisierte Werbung in den sozialen Medien, Produktvergleiche auf Vergleichswebsites, Roboadvise oder digitale Vermittler. Allein der Anteil des digitalen Versicherungsvertriebs stieg von 15,3 Prozent in 2021 auf 19,1 Prozent in 2023.¹ Fast jede fünfte Versicherung wurde in Deutschland digital abgeschlossen.

Aber auch außerhalb des digitalen Versicherungsvertriebs werden Waren und digitale Dienstleistungen zunehmend online erworben. Das gesetzliche Widerrufsrecht ist deshalb ein wichtiges Instrument des Verbraucherschutzes – doch seine Wirksamkeit steht und fällt mit der Möglichkeit, es auch tatsächlich auszuüben. Im Gegensatz zu der einfachen Art und Weise online einen Vertrag abzuschließen, sind die Widerrufsmöglichkeiten nicht selten schwer auffindbar, unnötig kompliziert oder sogar bewusst intransparent gestaltet. Hier kann die Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion für Verbesserungen sorgen.

Des Weiteren muss auch der Blick hin zum Ressourcenschutz und einem nachhaltigeren Konsum gerichtet werden. Hierfür müssen Verbraucher:innen in die Lage versetzt werden, bewusstere und nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen zu können. Dadurch kann die Grundlage geschaffen werden, sukzessiv breitere Bevölkerungskreise für einen nachhaltigeren Konsum zu erreichen und nachhaltigere Verbrauchsmuster zu etablieren.

Auch Haustürgeschäfte führen für viele Verbraucher:innen weiterhin zu Problemen, wie die immer noch steigenden Beschwerdezahlen in den Verbraucherzentralen zeigen.

¹ Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, Digitaler Versicherungsvertrieb wächst deutlich, <https://www.gdv.de/gdv/medien/medieninformationen/versicherung-vertrieb-abschluesse-digital-181036>, abgerufen am 15.07.2025.

II. Zusammenfassung

In 2023 und 2024 wurden mehrere Richtlinien verabschiedet, mit denen die Verbraucherrechtlinie 2011/83/EU² (VRRL) angepasst wurde. Die Richtlinie 2023/2673³ integriert den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen in die Verbraucherrechtlinie. Die Richtlinie 2024/825⁴ soll Verbraucher:innen dabei unterstützen, nachhaltigere Konsumententscheidungen treffen zu können und damit zur Förderung eines nachhaltigeren Konsums beitragen. Mit dem vorliegenden Gesetzentwurf sollen diese Richtlinien in nationales Recht umgesetzt werden. Schwerpunkte dieser Umsetzung sind:

- beim Fernabsatz von Finanzdienstleistungen Änderungen bei den vorvertraglichen Informationspflichten einschließlich angemessener Erläuterungen zu diesen Informationen,
- beim Fernabsatz von Finanzdienstleistungen die Einschränkung des ewigen Widerrufsrechts auf maximal zwölf Monate und 14 Tage; dies soll bei Versicherungen für alle Versicherungen unabhängig vom Vertriebsweg gelten (bei Lebensversicherungen 24 Monate und 30 Tage),
- bei allen Fernabsatzverträgen, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden, die Einführung einer elektronischen Widerrufsfunktion (Widerrufsbutton) und
- bei allen Verbraucherverträgen die Einführung neuer vorvertraglicher Informationspflichten, beispielsweise über die Gewährung einer gewerblichen Haltbarkeitsgarantie der Hersteller.

