



Energie. Wasser. Leben.



Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.



Deutscher Industrie- und Handelskammertag



Europäischer „New Deal for Consumers“ bedroht deutsche Wirtschaft

Juni 2018

Hintergrund

Die Europäische Kommission hat am 11. April 2018 unter dem Begriff eines sogenannten „New Deals for Consumers“ zwei Richtlinienvorschläge veröffentlicht, die in großen Teilen Anlass zur Sorge bereiten.

I. „New Deal“ für Verbraucher

Die deutsche Wirtschaft kritisiert die unnötige und unverhältnismäßige Verschärfung der geltenden Verbraucherschutzregelungen zu Lasten der Wirtschaft. Die europaweite Einführung kollektiver Schadensersatzklagen und der Zwang zur Erhebung von Bußgeldern sind nicht geeignet, das Vertrauen der Europäer in den Binnenmarkt zu stärken sowie grenzüberschreitenden Handel zu fördern und sind zudem nicht von der Rechtsetzungskompetenz der Europäischen Union gedeckt.

Eine Regelungskompetenz der Europäischen Union besteht lediglich, wenn der europäische Binnenmarkt durch unterschiedliche nationale Rechtsdurchsetzungsinstrumente beschränkt wird, nicht jedoch für die Angleichung von nationalem Zivilprozessrecht sowie Verbraucherschutzrecht. Hier liegt die Regelungskompetenz nach wie vor beim Mitgliedstaat.

Die Richtlinienentwürfe der Kommission betreffen hauptsächlich rein nationale Fälle und würden fundamentale Änderungen des deutschen Zivilprozess-, Vertrags- und Lauterkeitsrechts nach sich ziehen, die eine schwere Belastung für die deutsche Wirtschaft bedeuten würden. Das anerkannte und erfolgreiche deutsche System der privatrechtlichen Rechtsdurchsetzung, das mit der neuen Musterfeststellungsklage um ein kollektives Instrument erweitert wird, würde mit dem „New Deal“ schwerwiegend geschädigt. Hierfür besteht keine Notwendigkeit, der deutsche Verbraucher ist nicht in einer strukturell bedingten, benachteilig-

ten Situation, die der Rettung mittels eines „New Deals“ bedarf. Grenzüberschreitende Verstöße gegen europäisches Verbraucherrecht werden ohnehin bereits mit der ab Dezember 2019 unmittelbar in ganz Europa anwendbaren CPC-Verordnung einheitlich reguliert.

II. Europäische Verbrauchersammelklage

Die deutsche Wirtschaft lehnt die vorgeschlagene europaweite Einführung einer kollektiven Schadensersatzklage in der aktuellen Fassung ab. Der vorgelegte Entwurf enthält Fehlanreize, die nicht nur zu einer Klageindustrie nach US-Vorbild führen könnten, sondern sogar weit über das US-System hinausgehen. Bisher ist es Konsens in Europa, dass ein missbräuchlicher Einsatz von Verbrauchersammelklagen verhindert werden soll; dennoch werden die eigenen Grundsätze der EU-Kommission für eine rechtssichere Implementierung entsprechender Systeme aus dem Jahr 2013 nicht hinreichend umgesetzt; es fehlen funktionierende Safeguards gegenüber missbräuchlichen Klagen:

