

# Das E-Commerce-Gesetz

Die Fernabsatz-Richtlinie und das Verbraucherkreditgesetz:

Die deutsche Rechtslage erweist sich als Bumerang, denn das Widerrufsrecht für Abonnements

verlängert sich – Neues Recht seit 1. Juni.

Immer wieder ein Ärgernis bei der Gestaltung von Abo-Werbemitteln: Der kostbare Platz auf der Bestellkarte muss nicht nur für den Text einer Widerrufsbelehrung, sondern auch noch für eine zweite Unterschrift „geopfert“ werden. Was der Gesetzgeber ursprünglich einmal für Kreditverträge vorgesehen hatte, ist seit einer Entscheidung des Bundesgerichtshofs vom 7. Mai 1986 (I ZR 119/84) auch bei der Bestellung von Abonnements vorgeschrieben. Zusätzlich verkompliziert die Widerrufsbelehrung die Online-Bestellung, ist doch die Unterschrift am Bildschirm in der Praxis immer noch ein ungelöstes technisches und rechtliches Problem.

Die Hoffnungen auf eine Liberalisierung und Modernisierung dieser strengen deutschen Verbraucherschutzvorschriften ruhen in erster Linie auf dem europäischen Gesetzgeber. Der hat mit der so genannten „Fernabsatz-Richtlinie“ vom 20. Mai 1997 (Abl. EG Nr. L 144, S. 19) auch seine Hausaufgaben gemacht. Diese Richtlinie wird nun per Gesetz mit Wirkung zum 1. Juni dieses Jahres auch in Deutschland umgesetzt.

Doch was bringen die neuen Regelungen? Zunächst ein neues Gesetz – das Fernabsatzgesetz. Dieses

Gesetz findet Anwendung auf so genannte Fernabsatzverträge, worunter der Gesetzgeber unter anderem Verträge versteht, die unter „ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln“ also insbesondere Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telefax, E-Mails und so weiter zu Stande kommen. Dazu gehört auf den ersten Blick sowohl schriftliche Abo-Werbung, als auch die Abo-Werbung im Internet.

Zwar hat auch der europäische Gesetzgeber ein Widerrufsrecht vorgesehen, jedoch bedarf die erforderliche Belehrung für Fernabsatzverträge keiner gesonderten Unterschrift. Also zukünftig mehr Platz auf der Abo-Karte und keine Probleme bei der Online Bestellung? Leider weit gefehlt.

Was ursprünglich als Segnung des europäischen Gesetzgebers vorgesehen war, erweist sich angesichts der Rechtslage in Deutschland als Bumerang: Die ausdrückliche Ausnahme von Verträgen über Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten von der Anwendung des Fernabsatzgesetzes. Damit bleibt es in Deutschland bei der Anwendung des strengen Verbraucherkreditgesetzes auf Abo-Verträge.

Aber damit nicht genug: Auch das Verbraucherkreditgesetz wird mit Wirkung zum 1. Juni geändert: Es enthält jetzt kein eigenes Widerrufsrecht mehr, sondern verweist auf

einen neuen § 361a des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB). Diese Vorschrift weist im Gegensatz zur bisherigen Regelung nicht nur ein einwöchiges, sondern sogar ein zweiwöchiges Widerrufsrecht aus

– eine glatte Verschlechterung gegenüber der bisherigen Rechtslage. Und natürlich ist auch die entsprechende Widerrufsbelehrung gesondert zu unterschreiben. Damit bleibt es nicht nur bei den bekannten Problemen mit der zweiten Unterschrift, sondern die Werbemittel müssen mit Wirkung zum 1. Juni 2000 umgestellt werden, da die Übergangsvorschrift vorsieht, dass nur auf Verträge, die vor dem 1. Juni 2000 abgeschlossen worden sind, die bisherige Regelung Anwendung findet.