Deutlich zu kritisieren ist das Absenken des Verbraucherschutzes bei Versicherungen. Mit der Befristung des Widerrufsrechts im Fernabsatz wird eine zwingende, europarechtliche Vorgabe umgesetzt. Daneben wird aber auch außerhalb des Fernabsatzes im stationären Vertrieb ohne zwingenden Grund eine zentrale Errungenschaft der Reform des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG-Reform) abgeschafft. Seit 2008 steht Verbraucher:innen im Falle unzureichender vorvertraglicher Informationen ein „ewiges“ Widerrufsrecht zu. Gleichzeitig wird den Versicherern mit der Musterwiderrufsbelehrung eine sichere Rechtsgrundlage geboten, um die Verbraucher:innen ordnungsgemäß zu belehren. Das ewige Widerrufsrecht greift also nur dann, wenn ein Gesetzesverstoß vorliegt und sollte entsprechend erhalten bleiben.

Des Weiteren begrüßt der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) die Einführung der elektronischen Widerrufsfunktion bei Fernabsatzverträgen als zusätzliche Möglichkeit zur Ausübung des Widerrufsrechts. Das kann zu einer stärkeren Sensibilisierung der Verbraucher:innen für das Widerrufsrecht führen und die Inanspruchnahme des Rechts vereinfachen.

Bezüglich der neu einzuführenden Informationspflichten begrüßt der vzbv das Ziel, Verbraucher:innen in die Lage zu versetzen, besser informierte und nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen zu können. Dadurch kann die Grundlage geschaffen werden,

² Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 304 vom 22.11.2011, S. 64), die zuletzt durch die Richtlinie (EU) 2024/825 vom 28. Februar 2024 (ABl. L, 2024/825, 6.3.2024) geändert worden ist.

³ Richtlinie 2023/2673/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. November 2023 zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG.

⁴ Richtlinie 2024/825/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Februar 2024 zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen.

sukzessive breitere Bevölkerungskreise für einen nachhaltigeren Konsum zu erreichen und nachhaltigere Verbrauchsmuster zu etablieren. Die neuen Informationspflichten, insbesondere die zur gewerblichen Haltbarkeitsgarantie, sind aus Sicht des vzbv aber nur bedingt geeignet, langlebige Produkte auf dem Markt zu fördern und Verbraucher:innen zu nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu motivieren. Zur Umsetzung des Ziels favorisiert der vzbv deshalb den Weg über eine verpflichtende Lebensdauerangabe.

Die Umsetzung der Richtlinien sollte auch dazu genutzt werden, über eine Öffnungsklausel für einen besseren Schutz bei Haustürgeschäften zu sorgen. Mit der Verlängerung der Widerrufsfrist von 14 auf 30 Tage könnten Verbraucher:innen besser vor den Folgen unseriöser Haustürgeschäfte geschützt werden.

III. Bewertung der einzelnen Regelungen

1. Widerrufsrecht nur bei Versicherungen im Fernabsatz beschränken

Die Richtlinie 2023/2673 sieht in Artikel 16b Absatz 1 Satz 4 vor, dass die Widerrufsfrist auf jeden Fall zwölf Monate und 14 Tage nach Abschluss des Fernabsatzvertrags endet, auch wenn die Verbraucher:innen nicht die Vertragsbedingungen und die Verbraucherinformationen ordnungsgemäß erhalten haben. Im Referentenentwurf ist vorgesehen, dass das Widerrufsrecht für Versicherungsverträge spätestens zwölf Monate und 14 Tage nach Vertragsschluss erlischt. Dies soll nicht nur für Verträge gelten, die im Fernabsatz vertrieben werden, wie es die Richtlinie vorsieht, sondern für alle Verträge unabhängig vom Vertriebsweg, also auch für stationär vertriebene Verträge. Bei Lebensversicherungen soll die Frist 24 Monate und 30 Tage betragen. Dies stellt zwar gegenüber dem Diskussionsentwurf eine Verdopplung der Frist dar, beseitigt aber nicht die grundsätzlichen Bedenken. Mit der Befristung des Widerrufsrechts im Fernabsatz wird eine zwingende, europarechtliche Vorgabe umgesetzt. Außerhalb des Fernabsatzes wird eine zentrale Errungenschaft der VVG-Reform abgeschafft, ohne dass es dafür einen zwingenden Grund gibt.