- Dies gilt vor allem für den Grundsatz, dass Kläger aktiv zu Verfahren beitreten müssen („Opt in“). Der „New Deal“ sieht vor, dass Verbrauchersammelklagen auch ohne Mandat der betroffenen Verbraucher erhoben werden können. Betroffene Verbraucher werden an Gerichtsentscheidungen gebunden, ohne rechtliches Gehör zu erhalten. Dies widerspricht etablierten europäischen Rechtsgrundsätzen.
- Die vorgesehene Zulässigkeit von ad hoc gegründeten Einrichtungen als klageberechtigte Institutionen ist vor dem Missbrauchshintergrund besonders kritisch.
- Der Entwurf enthält zwar Mindestkriterien für die klagebefugten Einrichtungen und mögliche Drittfinanzierung; diese sind jedoch nicht ausreichend, um einen Missbrauch wirksam auszuschließen. Wenn überhaupt jenseits von Unterlassungsklagen kollektive Klagen möglich sein sollen, dann sollte dies ausschließlich öffentlich-rechtlichen oder in öffentlichem Auftrag handelnden Einrichtungen vorbehalten bleiben.
- Eine Beweislastvorschrift, nach der Beweismittel, „die der Kontrolle“ des Unternehmens unterliegen, vom Unternehmen im Verfahren vorgelegt werden, erinnert an amerikanische Discovery-Verfahren und birgt alle damit verbundenen Gefahren für europäische Unternehmen. Es ist mit erheblichen, ungerechtfertigten Belastungen für die Unternehmen zu rechnen. Die bewährte Verteilung von Prozessrisiken wird verlassen.
- Bei „Streuschäden“ soll laut Entwurf eine Zahlung des Unternehmens nicht an die geschädigten Verbraucher gehen, sondern einem öffentlichen Zweck zugutekommen. Eine mittelbare Finanzierung der klagenden Verbraucherverbände über diese Zahlungen wird von der EU-Kommission intendiert. Entsprechend handelt es sich um einen reinen Strafschadensersatz, der nicht dem Ausgleich erlittener Schäden dient und Fehlanreize bei den klagebefugten Verbänden auslösen kann.
- Urteile müssen sowohl zugunsten der Verbraucher als auch zugunsten der Unternehmen Bindungswirkung entfalten. Dies gebietet der Grundsatz eines fairen Verfahrens.
- Eine Verjährungshemmung, die einem unbestimmten Kreis an Verbrauchern gewährt wird, führt zu Rechtsunsicherheit bei beklagten Unternehmen und Verbrauchern und ist abzulehnen.
- Die Ermäßigung von Verfahrenskosten für qualifizierte Einrichtungen sowie einseitige Beweiserleichterungen zugunsten der Kläger widersprechen dem in Europa allgemein anerkannten Grundsatz der Waffengleichheit.

III. Omnibus-Richtlinie

Die deutsche Wirtschaft lehnt die in dem Entwurf einer Omnibusrichtlinie (Änderungen von vier bestehenden Richtlinien) vorgeschlagene Harmonisierung der Sanktionen sowie die Einführung von Schadensersatz- sowie Vertragsauflösungsrechten bei Verstößen gegen unerlaubte Geschäftspraktiken ab. Die über die Rechtsdurchsetzung hinausgehenden Neuerungen enthalten zum Teil sinnvolle Ansätze, sind aber nicht geeignet, die Nachteile des Richtlinienentwurfs für die deutsche Wirtschaft auszugleichen. Dem Richtlinienentwurf fehlen nicht nur die Rechtsetzungskompetenz sowie der Regelungsbedarf; er enthält zudem gravierende inhaltliche Mängel, die für Unternehmen zu einer Rechtsunsicherheit führen und sich negativ für die Wirtschaft auswirken können.

1. Harmonisierung der Sanktionen

Der Entwurf der Omnibus-Richtlinie zielt für alle vier genannten Verbraucherschützenden Richtlinien auf eine Harmonisierung der Sanktionen ab. Bislang steht es den Mitgliedstaaten frei, welche geeigneten und wirksamen Maßnahmen sie bereitstellen wollen, um eine funktionierende Rechtsdurchsetzung zu gewährleisten. Zukünftig sollen Mitgliedstaaten allerdings dazu verpflichtet werden, für bestimmte Fälle Geldbußen (teilweise bis zu 4 % des Jahresumsatzes) zu verhängen, was zugleich zwingend behördliche Strukturen voraussetzt, die in Deutschland bislang im Verbraucherschutzrecht nicht bestehen. Eine solch weitgehende Harmonisierung wird aus den folgenden Gründen abgelehnt:

