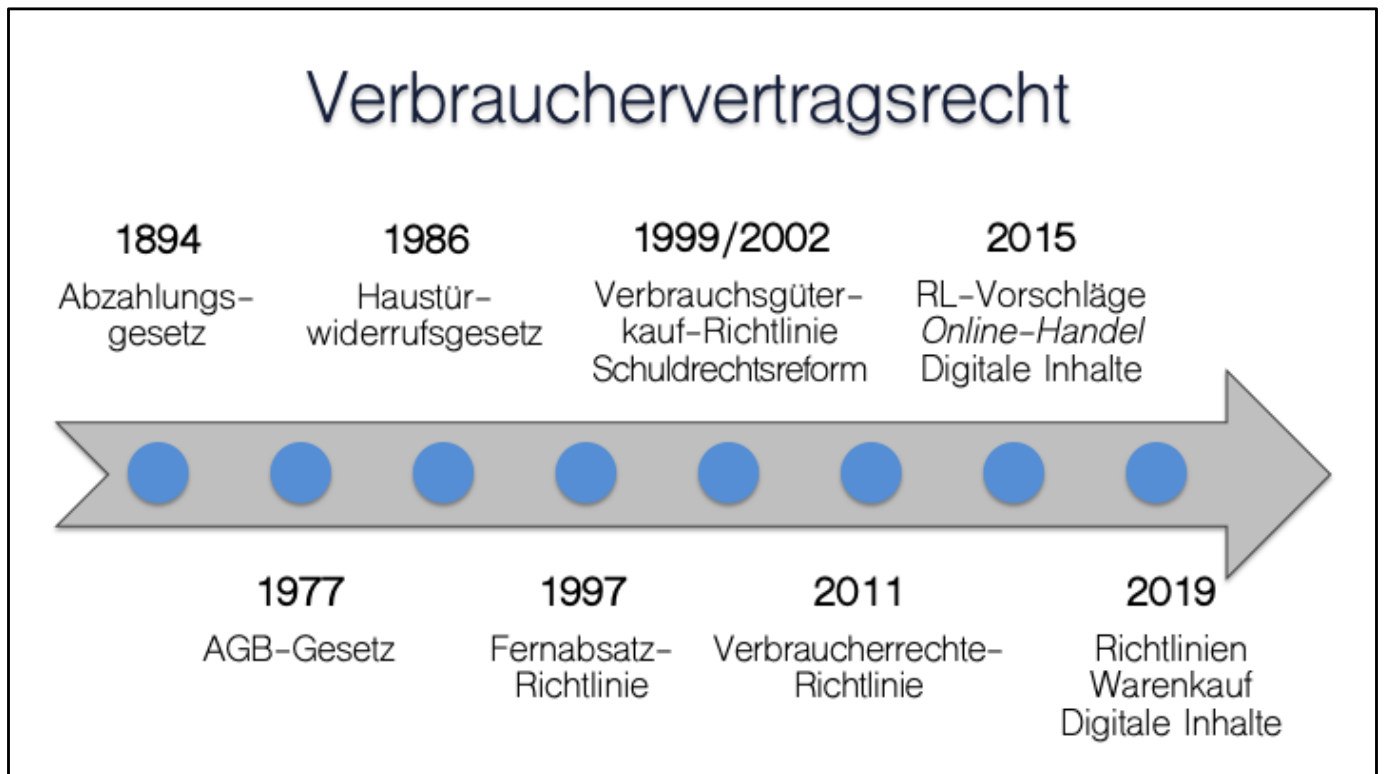


# Schuldrecht AT

## Einheit 4: Verbraucherverträge



- Kerninhalte der Warenkauf-Richtlinie (EU) 2019/771
  - Art. 2 Ziffern 2 und 3, Art. 3 Abs. 1: Anwendung auf Verbrauchsgüterkaufverträge, vgl. § 474 Abs. 1 BGB
  - Gleichbehandlung von Online- und Offline-Käufen
  - Art. 10 Abs. 6, EG 36 und 43: Anwendung auch auf Verträge zum Kauf *gebrauchter* Waren; hier aber teilweise weniger strenge Regeln möglich
  - Art. 3 Abs. 3 und 4: Vorrang der Digitale-Inhalte-Richtlinie 2019/770, solange keine physischen Waren den Vertragsgegenstand bilden
    - Software, auch wenn sie auf einem Datenträger geliefert wird → Digitale-Inhalte-Richtlinie
    - Smart fridge, smart watch etc. → Warenkauf-Richtlinie
  - Art. 7 Abs. 3: Updatepflicht für digitale Elemente
  - Art. 11: Beweislastumkehr (bisher § 477 BGB) nunmehr **für mindestens ein Jahr nach Gefahrübergang**, bei Waren mit fortlaufend bereitzustellenden digitalen Elementen sogar über die gesamte Vertragslaufzeit
  - Art. 19: Effektive Rechtsdurchsetzung
  - Art. 24 Abs. 1: Anwendung der neuen Regeln auf alle Verträge, die **ab dem 1. Januar 2022** geschlossen werden