Die VVG-Reform war ein umfassender Prozess für ein ausgewogenes Versicherungsrecht. Wesentliche Eckpunkte der Reform wurden von der Kommission zur Reform des Versicherungsvertragsrechts unter Berücksichtigung der Interessen beider Seiten des Marktes erarbeitet. Dazu zählte die Überwindung des Policenmodells mit seinem Widerspruchskonstrukt, welches die Informationserteilung nach der Vertragserklärung der Verbraucher:innen vorsah und deshalb als europarechtswidrig und verbraucherfeindlich eingestuft wurde.⁵

An dessen Stelle trat 2008 ein austariertes System, in dem die Informationserteilung europarechtskonform vor der Vertragserklärung der Verbraucher:innen zu erfolgen hat und den Verbraucher:innen ein Widerrufsrecht zusteht. Informiert der Versicherer seine Kund:innen rechtzeitig sowie umfassend und belehrt sie über das Widerrufsrecht, haben Verbraucher:innen in der Regel 14 Tage, bei Lebensversicherungen 30 Tage Zeit, ihre Vertragserklärung zu widerrufen. Werden die Informationen nicht oder unzureichend erteilt, erlischt das Widerrufsrecht nicht. Gleichzeitig haben Versicherer mit der Musterwiderrufsbelehrung einen Safe Harbour erhalten, um Verbraucher:innen ordnungsgemäß zu belehren, sodass für den gesetzeskonform handelnden Versicherer keine fehlende Rechtssicherheit zu verzeichnen ist.⁶ Das ewige Widerrufsrecht stellt nur im Falle des Gesetzesverstößes, als Lehre aus dem Policenmodell, einen Sanktionsmechanismus dar.

Als Konsequenz dieses Systems spielen Beschwerden von Verbraucher:innen im Zusammenhang mit dem Widerruf, etwa wegen einer fehlenden oder fehlerhaften Belehrung, im

⁵ vgl. Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs vom 19. Dezember 2013 (Az. C-209/12), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:62012CJ0209>, abgerufen am 15.07.2025.

⁶ So auch der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft in seiner Stellungnahme zum Diskussionsentwurf eines Gesetzes zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts, <https://www.gdv.de/resource/blob/186392/90bc70dd073835fbc2fb188b91e768a0/stn-versicherungsvertragsgesetz-data.pdf>, abgerufen am 15.07.2025.

Sachversicherungsbereich in der Beratung der Verbraucherzentralen fast gar keine Rolle mehr,⁷ allenfalls bei Lebensversicherungen gibt es ein gewisses Beschwerdeaufkommen. Das oben beschriebene System hat sich also etabliert und funktioniert.

Verwechselt werden darf die Situation nicht mit Altfällen, die vor 2008 abgeschlossen wurden und auf dem europarechtswidrigen Policenmodell und der Widerspruchslösung basieren. Hier gibt es aus der Beratungspraxis heraus durchaus großes Konfliktpotenzial und viele Streitfälle.⁸ Diese Fälle können aber nicht mit der vorgeschlagenen Regelung gelöst werden, weil die einschlägigen Vorschriften keine Anwendung finden.

In der Gesetzesbegründung wird die nun vorgeschlagene Änderung, der seit 2008 bestehenden Regelung, also die Einschränkung des Widerrufsrechts, wie folgt argumentiert: „*im Versicherungsbereich vertriebs- und versicherungsnehmerunabhängig weiterhin ein einheitliches Widerrufsrecht beizubehalten.*“ Diese Begründung ist aus vzbv-Sicht nicht überzeugend, denn sie besagt, dass aufgrund der zwingenden Absenkung beim Fernabsatz auch das Verbraucherschutzniveau im stationären Vertrieb abgesenkt werden muss. Das Gegenteil ist der Fall: Es erscheint geradezu geboten, eine vertriebsabhängige Differenzierung vorzunehmen.