- Der Europäischen Union steht für eine derart weitreichende und einschneidende Regelung der Sanktionen im rein nationalen Bereich keine Gesetzgebungskompetenz zu.
- Die Kommission übersieht, dass einzelne Mitgliedstaaten (insb. Deutschland und Österreich) über ein effizientes privatrechtliches Durchsetzungssystem verfügen, das nahezu ohne Behördenstrukturen und den Einsatz von Steuergeldern Verstöße ausräumt. Derart austarierte Systeme würden ohne Not ins Ungleichgewicht gebracht und geschwächt werden.
- Es ist nicht belegt, dass Geldbußen zu einer verbesserten Rechtsdurchsetzung oder zu einer Erhöhung des Verbrauchervertrauens führen (im Gegenteil: vgl. die Ergebnisse des EU Consumer Conditions Scoreboard 2017, welches den Mitgliedstaaten mit privatrechtlicher Durchsetzung gute Noten erteilt hat).
- Die betroffenen Richtlinien enthalten zahlreiche unbestimmte Rechtsbegriffe (z. B. den Begriff der „wesentlichen Merkmale“ in Art. 6 Abs. 1 b und Art. 7 Abs. 4 Nr. 1 der RL 2005/29/EG sowie Bestimmungen in Art. 3 und 5 der RL 93/13/EWG). Der Regelungsgehalt einzelner Normen ist für Unternehmer daher nicht zwingend erkennbar und Verstöße somit nicht vorhersehbar. Eine Bestrafung nicht erkennbarer Verstöße mittels Geldbuße wäre in hohem Maße unangemessen.
- Über Art. 7 Abs. 5 RL 2005/29/EG wären nach dem aktuellen Vorschlag der Kommission sämtliche im Gemeinschaftsrecht verankerten Informationspflichten bußgeldbewehrt, obwohl zahlreiche Informationspflichten nachgewiesenermaßen für den Verbraucher keinen Mehrwert bieten (z. B. die Angabe der Handelsregisterdaten im Impressum). Die angedachte Regelung ist somit unverhältnismäßig und wirtschaftshemmend.

Im Ergebnis bleibt festzuhalten, dass etwaige bestehende Mängel in der Rechtsdurchsetzung einzelner Mitgliedstaaten gezielt gelöst werden sollten, statt überbordende bürokratische Maßnahmen in der gesamten EU zu etablieren, die sich innovationshemmend und binnenmarktfeindlich auswirken könnten.

2. Einführung Schadensersatz und Vertragsauflösungsrecht im UWG

Die Kommission schlägt vor, dass Verbraucher im Falle einer unlauteren Geschäftspraktik eines Unternehmens entweder einen Vertrag einseitig kündigen können oder aber ein Recht auf Schadensersatz erhalten (Art. 1 Nr. 4 RL-Entwurf). Durch diesen Vorschlag würden individuelle Rechtsansprüche von Verbrauchern Einzug in das deutsche Lauterkeitsrecht finden. Ein solcher Paradigmenwechsel ist abzulehnen. Die klare Trennung zwischen dem Lauterkeitsrecht, das keinen Individualschutz der Verbraucher bezweckt, und dem Zivilrecht ist beizubehalten:

