

„New Deal for Consumers“ - Neue EU-Regelungen in Kraft

Im April 2018 hatte die Europäische Kommission eine erste Version ihres „New Deal for Consumers“ vorgestellt. Am 7.1.2020 ist die entsprechende EU-Richtlinie in Kraft getreten. Das neue Recht wird in den einzelnen Mitgliedsstaaten aber erst nach nationaler Umsetzung ab Mai 2022 gelten. Wir informieren Sie schon heute, was bald auf Sie zukommen wird.

Die sogenannte „Omnibusrichtlinie“ sieht die Änderung von vier bestehenden Richtlinien vor. Betroffen ist u.a. auch die Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU. Die Mitgliedstaaten haben nun bis zum 28.11.2021 Zeit, die entsprechenden Vorschriften zu erlassen, die erforderlich sind, um der Richtlinie nachzukommen und müssen diese dann ab dem 28.5.2022 anwenden.

Neuer Anwendungsbereich

Mit Art. 3 Abs. 1a wird der Anwendungsbereich der VRRL erweitert. Danach gilt die Richtlinie auch, wenn der Unternehmer dem Verbraucher digitale Inhalte bereitstellt oder digitale Dienstleistungen erbringt und der Verbraucher **als Gegenleistung personenbezogene Daten** bereitstellt.

(1a) Diese Richtlinie gilt auch, wenn der Unternehmer dem Verbraucher digitale Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt oder für den Verbraucher digitale Dienstleistungen bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt und der Verbraucher dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt oder deren Bereitstellung zusagt, außer in Fällen, in denen die vom Verbraucher bereitgestellten personenbezogenen Daten durch den Unternehmer ausschließlich zur Bereitstellung digitaler Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, oder digitaler Dienstleistungen im Einklang mit dieser Richtlinie oder zur Erfüllung von vom Unternehmer einzuhaltenden rechtlichen Anforderungen verarbeitet werden, und der Unternehmer diese Daten zu keinen anderen Zwecken verarbeitet.

Zudem wird das Merkmal der Entgeltlichkeit in den Anwendungsbereich der Richtlinie nach Art. 3 Abs. 1 aufgenommen. Danach werden alle Verträge zwischen einem Unternehmer und Verbraucher erfasst, bei denen der Verbraucher einen Preis zahlt oder die Zahlung eines Preises zusagt. Zuvor fand sich diese Einschränkung nur in den Definitionen des Kauf- und Dienstleistungsvertrags.

Angabe der Telefonnummer

Seit Umsetzung der VRRL ergibt sich aus Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 EGBGB die Pflicht des Unternehmers zur Nennung einer Telefonnummer. Die zugrundeliegende Bestimmung der VRRL sprach jedoch nur von „gegebenenfalls einer Telefonnummer“. Im Juli 2019 entschied der **EuGH** hierzu, dass das deutsche Recht in diesem Punkt gegen die VRRL verstößt. Mit Änderung der VRRL wird jedoch künftig die Pflicht bestehen, stets eine Telefonnummer anzugeben. Die Pflicht, gegebenenfalls die Faxnummer angeben zu müssen, entfällt hingegen. Art. 6 Abs. 1 c) VRRL wird entsprechend geändert:

die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer und E-Mail-Adresse; wenn der Unternehmer andere Online-Kommunikationsmittel bereitstellt, die gewährleisten, dass der Verbraucher etwaige schriftliche Korrespondenz mit dem Unternehmer, einschließlich des Datums und der Uhrzeit dieser Korrespondenz, auf einem dauerhaften Datenträger speichern kann, so

umfassen die Informationen darüber hinaus auch Angaben zu diesen anderen Kommunikationsmitteln; sämtliche dieser vom Unternehmer bereitgestellten Kommunikationsmittel stellen sicher, dass der Verbraucher schnell Kontakt zum Unternehmer aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann; [...]

Zudem sind künftig neben der Telefonnummer und der E-Mail-Adresse auch sonstige Kommunikationsmittel zu nennen, die es Verbrauchern ermöglichen, die Korrespondenz mit dem Unternehmer auf einem dauerhaften Datenträger zu speichern.