Im Fernabsatz geht es um Verbraucher:innen, die sich eigenständig um einen Versicherungsschutz bemühen. Hier steht der Übereilungsschutz im Vordergrund. Sie sollen sich vom Vertrag lösen können, weil ihnen im Nachhinein der Vertragsschluss als unvorteilhaft erscheint. Im stationären Vertrieb stellt sich das Bild anders dar. Vielfach wird der Anlass für das Verkaufsgespräch durch die Vermittler:innen gesetzt. Es gibt ein Informationsgefälle zwischen den Verkäufer:innen und den Verbraucher:innen. Sie sind der Gesprächsführung und häufig psychologisch ausgefeilten bis teilweise aggressiven Vertriebsmethoden durch Versicherungsvermittler:innen ausgesetzt. Verbraucher:innen sind deshalb hier besonders schutzbedürftig, was einen über den im Fernabsatz hinausgehenden Schutz durch das „ewige“ Widerrufsrecht rechtfertigt. Das Verhalten der Versicherungswirtschaft im Zusammenhang mit dem Policenmodell hat gezeigt, wie wichtig es ist, dass Verbraucher:innen auch zu einem späteren Zeitpunkt aus den Verträgen kommen können müssen.

Der vzbv fordert:

Die Richtlinie muss **1:1 umgesetzt** werden. **Nur** bei Versicherungsverträgen, die **im Fernabsatz** vertrieben werden, **darf der Widerruf** unter bestimmten Bedingungen **befristet werden**.

⁷ Im Zeitraum von 2021 bis 2024 gab es dazu lediglich um die zehn Beschwerden pro Jahr. 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.

⁸ Exemplarisch: [www.verbraucherzentrale.de](https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/weitere-versicherungen/recht-auf-ewigen-widerspruch-bei-lebens-und-rentenversicherungen-12958), Recht auf ewigen Widerspruch bei Lebens- und Rentenversicherungen, <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/weitere-versicherungen/recht-auf-ewigen-widerspruch-bei-lebens-und-rentenversicherungen-12958>, abgerufen am 15.07.2025.

2. Widerrufsfunktion („Widerrufsbutton“)

Der europäische Gesetzgeber hat sich für die Einführung einer EU-weiten Widerrufsfunktion für Fernabsatzverträge, die über eine Online-Benutzeroberfläche geschlossen werden, entschieden. Diese Einführung wurde über eine Änderung der Verbraucherrechterichtlinie vorgenommen und ist nunmehr bis 19. Dezember 2025 in nationales Recht umzusetzen.

Die Verbraucherrechterichtlinie (VRRL) ist gemäß Artikel 4 VRRL auf Vollharmonisierung angelegt. Im Falle des neu eingefügten Artikel 11a VRRL, der die Regelungen zur Widerrufsfunktion enthält, können die Mitgliedsstaaten nicht von den Vorgaben aus der Richtlinie abweichen.

2.1 Bewertung im Allgemeinen

Der vzbv begrüßt die Einführung der elektronischen Widerrufsfunktion, auch wenn ein Implementierungsaufwand auf Seiten der Unternehmen damit verbunden ist. Zum einen besteht die Pflicht zur Einführung nur für Fernabsatzverträge, die über eine Online-Benutzeroberfläche abgeschlossen werden – also solche, bei denen die digitale Infrastruktur ohnehin vorhanden ist. Zum anderen entsteht laut Referentenentwurf ein einmaliger Erfüllungsaufwand und keine dauerhafte Belastung auf Seiten der Unternehmen.⁹

- Die Einführung der elektronischen Widerrufsfunktion trägt zu einem verbraucherfreundlichen Rechtsrahmen bei und kann so das Vertrauen in den digitalen Binnenmarkt insgesamt stärken.