- „Opfer“ von unlauteren Geschäftspraktiken haben bereits jetzt ausreichende und differenzierte Rechtsbehelfe für Fälle wettbewerbswidriger Einflussnahme. Der Verbraucher ist ausreichend geschützt, insbesondere über die Anfechtungsregeln des BGB (§§ 119 ff. BGB), das Widerrufsrecht (§§ 312 ff. BGB, § 355 ff. BGB), das schuldrechtliche Schadensrecht (§§ 280, 288 BGB) oder auch die Regeln der Sachmängelhaftung beim Verbrauchsgüterkauf (§§ 434 ff. BGB) und das allgemeine Deliktsrecht (§§ 823 ff. BGB).
- Darüber hinaus können Verbraucher über die CPC-Verordnung auch grenzüberschreitend Abhilfemaßnahmen in Anspruch nehmen, z.B. durch Beschwerde bei einer nationalen Verbraucherschutzbehörde.
- Bei der rechtlichen Bewertung von unlauteren Geschäftspraktiken kommt es vor allem darauf an, ob die unlautere Wettbewerbshandlung zur Beeinflussung geeignet ist, also abstrakt generell wirkt. Das Vertragsrecht sorgt dagegen für den konkret-individuellen Schutz des Verbrauchers. Dies sollte nicht vermischt werden.
- Schließlich könnte der Vorschlag der Kommission gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen auch zu verstärkter Rechtsunsicherheit führen. Verbrauchern wird die Möglichkeit eingeräumt, Verträge einseitig zu kündigen, sofern nur irgendein Zusammenhang mit einer unlauteren Geschäftspraktik gegeben ist – selbst in Fällen, in denen der Verbraucher den Vertrag auch ohne die unlautere Geschäftspraktik in dieser Form geschlossen hätte und in denen die unlautere Geschäftspraktik unbeabsichtigt erfolgt ist oder in denen vertragsrechtlich keine Auflösungsrechte bestünden.
- Ebenfalls abzulehnen ist der Vorschlag, Produkte mit verschiedenen Zusammensetzungen nicht unter einer Marke verkaufen zu dürfen. Er verkennt, dass es sich bei Marken qua Gesetz um Herkunftshinweise und nicht um lauterkeitsrechtlich relevante Werbe- oder Qualitätsaussagen handelt. Darüber hinaus missachtet er die faktischen Anforderungen an Unternehmen, ihre Produkte den nationalen Marktanforderungen anzupassen.

3. Modernisierung der Verbraucherrechte im Online-Handel

a) Flexiblere Kommunikationsmöglichkeiten

- Die geplanten Änderungen der Informationspflichten in Bezug auf die Kontaktmöglichkeiten bewerten wir kritisch, denn sie werden zu keiner wesentlichen bürokratischen Entlastung der Unternehmen führen und nur sehr begrenzt mehr Flexibilität in den Kommunikationsprozessen ermöglichen. Letztlich reagiert die EU-Kommission lediglich

auf veränderte technische Gewohnheiten von Verbrauchern und Unternehmen, ohne eine echte Reform der Informationspflichten anzugehen. Gleichzeitig werden sogar neue Rechtsunsicherheiten und – abhängig von der Auslegung der unklaren neuen Vorgaben – sogar zusätzliche neue Informationspflichten begründet.

- Bedauerlicherweise gelingt es der Kommission nicht, Mehrfachregelungen bzw. überschneidende Regulierungen mit unterschiedlichen Begriffen zu vermeiden, was zu Rechtsunsicherheiten für den Rechtsanwender führt.
- Die vorvertraglichen Informationspflichten sollten insgesamt auf den Prüfstand gestellt werden. Sie sind im Online-Handel für den Verbraucher mitunter wertlos (Information über das Widerrufsrecht) oder sorgen für erhebliche Rechtsunsicherheiten (wesentliche Eigenschaften einer Ware). Außerdem behindern sie die Entwicklung innovativer Bestellwege (z. B. Voice).

b) Ausschluss des Widerrufsrechts nach Nutzung der Ware

- Der Ausschluss des Widerrufsrechts bei übermäßiger Ingebrauchnahme der Kaufsache stellt für die Unternehmen eine wirtschaftliche Erleichterung dar und schafft mehr Rechtssicherheit. Das Widerrufsrecht wird dadurch nicht eingeschränkt und Verbraucherinteressen keineswegs verletzt. Das Widerrufsrecht soll dem Verbraucher lediglich die Möglichkeit geben, eine Ware so an- oder auszuprobieren, wie dies auch im Ladengeschäft möglich wäre. Nimmt der Verbraucher die Ware übermäßig in Gebrauch, bleibt er ohne weitere Nachteile lediglich an den Kaufvertrag gebunden.
- Die Neuregelung entlastet die redlichen Verbraucher, welche die Folgen einer übermäßigen Ingebrauchnahme entweder durch höhere Preise oder ein reduziertes Angebot zu tragen haben.
- Die neue Möglichkeit des Händlers, die Rückerstattung des Kaufpreises bei Widerruf bis zum Erhalt der retournierten Ware zu verweigern, ist konsequent, sachgerecht, vermeidet unnötige Risiken auf Seiten des Unternehmers und ist damit zu begrüßen.

