



BUNDESVERBAND DEUTSCHER VERSICHERUNGSKAUFLEUTE e.V.

Stellungnahme zum Gesetzentwurf des Bundesrates

Entwurf eines Gesetzes zur Fortentwicklung des Verbraucherschutzes bei unerlaubter Telefonwerbung (BR-Drucksache 271/11 vom 27. 5. 2011)

Am 4. August 2009 ist das Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen (BGBl. I S. 2413) in Kraft getreten. Mit diesem Gesetz sollten Verbraucher vor unerlaubter Telefonwerbung geschützt werden.

Aktuelle Erhebungen der Verbraucherzentralen und der Bundesnetzagentur sind zu dem Ergebnis gekommen, dass durch die Gesetzesmaßnahme der gewünschte Erfolg, nämlich den Rückgang sog. Cold calls gegenüber Verbrauchern zu erreichen, nicht eingetreten ist.

Der Gesetzesentwurf zur Fortentwicklung des Verbraucherschutzes bei unerlaubter Telefonwerbung sieht daher folgende Verschärfung vor:

Änderung des § 312 b BGB

Durch Einfügen des § 312 b₁ BGB soll die auf einen Vertragsabschluss gerichtete Willenserklärung, die ein Verbraucher fernmündlich einem Unternehmer abgibt, nur dann wirksam werden, wenn der Verbraucher sie binnen zwei Wochen nach dem Telefongespräch gegenüber dem Unternehmer in Textform bestätigt. Das gilt nicht, wenn das Telefongespräch nicht von dem Unternehmer zu Werbezwecken veranlasst worden ist oder der Verbraucher in einen Telefonanruf des Unternehmers in Textform eingewilligt hat.

Diese vorgeschlagene Beschränkung berücksichtigt nicht, dass Versicherungsunternehmen und auch Versicherungsvertreter als deren Erfüllungsgehilfen zu laufender Beratung während der Dauer des Versicherungsverhältnisses gesetzlich verpflichtet sind und diese sog. Bestätigungslösung wegen des damit verbundenen unverhältnismäßigen Aufwandes faktisch die telefonische Beratung in Bezug auf Versicherungsverträge unmöglich macht.

Diese gesetzliche Verschärfung würde die Pflicht der Versicherungsunternehmen zur nachvertraglichen Beratung gemäß § 6 Abs. 4 VVG unterlaufen.

Die vom Bundesrat angestrebte Bestätigungslösung würde gerade nicht zur Rechtssicherheit führen. Die Frage der Wirksamkeit eines Vertrages würde dann davon abhängen, ob der Verbraucher in den Anruf wirksam eingewilligt hat. Darüber hinaus sieht der Vorschlag keine Unterscheidung vor, ob der Unternehmer oder der Kunde angerufen hat. Im letzteren Fall hat

sich der Kunde bereits für eine telefonische Beratung entschieden und bewusst diesen Vertriebsweg gewählt. Daher besteht kein Erfordernis, diesen dann noch insoweit zu schützen, dass er die Wirksamkeit des Vertrages mangels Abgabe einer Bestätigung verhindert.

Die Folge dieser Bestätigungslösung würde eine telefonische Beratung ad absurdum führen. Die damit verbundenen notwendigen Geschäftsprozesse, um jedem telefonisch abgeschlossenen Vertrag eine entsprechende Bestätigung zuordnen zu können, machen eine telefonische Beratung unmöglich.

Des Weiteren bestehen insofern Zweifel an der Notwendigkeit einer solchen Regelung, da regelmäßig dem Verbraucher bei Vertragsschlüssen am Telefon ein Widerrufsrecht zusteht. Mit dieser Regelung ist der Verbraucher ausreichend geschützt – eine zusätzliche schriftliche Bestätigung wäre daher überflüssig.

Sofern es in der Gesetzesbegründung heißt, dass das bei Fernabsatzgeschäften regelmäßig bestehende Widerrufsrecht des Verbrauchers keinen zuverlässigen Schutz bieten würde, da vielfach von unseriös handelnden Unternehmen später behauptet würde, der Widerruf sei gar nicht oder nicht fristgerecht erfolgt, sind wir der Auffassung, dass der Verbraucherschutz hier zu weit geht, da von einem Verbraucher durchaus verlangt werden kann, dass der Widerruf so ausgeübt wird, dass er den Empfänger auch erreicht.

Wenn ausgeführt wird, dass die Erfahrung zeige, dass Verbraucher durch Täuschung, Druck und Einschüchterung zu Zahlungen veranlasst werden können, ist ein solches Geschäftsgebarren bei Abschluss eines Versicherungsvertrages nicht üblich.