# Verbraucherverträge

Ziel: Aufgeklärte Entscheidung einer mündigen Bürgerin

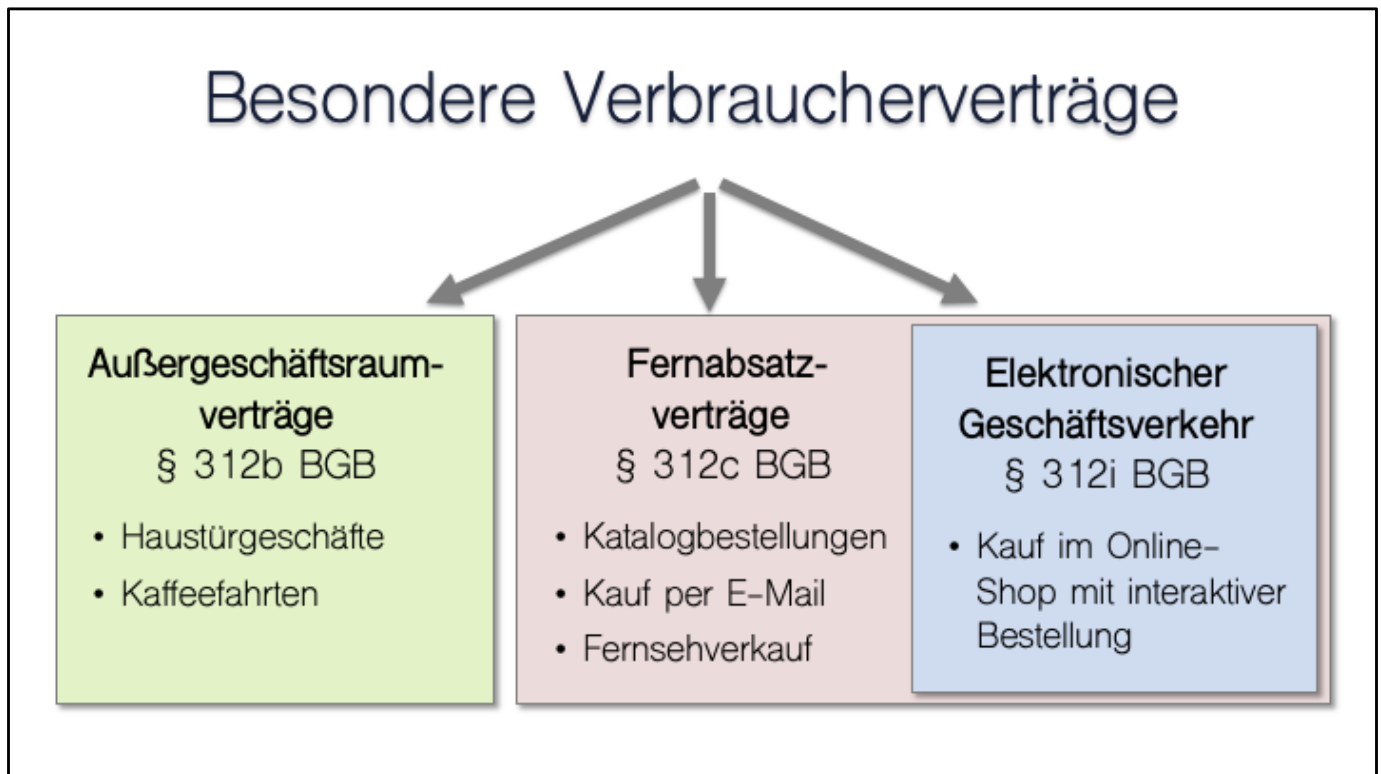
## Informationspflichten

- Identitätsoffenbarung bei Telefonanruf, § 312a Abs. 1 BGB
- Ausführliche Informationspflichten nach § 312a Abs. 2 BGB i.V.m. Art. 246 EGBGB

## Preistransparenz

- Mindestens eine unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit, § 312a Abs. 4 BGB
- Hotline ohne Zusatzkosten, § 312a Abs. 5 BGB

- Lesen Sie §§ 13, 14, 310 Abs. 3, 312, 312a, 312k BGB!
- Kernfrage: Wie realistisch ist es, den schwachen Verbraucher durch Flutung mit Information tatsächlich auf Augenhöhe mit dem Unternehmer zu bringen?