c) Transparenz auf Online-Marktplätzen

- Vorgesehen sind neue Informationspflichten für Online-Marktplätze, deren Sinn und Zweck sich nicht immer erschließt. Daher ist der Verbrauchernutzen fraglich und es besteht die Gefahr, dass lediglich neue Bürokratie zu Lasten der Marktplätze ohne Mehrwert für die Verbraucher geschaffen wird.
- Wenn ein Ranking nicht nach objektiven Kriterien, sondern gegen Bezahlung erfolgt und nicht auf diesen Umstand hingewiesen wird, liegt bereits heute eine Irreführung der Verbraucher vor. Die Klarstellung in der „Schwarzen Liste“ ist daher überflüssig. Entsprechende Geschäftspraktiken können auch schon heute untersagt werden.
- Auch die neuen Informationspflichten für Online-Marktplätze führen lediglich zu neuen bürokratischen Belastungen, ohne mit einem weiteren Verbrauchernutzen verbunden zu sein. Die meisten neuen Verbraucherinformationen sind schon heute nach der UGP-RL zu erbringen. Sie sind damit überflüssig, schaffen für den Verbraucher keinen neuen Informationswert und stellen damit eine überflüssige Doppelregulierung dar.

Ansprechpartner bei den Verbänden:

bdew Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V.

Annett Heublein
Fachgebietsleiterin Haftungs- und
Wettbewerbsrecht, Abteilung Recht
Reinhardtstraße 32
10117 Berlin

Telefon: 030 300199-1521
E-Mail: Annett.Heublein@bdew.de
Internet: www.bdew.de

DIHK - Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Prof. Dr. Stephan Wernicke, Chefjustitiar
Leiter Bereich Recht
Breite Straße 29
10178 Berlin

Telefon: 030 20308-2700
E-Mail: wernicke.stephan@dihk.de
Internet: www.dihk.de

Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V.

Karen Bartel
Leiterin Recht und Compliance;
Verbraucherpolitik und Datenschutz
Wilhelmstrasse 43 / 43 G
10117 Berlin

Telefon: 030 2020-5260
E-Mail: k.bartel@gdv.de
Internet: www.gdv.de

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.

Jennifer Beal
Geschäftsführung
Nürnberger Straße 49
10789 Berlin

Telefon: 030 326 5656
E-Mail: beal@wettbewerbszentrale.de
Internet: www.wettbewerbszentrale.de

Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.

Franz Peter Altemeier
Leiter Abteilung Organisation und Recht
Mohrenstraße 20/21
10117 Berlin

Telefon: 030 20619 350
E-Mail: altemeier@zdh.de
Internet: www.zdh.de

BDI Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

Niels Lau, Chefjustiziar, Abteilungsleiter Recht,
Wettbewerb und Verbraucherpolitik
Breite Straße 29
10178 Berlin

Telefon: 030 20281401
E-Mail: n.lau@bdi.eu
Internet: www.bdi.eu

HDE Handelsverband Deutschland e.V.

Dr. Peter Schröder
Bereichsleiter Recht und Verbraucherpolitik
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Telefon: 030 72 62 50-46
E-Mail: schroeder@hde.de
Internet: www.hde.de

Markenverband e.V.

Dr. Alexander Dröge
Leiter Recht/Verbraucherpolitik
Unter den Linden 42
10117 Berlin

Telefon: 030 20 61 68 40
E-Mail: a.droege@markenverband.de
Internet: www.markenverband.de

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.

Dr. Bernd Nauen
Geschäftsführer
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Telefon: 030 59 00 99 713
E-Mail: nauen@zaw.de
Internet: www.zaw.de