Problematisch ist dies weniger wegen einer etwaigen Erhöhung der Widerrufsquote, als wegen der potenziellen Abmahnungsgefahr durch Wettbewerber und Verbraucherschutzvereine. Denn die Verwendung einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung stellt regelmäßig auch einen Verstoß gegen § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) dar. Wer ab dem 1. Juni auf „Nummer sicher“ gehen will, sollte daher folgende Formulierung verwenden:

## „Widerrufsrecht

*Mir ist bekannt, dass ich diese Bestellung innerhalb von zwei Wochen ohne Begründung bei ... auf einem dauerhaften Datenträger oder durch Rücksendung der erhaltenen Hefte widerrufen kann. Diese Frist beginnt einen Tag nach Absendung dieser Bestellung. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.*

*(Unterschrift des Bestellers)“*

Leider führt die Neuregelung mit der Bezugnahme auf „dauerhafte Datenträger“ und die neue Möglichkeit den Widerruf auch durch Rücksendung auszuüben auch noch zu einer Verlängerung der Belehrung. „Geschmeidigere“ Formulierungen sollte man jedoch nur nach Beratung über die damit verbundenen rechtlichen Risiken verwenden.



## Zur Person

Dr. Roger Mann ist Rechtsanwalt in Hamburg. Als ehemaliger Justiziar des Verlagshauses Gruner + Jahr und Dozent der Zeitschriften-Akademie für das Seminar „Pressevertriebsrecht“ ist er ausgewiesener Kenner der Materie.

Ein kleiner Trost ist geblieben: Der Erhalt des Widerrufsrechts ermöglicht nach wie vor den Einsatz der so genannten „Zugaben“, also geringwertiger Werbegeschenke als „Danke-schön für das gezeigte Interesse“. Dies ist nämlich nur deshalb kein Verstoß gegen die Zugabeverordnung (ZugabeVO), weil der Besteller die „Zugabe“ auch im Falle des Widerrufs behalten darf. Diese Möglichkeit wäre allerdings auch bei Anwendbarkeit des Fernabsatzgesetzes verblieben, ohne dass es in diesem Fall einer gesonderten Unterschrift bedarf.

Geblieben ist auch die Möglichkeit, das Widerrufsrecht durch ein eigentlich für den Versandhandel konstruiertes Rückgaberecht zu ersetzen. Zwar wurde auch diese Vorschrift vom Verbraucherkreditgesetz (dort § 8) in einen neuen § 361b BGB „verschoben“, ohne dass es jedoch zu großen inhaltlichen Änderungen gekommen ist. Das heißt, wer auf eine zweite Unterschrift verzichten möchte, kann

dies nach geltendem wie nach neuem Recht durch Einräumung dieses Rückgaberechts verankern. Leider ist auch diese Möglichkeit für Abo-Verträge nicht völlig ohne Risiko, da Beispiele in der Praxis (zum Beispiel STERN-Abo-Werbung) noch nicht gerichtlich überprüft wurden.

Eine Belehrung ist allerdings auch im Fall des Rückgaberechts erforderlich. Dafür bietet sich beispielsweise folgender Text an:

*„Nach Erhalt des ersten Heftes kann ich prüfen, ob mir die Zeitschrift gefällt. Falls nicht, kann ich das Heft innerhalb von zwei Wochen auf Kosten und Gefahr des Verlages an ... zurück-schicken oder auf einem dauerhaften Datenträger die Rücknahme verlangen. Die Frist beginnt einen Tag nach Erhalt des ersten Heftes. Zur Frist-wahrung genügt die rechtzeitige Absendung.“*

Nachteil dieser Lösung: Mangels Widerrufsrecht kann in diesem Fall keine „Zugabe“ angeboten werden.

Auch hier gilt, dass Variationen der Belehrung nur nach Beratung über die damit verbundenen Risiken erfolgen sollten.

Zusammenfassend bleibt also fest-zuhalten, dass die Umsetzung der Fernabsatzrichtlinie keine Verbesserung, sondern eine Verschlechterung der Rechtslage aus Sicht der Verlage mit sich bringt. Nach Auskunft des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) ließ sich im Rahmen dieses Gesetzgebungsvorhabens keine bessere Lösung erreichen. In der ausdrücklichen Ausnahme von Abonnementverträgen von der Anwendung der Fernabsatzgesetzes sehen die Juristen des VDZ ein positives Signal für die angestrebte grundsätzliche Abschaffung des Widerrufsrechts für diese Verträge im deutschen Recht. Entsprechende Gesetzesvorschläge werden jedoch erst diesen Sommer beraten. So bleibt es bei einer für die Verlage wegen der notwendigen Veränderung der Werbemittel lästigen Zwischenphase. ■■■■