Information über automatisierte Preisfindung

Mit Art. 6 Abs. 1 ea) VRRRL kommt wird eine neue Informationspflicht eingeführt - wenn der Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert wurde, muss der Unternehmer den Verbraucher hierüber informieren.

(1) Bevor der Verbraucher durch einen Vertrag im Fernabsatz oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, informiert der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes:

„ea) gegebenenfalls den Hinweis, dass der Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert worden ist; [...]

Hinweispflichten auf Marktplätzen

Die Richtlinie führt zudem neue Informationspflichten auf Online-Marktplätzen ein, **die der Anbieter des Online-Marktplatzes erfüllen muss**. Zunächst muss er Informationen über die Hauptparameter bereitstellen, die über das Ranking der Angebote entscheiden, das dem Verbraucher als Ergebnis seiner Suchanfrage präsentiert wird. Zudem muss er angeben, ob es sich bei dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, um einen Unternehmer handelt, allerdings nur auf der Grundlage der Erklärung dieses Dritten. Falls es sich bei ihm nicht um einen Unternehmer handeln sollte, muss die Information erfolgen, dass die europäischen Verbraucherschutzvorschriften keine Anwendung finden.

Außerdem muss der Verbraucher von dem Anbieter des Online-Marktplatzes Informationen dazu erhalten, wie sich die vertraglichen Pflichten zwischen ihm und dem Anbieter aufteilen, also z. B. die Zuständigkeiten erläutern, wenn der Anbieter Verantwortung für bestimmte Vertragsaspekte wie z. B. die Lieferung oder die Ausübung des Widerrufsrechts übernimmt.

Begrenzte Darstellungsmöglichkeit

Besteht im Falle eines Fernabsatzvertrag nur eine begrenzte Darstellungsmöglichkeit, müssen die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, der Gesamtpreis, das Widerrufsrecht, die Vertragslaufzeit und die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge angegeben werden. **Ausgenommen von dieser Pflicht wird ausdrücklich das Muster-Widerrufsformular**. Die übrigen Pflichtinformationen einschließlich des Muster-Widerrufsformulars muss der Unternehmer jedoch nach wie vor in geeigneter Weise nachreichen.

Entsprechend entschied auch bereits der EuGH. Stehe für die Darstellung nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung und bestehe ein Widerrufsrecht, sei der Unternehmer nicht verpflichtet, dem Verbraucher zeitgleich das Muster-Widerrufsformular zur Verfügung zu stellen. Dies müsse dann jedoch auf andere Weise in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung gestellt

werden.

Gerade an dieser Stelle hat der Gesetzgeber eine Chance zur Reform vertan. Sinnvoller wäre es gewesen, die Informationspflichten auf ein angemessenes Maß zu reduzieren, auch um dem Verbraucher zu ermöglichen, die wirklich wichtigen Informationen wahrzunehmen. Ebenso ist unklar, warum nach wie vor an dem für die Praxis völlig untauglichen Muster-Widerrufsformular festgehalten wird.

Erweiterung des Warenbegriffs

Für den Warenbegriff wird die Definition in Art. 2 Nr. 5 RL (EU) 2019/771 übernommen und somit an die Definition in der neuen RL über den Warenkauf angeglichen. Damit wird künftig auch die Kategorie der „Waren mit digitalen Elementen“ eingeführt. Dabei handelt es sich um bewegliche körperliche Gegenstände, die in einer Weise digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen enthalten oder mit ihnen verbunden sind, dass die Waren ihre Funktionen ohne diese digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen nicht erfüllen könnten.