- Außergeschäftsraum–Verträge:
  - Telos: Schutz vor Überrumpelung
  - Besondere Informationspflichten nach § 312d Abs. 1 S. 1 BGB, Art. 246a EGBGB
  - Beispiel: Verkauf eines Azeri-Teppichs aus neuseel. Wolle für 3.000 € an deutsche Bildungsurlauber in der Türkei, AG Würzburg v. 2. Oktober 2014, 16 C 207/13
  - Beispiel: Verkauf zweier Teppiche für 8.000 € an eine 85jährige unter Schlaftablette, Wahl türkischen Rechts, OLG Stuttgart v. 18. Mai 2015, 5 U 147/14, <http://bit.ly/2niSNPO>
- Fernabsatzverträge:
  - Besondere Informationspflichten, § 312d Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. Art. 246a EGBGB
  - Kauf über eBay-Kleinanzeigen ist nur Fernabsatzgeschäft und nicht Vertrag im elektr. Geschäftsverkehr, weil der Vertrag per Individualnachricht geschlossen wird
- Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr:
  - Klare Information über Zusatzkosten erforderlich, § 312j Abs. 2 BGB; vgl. die frühere App-Gestaltung von Drive Now
  - Ein Vertrag kann nur über einen klar beschrifteten Button zustande kommen, sog. **Button-Lösung**, § 312j Abs. 3 BGB
  - Nach § 312j Abs. 4 BGB führt nur ein Verstoß gegen Abs. 3, nicht aber ein Verstoß gegen Abs. 2 zur Unwirksamkeit des Vertrags



- Dash Button:
  - OLG München v. 1. März 2018, 12 O 730/17, <https://www.jurpc.de/jurpc/show?id=20180050>
  - Verstoß gegen § 312j Abs. 2 und 3 BGB
  - Siehe auch das Angebot von <https://www.perfect-shave.de/gillette-box> sowie den Beitrag von *Louisa Specht* und *Sophie Herold*, MMR 2018, 40 ff.
- Smart Shelf (<https://www.amazon.com/b?node=20657644011>):
  - Das Angebot ist unproblematisch, weil es sich nicht an Verbraucher richtet
  - Würde sich das Angebot an Verbraucher richten, könnte man bei solchen vollautomatischen Boxen/Regalen diskutieren, ob die (bedingte) Bestellung bereits mit Einrichtung des Regals erfolgt oder ob das nachschubauslösende Entnehmen des letzten Regalinhalts die Bestellung darstellt; in letzterem Falle läge ein Verstoß gegen § 312j Abs. 2 und 3 BGB nahe
- Werbender Bestell-Button von Netflix ("Mitgliedschaft beginnen – Kostenpflichtig nach Gratismonat"):
  - KG v. 20. Dezember 2019, 5 U 24/19, <https://www.online-und-recht.de/urteile/Bestell-Button-von-Netflix-rechtwidrig-Kammergericht-Berlin-20191220/>
  - Verstoß gegen § 312j Abs. 3 BGB, d.h. Vertrag unwirksam



- Beispiele
  - Amazon
  - Booking
  - Expedia
  - Foodora
- P2B-Verordnung 2019/1150 zur Förderung von Fairness und Transparenz für *gewerbliche* Nutzer von **Online-Vermittlungsdiensten** = Eine Art zweites Verbraucherrecht, gilt ab dem 12. Juli **2020**
  - Art. 3: Transparenz bzgl. AGB
    - Kritisch: Transparenz beseitigt keine Marktmacht → Kartellrecht
  - Art. 4: Begründung bei temporärem oder dauerhaftem Ausschluss des Händlers
    - Kritisch: Begründung ändert nicht die zu begründende Aktion
  - Art. 5: Transparenz bzgl. Ranking
    - Heute: "Sort by: Featured"
    - Einschränkung in Abs. 6: Keine Transparenzpflichten, soweit interessierte Händler das zu Lasten der Kunden ausnutzen könnten (≈ überall!?)
  - Art. 7: Transparenz bzgl. Bevorzugung und Diskriminierung von Kunden
  - Art. 9: Transparenz bzgl. Umgang der Plattform mit Daten des Händlers