Generell muss angeführt werden, dass sich der Evaluierungsbericht des Bundesministeriums der Justiz vom 31. 1. 2011 im Wesentlichen nicht auf den Bereich der Versicherungsvermittlung, sondern auf betrügerische Anrufe bei Gewinnmitteilungen, bei Vermittlung von Gewinnspielen, Lotterien und Wetten bezieht. Auch die Beanstandung der Verwendung von automatischen Ansagemaschinen bei Werbeanrufen kommt im Bereich Versicherungsvermittlung praktisch nicht vor, da ein Vertragsschluss allenfalls erst nach telefonischer Beratung zustande kommt. Insofern bestehen keine nachweisbaren Belege für ein besonderes Maß an Missachtung der gesetzlichen Vorgaben im Bereich der Versicherungsvermittlung.

Der Bericht kommt sogar zu dem Ergebnis, dass die gesetzliche Neuregelung vom 4. August 2009 zu Verunsicherungen und Beeinträchtigungen der Kundenpflege (einschließlich der Bestandskunden) geführt hat. Teilweise, so der Bericht, wurde die telefonische Ansprache als Mittel der kommerziellen Kommunikation auch aufgegeben und durch kostenträchtigere Vertriebsformen ersetzt.

Änderung des § 7 Abs.2 Nr.2 UWG

Des Weiteren sieht der Gesetzesentwurf eine Verschärfung des § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG insofern vor, als dass die ausdrückliche Einwilligung des Verbrauchers in Textform zu erfolgen hat.

Diese vorgesehene Verschärfung, nach der Telefonwerbung zukünftig nur bei vorheriger ausdrücklicher Einwilligung in Textform zulässig sein soll, berücksichtigt die während der Dauer des Versicherungsverhältnisses bestehende laufende Beratungspflicht nicht und auch nicht die Tatsache, dass der Verbraucher möglicherweise ein Interesse an einer telefonischen Beratung haben könnte.

Gerade ein Anruf im Rahmen des § 6 Abs. 4 VVG tangiert den Schutzbereich des § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG nicht. § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG soll den Verbraucher vor einer unzumutbaren Beeinträchtigung seiner Privatsphäre schützen, jedoch gerade nicht vor Beratung in Versicherungsangelegenheiten. Diese Beratung sollte – so hat es der Gesetzgeber im Rahmen der VVG-Reform hervorgehoben – eben gerade ein erhebliches Interesse des Kunden sein.

Zudem sollte berücksichtigt werden, dass das Formerfordernis zu einem unverhältnismäßig hohen Aufwand führen könnte.

Auf der anderen Seite muss berücksichtigt werden, dass der Anrufer und somit auch der anrufende Versicherungsvermittler letztlich den Nachweis einer Einwilligung des Kunden nur durch Vorlage einer entsprechenden schriftlichen Einwilligungserklärung bestätigen kann. Insofern könnte diese beabsichtigte Änderung zwar eine weitere bürokratische Hürde darstellen, jedoch im Ergebnis den anrufenden Versicherungsvermittler in seiner Position stärken.

Soweit allerdings die Gesetzesbegründung hervorhebt, dass das fehlende Formerfordernis dazu geführt habe, dass Unternehmen behaupten konnten, die Verbraucher hätten bereits zu einem früheren Zeitpunkt am Telefon ihr Einverständnis mündlich erklärt, erschließt sich uns die Aussage nicht. Da für das Vorliegen einer ausdrücklichen Einwilligung des Verbrauchers nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG ohnehin der Anrufer beweispflichtig ist, führt diese Argumentation ins Leere.

Der Gesetzesentwurf sieht in der Änderung des § 20 Abs. 2 UWG eine Erhöhung des Bußgeldes von 50.000 auf 250.000 Euro vor. Ob und inwieweit diese Verschärfung dazu führt, dass die sog. „schwarzen Schafe“ vom unerlaubten Cold calling abgehalten werden, ist nicht belegt.

Abschließend ist festzuhalten, dass der Evaluierungsbericht vom 31. 1. 2011 keine steigenden Verstöße im Zusammenhang mit der Versicherungsvermittlung aufweist. Insofern ist eine nach Branchen undifferenzierte Gesetzesverschärfung nach unserem Dafürhalten nicht zu rechtfertigen.

Aufgrund der vorgenannten Ausführungen lehnt der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute eine Gesetzesverschärfung in Form des Gesetzesentwurfes des Bundesrates vom 27. 5. 2011 ab.

Bonn, den 18. Juli 2011

i.V.



Rechtsanwältin Judith John