Verträge über Dienstleistungen

Die bisherige Definition des Dienstleistungsvertrages wird um sog. digitale Dienstleistungen erweitert. Hierfür wird die Definition der neuen RL (EU) 2019/770 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen übernommen. Danach handelt es sich bei digitalen Dienstleistungen um

- a) Dienstleistungen, die dem Verbraucher die Erstellung, Verarbeitung oder Speicherung von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu solchen Daten ermöglichen, oder*
- b) Dienstleistungen, die die gemeinsame Nutzung der vom Verbraucher oder von anderen Nutzern der entsprechenden Dienstleistung in digitaler Form hochgeladenen oder erstellten Daten oder sonstige Interaktionen mit diesen Daten ermöglichen;*

Nach wie vor wird es möglich sein, das Widerrufsrecht bei Dienstleistungen zum Erlöschen zu bringen. Der ursprüngliche Vorschlag der Kommission sah hierzu vor, dass die Kenntnisnahme des Verbrauchers, dass er bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer sein Widerrufsrecht verliert, nicht mehr erforderlich sein soll. Dieser Vorschlag wurde jedoch nicht übernommen. Nach Art. 8 Abs. 8 VRRl ist es für das Erlöschen erforderlich, dass der Verbraucher sein ausdrückliches Verlangen erklärt, dass während der Widerrufsfrist mit der Leistung begonnen wird. Zudem muss der Unternehmer vom Verbraucher die Bestätigung verlangen, dass dieser zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert.

(8) Möchte ein Verbraucher, dass die Dienstleistung oder die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme während der Widerrufsfrist gemäß Artikel 9 Absatz 2 beginnt, und verpflichtet der Vertrag den Verbraucher zur Zahlung, so fordert der Unternehmer den Verbraucher dazu auf, ein entsprechendes ausdrückliches Verlangen zu erklären und verlangt vom Verbraucher die Bestätigung, dass dieser zur Kenntnis genommen hat, dass er das Widerrufsrecht mit vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert.

Ein Erlöschen des Widerrufsrechts nach Art. 16 Abs. 1 a) VRRl ist nur für Dienstleistungsverträge

vorgesehen, bei denen die Gegenleistung des Verbrauchers in Geld bestanden haben muss. Hier ist der Gesetzgeber jedoch, inkonsequent, denn an anderer Stelle werden den personenbezogenen Daten des Verbrauchers ein entsprechender Wert beigemessen.

Verträge über digitale Inhalte

Auch der Begriff der digitalen Inhalte wird an die Definition der neuen RL (EU) 2019/770 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen angeglichen. Danach sind digitale Inhalte Daten, die in digitaler Form erstellt und bereitgestellt werden. Ein Erlöschen des Widerrufsrechts wird auch hier auf solche Verträge beschränkt, mit denen sich der Verbraucher zu einer Zahlung verpflichtet. Für ein Erlöschen ist zudem erforderlich, dass der Verbraucher dem Beginn der Vertragserfüllung ausdrücklich zugestimmt hat, der Verbraucher zur Kenntnis genommen hat, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert und der Unternehmer ihm eine Bestätigung auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt hat. Diese Bestätigung sah der ursprüngliche Vorschlag der Kommission nicht vor.

Zudem wird mit Art. 14 Abs. 2a VRRL-E eine neue Verpflichtung des Verbrauchers eingeführt, digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen nach Beendigung des Vertrags nicht mehr zu nutzen oder Dritten bereitzustellen.

Neue Informationspflichten

An die neuen Definitionen der Waren und Dienstleistungen werden auch die Informationspflichten angepasst - Angaben zum Bestehen eines Gewährleistungsrechts müssen auch bei digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen erfolgen und Angaben zur Funktionalität, der Kompatibilität und Interoperabilität bei Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen.

Änderungen beim Widerrufsrecht

Der ursprüngliche Vorschlag der Kommission sah vor, dass Ware, die der Verbraucher über das Testen hinaus genutzt hat, komplett vom Widerrufsrecht ausgeschlossen werden sollte. Auch die Kaufpreiserstattung sollte ursprünglich neu geregelt werden. Hier war vorgesehen, dass der Händler den Kaufpreis erst erstatten muss, wenn er die Ware tatsächlich zurückerhalten hat. Ein Nachweis der Rücksendung sollte nicht ausreichen. **Diese Regelungen finden sich nun nicht mehr in der Richtlinie.**