2.2 Bestätigungsfunktion in zwei Schritten

Die Ausübung des Widerrufsrechts über die Widerrufsfunktion soll in zwei Schritten erfolgen: 1. Betätigung der Widerrufsfunktion („Vertrag widerrufen“ oder entsprechende Formulierung) und 2. Eingabe der erforderlichen Informationen zur Identifizierung sowie anschließende Betätigung der Bestätigungsfunktion („Widerruf bestätigen“ oder entsprechende Formulierung).

- Gut ist, dass es mehrerer Schritte im Prozess zur Abgabe der Widerrufserklärung bedarf. Damit kann das Risiko eines unbeabsichtigten Widerrufs deutlich minimiert werden.

2.3 Eingangsbestätigung

Mit der verpflichtenden unverzüglichen Eingangsbestätigung wird der Eingang der Erklärung samt Inhalt, Datum und Uhrzeit festgehalten.

- Aus Sicht des vzbv ist positiv, dass eine solche Eingangsbestätigung in den Regelungen enthalten ist. Die Eingangsbestätigung kann dabei helfen, Streitigkeiten (beispielsweise über Fristversäumnisse) besser zu vermeiden. Das kann zu mehr Klarheit hinsichtlich des erklärten Widerrufs führen und den Rechtsfrieden stärken.

Für die Notwendigkeit einer unverzüglichen Eingangsbestätigung sprechen auch die Beschwerdezahlen in den Verbraucherzentralen. In der Zeit zwischen Januar 2024 und Ende Mai 2025 wurden in den 16 Verbraucherzentralen über 26.000 Verbraucherbeschwerden zu Problemen

⁹ Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Verbrauchervertrags- und des Versicherungsvertragsrechts, https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/Gesetzgebung/RefE/RefE_GAendVVVR.pdf?__blob=publicationFile&v=3, Seite 2, 28, abgerufen am 15.07.2025.

mit dem Widerruf erfasst. Knapp 5.200 mal wurde dabei der Beschwerdegrund „Widerruf ignoriert“ erfasst.¹⁰

- Mit der Eingangsbestätigung ist gesichert, dass Verbraucher:innen eine Rückmeldung über den erklärten Widerruf erhalten. Das bringt deutlich mehr Sicherheit und Transparenz für die Verbraucherseite mit sich, da Verbraucher:innen damit wissen, dass die Mitteilung auf Unternehmerseite angekommen ist und dort bearbeitet werden kann.

3. Informationen für nachhaltigere Kaufentscheidungen

Der europäische Gesetzgeber hat sich entschieden, zur Förderung eines nachhaltigen Konsums neue vorvertragliche Informationspflichten über die Haltbarkeit, die Reparierbarkeit und die Verfügbarkeit von Aktualisierungen einzuführen. Diese Einführung wurde über eine Änderung der Verbraucherrechterichtlinie vorgenommen und ist bis 27. März 2026 in nationales Recht umzusetzen. Verbraucher:innen sollen damit in die Lage versetzt werden, besser informierte geschäftliche und nachhaltigere Entscheidungen treffen zu können.

Die neuen Informationspflichten, insbesondere die zur gewerblichen Haltbarkeitsgarantie, sind aus Sicht des vzbv nur bedingt geeignet, langlebige Produkte zu fördern und Verbraucher:innen zu nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu motivieren.

- Besonders die Regelungen zur gewerblichen Haltbarkeitsgarantie sind an so viele Eventualitäten beziehungsweise Bedingungen geknüpft, dass damit keine allzu großen Effekte in der Breite erzielt werden dürften.
- Gewerbliche Haltbarkeitsgarantien sind eine freiwillige Leistung, die der Hersteller gewähren kann, aber nicht muss.

Aus Verbraucherperspektive wäre eine für Hersteller verpflichtende Lebensdauerangabe zielführender. Daran sollte die Dauer der Gewährleistungsansprüche gesetzlich anknüpfen. So könnte die Vergleichbarkeit der Produkte auf einen Blick erkennbar und damit erleichtert werden. Dies würde Verbraucher:innen in die Lage versetzen, sich für das langlebigere Produkt entscheiden zu können und hierdurch Hersteller motivieren, länger haltbare Produkte herzustellen.