Ein großer Streitpunkt war seit der Umsetzung der VRRL 2014 die Frage, ob der Unternehmer verpflichtet ist, in der Widerrufsbelehrung seine Telefonnummer anzugeben. Diese Frage hat der BGH dem EuGH 2019 zur Entscheidung vorgelegt. Diese Pflicht wurde mit dem Gestaltungshinweis 2 der Muster-Widerrufsbelehrung begründet. Dieser lautete: „Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse ein.“

Künftig sieht der Gestaltungshinweis vor, dass in jedem Fall eine Telefonnummer anzugeben ist und nicht nur „soweit verfügbar“.

[2.] Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift, Ihre Telefonnummer und Ihre E-Mail-Adresse ein.

Damit wird es sich dann um eine Pflichtangabe handeln. Ursprünglich sah der Entwurf der Kommission vor, dass alternativ die Telefonnummer und E-Mail-Adresse angegeben werden können. Dieser Vorschlag wurde jedoch nicht übernommen. Zudem wird aus diesem Gestaltungshinweis, aus der Muster-Widerrufsbelehrung und dem Muster-Widerrufsformular die bei-spielhafte Möglichkeit gestrichen, die Widerrufserklärung mittels Fax abzugeben.

Pflichten des Unternehmers im Widerrufsfall

Erweitert werden auch die Pflichten des Unternehmers im Widerrufsfall nach Art. 13. Mit dem neuen Abs. 4 wird klargestellt, dass **der Unternehmer hinsichtlich personenbezogener Daten die Vorschriften der DSGVO einhalten muss**. Abs. 5 untersagt dem Unternehmer grundsätzlich die Weiterverwendung von Inhalten, die vom Verbraucher bei der Nutzung der vom Unternehmer bereitgestellten digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen bereitgestellt oder erstellt wurden. Nach Abs. 6 besteht grundsätzlich die Pflicht, dem Verbraucher auf dessen Ersuchen alle Inhalte bereitzustellen, die er bei der Nutzung der vom Unternehmer bereitgestellten digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen bereitgestellt oder erstellt wurde. Diese Inhalte muss der Verbraucher kostenfrei, ohne Behinderung, innerhalb einer angemessenen Frist und in einem allgemein gebräuchlichen und maschinenlesbaren Format wiedererlangen können.

Nach Art. 13 Abs. 8 VRRL kann der Unternehmer jede weitere Nutzung der digitalen Inhalte oder der digitalen Dienstleistung durch den Verbraucher im Widerrufsfall unterbinden. Hierzu kann er den Zugang sperren.

Verschärfte Sanktionen

Die Sanktionen, die die Mitgliedstaaten nach Art. 24 für Zuwiderhandlungen vorsehen müssen, werden deutlich verschärft. Diese Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein. Für Geldbußen ist ein Höchstbetrag von mindestens **4% des Jahresumsatzes** im betroffenen Mitgliedstaat oder, falls sich der Jahresumsatz nicht ermitteln lässt, von mindestens 2 Millionen Euro. vorgesehen.

Weitere Änderungen

Andere Änderungen des Maßnahmenpakets betreffen u.a. einen kollektive Rechtsschutz in allen Mitgliedstaaten, die Einführung abschreckender Sanktionen und das Verbot, gleiche Produkt in verschiedenen Mitgliedstaaten in unterschiedlicher Qualität anzubieten. Insgesamt werden mit dieser Richtlinie die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG), die Richtlinie über Verbraucherrechte (2011/83/EU), die Richtlinie über missbräuchliche Vertragsklauseln (93/13/EWG) und die Richtlinie über Preisangaben (98/6/EG) geändert.

Wie geht es weiter?

Die Richtlinie ist am 7.1.2020 in Kraft getreten. Die Mitgliedstaaten müssen nun bis zum 28.11.2021 die Rechts- und Verwaltungsvorschriften erlassen, die erforderlich sind, um der Richtlinie nachzukommen. Diese Rechtsvorschriften müssen die Mitgliedstaaten dann ab dem 28.5.2022 anwenden.