Der vzbv fordert:

Die Bundesregierung muss sich auf EU-Ebene für die Einführung einer **verpflichtenden Lebensdauerangabe** auf Produkten einsetzen, an die dann die **Dauer der Gewährleistungsansprüche** gekoppelt werden sollte.

¹⁰ Anmerkung: 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. Beschwerden, die die Verbraucherzentralen erreichen, repräsentieren nur einen Bruchteil der tatsächlichen Verbraucherprobleme, da sich nicht alle betroffenen Verbraucher:innen an ihre Verbraucherzentrale wenden.

IV. Weitere Forderung: Verlängerung der Widerrufsfrist bei Haustürgeschäften

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

Die Verbraucherzentralen verzeichnen eine zunehmende Anzahl von Beschwerden im Zusammenhang mit Haustürgeschäften:¹¹

- Im Jahr 2024 wurden in den Verbraucherzentralen bundesweit mehr als 7.800 Verbraucherbeschwerden erfasst, die sich auf Haustürgeschäfte¹² beziehen. Im Vergleich zum Vorjahr ist hier ein Anstieg von 18 Prozent zu verzeichnen.
- Die im Jahr 2024 erfassten Verbraucherbeschwerden über Haustürgeschäfte beziehen sich vor allem auf die Produktbereiche Festnetz (Telefonie & Internet: 38 Prozent), Strom (18 Prozent) sowie Fernsehen und Mobilfunk (jeweils 5 Prozent).
- Im ersten Halbjahr des Jahres 2025 wurden in den Verbraucherzentralen bundesweit über 4.300 Verbraucherbeschwerden erfasst, die sich auf Haustürgeschäfte beziehen. Im Vergleich zum ersten Halbjahr des Jahres 2024 ist hier ein Anstieg von 11 Prozent zu verzeichnen.

Gründe für Verbraucherbeschwerden über Haustürgeschäfte sind vor allem untergeschobene Verträge, ausbleibende oder verspätete Lieferungen und Probleme mit dem Widerruf. Erfahrungsgemäß können 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 Verbraucher:innen durch Angehörige oder in der Verbraucherberatung Hilfe erhalten, ist die derzeit geltende nur zweiwöchige Frist häufig schon abgelaufen.

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. Auch die Verbraucherschutzministerkonferenz (VSMK) hat sich im Jahr 2023 für die Verlängerung der Widerrufsfrist auf 30 Tage ausgesprochen.¹³

¹¹ 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. Beschwerden, die die Verbraucherzentralen erreichen, repräsentieren nur einen Bruchteil der tatsächlichen Verbraucherprobleme, da sich nicht alle betroffenen Verbraucher:innen an ihre Verbraucherzentrale wenden.

¹² Die Auswertung bezieht sich auf Beschwerden zur Vertriebsform *Haustür*. Das Haustürgeschäft selbst muss dabei nicht immer Gegenstand der Beschwerde sein. Beispielsweise könnte es bei einem an der Haustür abgeschlossenen Telefon/DSL-Vertrag später eine Beschwerde zur Leistungserbringung, wie der Telefon- oder Internetleitung, geben, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Haustürgeschäft steht.

¹³ 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, abgerufen am 21.7.2025.

Vor diesem Hintergrund sollte der deutsche Gesetzgeber von der entsprechenden Öffnungsklausel in der im Jahr 2019 novellierten Verbraucherrechtlinie¹⁴ 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**.

¹⁴ 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 geworben wird oder Produkte an Verbraucher verkauft werden. Diese Bestimmungen müssen verhältnismäßig, nicht diskriminierend und aus Gründen des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein.“

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

T +49 30 25800-0

info@vzbv.de

vzbv.de

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