

Antrag

der Abgeordneten Tabea Rößner, Dr. Manuela Rottmann, Dr. Konstantin von Notz, Renate Künast, Luise Amtsberg, Canan Bayram, Kai Gehring, Britta Haßelmann, Katja Keul, Sven-Christian Kindler, Monika Lazar, Dr. Irene Mihalic, Beate Müller-Gemmeke, Filiz Polat, Corinna Rüffer, Stefan Schmidt und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Mit einem Klick – Kündigungsbutton und weitere Verbesserungen im elektronischen Geschäftsverkehr für Verbraucherinnen und Verbraucher

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Vertragsabschlüsse sind in der digitalen Welt sehr einfach und unkompliziert geworden. Bei vielen Unternehmen kann man mit nur einem Klick, dem Ausfüllen eines kurzen Onlineformulars oder dem Abschicken einer E-Mail Kunde werden. Demgegenüber ist die Kündigung eines Laufzeitvertrags (zum Beispiel Zeitungsabonnement oder Mobilfunkvertrag) meist wesentlich komplexer.

In vielen Fällen ist nicht sofort ersichtlich, ob per Klick, Formular oder E-Mail gekündigt werden kann. Auch ist oft unklar, wo etwaige Schaltflächen (sogenannte „Buttons“) zu finden sind oder an welche E-Mail-Adresse ein Schreiben gerichtet sein muss. Letztlich bleibt die Verbraucherin oder der Verbraucher bei dem Absenden der Online-Kündigung im Unklaren, ob die Kündigung dem Unternehmen tatsächlich zugegangen und dadurch wirksam geworden ist.

Befragungen zeigen, dass Schwierigkeiten bei der Kündigung ein relevantes Verbraucherproblem sind.¹ Dementsprechend reicht die Ankündigung² der Bundesregierung, die Laufzeiten bzw. die Verlängerungszeiträume zu verkürzen, nicht aus. Notwendig ist darüber hinaus eine Vereinfachung der digitalen Kündigungsmöglichkeiten. Durch einen Klick ist der Abschluss eines Vertrages im digitalen Geschäftsverkehr möglich. Eine Kündigung sollte daher für einen Verbraucher oder eine Verbraucherin ebenso einfach möglich sein. Dadurch entsteht ein höheres Maß an Rechtssicherheit für alle Verbraucherinnen und Verbraucher, da die Online-Kündigungen klarer strukturiert werden.

Trotz der geschilderten Problemlage sieht die Bundesregierung laut ihrer Antwort vom 31. Oktober 2019 auf eine Schriftliche Frage der Abgeordneten Tabea Rößner keinen gesetzgeberischen Handlungsbedarf „betreffend die Kündigungsmöglichkeiten im

¹ vgl. www.marktwaechter.de/verbraucherspiegel (zuletzt abgerufen am 08.11.2019)

² www.bmfv.de/SharedDocs/Artikel/DE/2019/031519_Eckpunkte_Kostenfallen.html (zuletzt abgerufen am 08.11.2019)

elektronischen Geschäftsverkehr“.³ Dabei sind die angesprochenen technischen Lösungen, wie das Beispiel des Bestellbuttons zeigt, sehr effektiv, und sie lassen sich im digitalen Geschäftsverkehr einfach umsetzen. Daher sollte, nach dem Prinzip „Verbraucherschutz by Design“, schon bei der Erstellung von digitalen Produkten oder dem Betreiben von digitalen Kommunikationsschnittstellen der Verbraucherschutz mitgedacht und eingebaut werden.

- II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,
1. einen Gesetzentwurf vorzulegen, der
 - a. eine Pflicht zum Vorsehen eines einfach auffindbaren, barrierefreien und verständlich beschriebenen Kündigungsbuttons bestimmt, soweit der Abschluss des Vertrags im Zusammenhang mit einem Bestell- bzw. Vertragsabschlussbutton erfolgt,
 - b. ein Unternehmen, das einen Vertragsschluss im elektronischen Geschäftsverkehr anbietet und ermöglicht, verpflichtet,
 - i. eine E-Mail-Adresse klar und verständlich als Empfangsvorrichtung für alle rechtserheblichen Erklärungen (zum Beispiel Kündigung oder Widerruf) im Zusammenhang mit dem bestehenden Vertragsverhältnis auszuweisen,
 - ii. den Eingang einer elektronischen Erklärung unverzüglich zu bestätigen (elektronische Empfangsbestätigung),
 - iii. die Vertraulichkeit und Authentizität seiner elektronischen Kommunikation mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu gewährleisten,
 - c. zweckmäßige Sanktionen für einen Verstoß gegen die oben genannten Pflichten vorsieht,
 2. und sich auch auf europäischer Ebene für eine Einführung der oben bezeichneten Pflichten einzusetzen.

Berlin, den 10. Dezember 2019

Katrin Göring-Eckardt, Dr. Anton Hofreiter und Fraktion

Begründung

Spezielle Pflichten für den elektronischen Geschäftsverkehr sind dem deutschen Zivilrecht nicht fremd. Mit dem Gesetz zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr reagierte der Gesetzgeber auf Missstände beim Vertragsschluss in diesem Bereich unter anderem mit der sogenannten Button-Lösung. Eine Evaluation ergab, dass das Gesetzesvorhaben sein Ziel erreicht hat.⁴

Im Gegensatz zu diesen besonderen Pflichten beim elektronischen Vertragsschluss gibt es keine gesonderten Pflichten für eine elektronische Kündigung.⁵ Der Gesetzgeber hat mit dem Gesetz zur Verbesserung der zivilrechtlichen Durchsetzung von Verbraucherschützenden Vorschriften des Datenschutzrechts vom 17. Februar 2016 (BGBl. I S. 233) zwar klargestellt, dass ein Unternehmen in seinen allgemeinen Geschäftsbedingungen

³ Vgl. Antwort der Bundesregierung auf eine Schriftliche Frage, 8. November 2019, BT-Drs.: 19/15250, S. 54

⁴ Vgl. Spindler/Thorun/Blom: Die Evaluation der Button-Lösung – Ergebnisse einer empirischen Studie; MMR 2015, 3

⁵ Vgl. Antwort der Bundesregierung auf eine Schriftliche Frage, 8. November 2019, BT-Drs.: 19/15250, S. 54

keine strengeren Formerfordernisse als die einer Textform (zum Beispiel einer E-Mail) für eine Erklärung (zum Beispiel einer Kündigung) vorschreiben darf. Diese Reform löste jedoch nicht die weiteren praktischen Probleme bei einer Online-Kündigung (vgl. Zu 1b i und Zu 1b ii). Des Weiteren besteht kein Gleichgewicht zwischen den Wegen bei einem elektronischen Vertragsschluss und einer elektronischen Kündigung (vgl. Zu 1a). Eine Regulierung des digitalen Kündigungsprozesses ist angemessen, da der Unternehmer im digitalen Geschäftsverkehr in der Regel die Modalitäten der Kommunikation bestimmen kann. Wenn das Unternehmen Verträge über eine Webseite anbietet, so kann das Unternehmen entscheiden, wie der Kunde oder die Kundin mit dem Unternehmen kommunizieren und kündigen kann. Dieses strukturelle Ungleichgewicht, dessen Beseitigung zudem einen Zugewinn an Rechtssicherheit für die Verbraucherinnen und Verbraucher darstellen würde, macht eine Regulierung notwendig.

Zu 1a

Häufig ist das Initiieren eines Vertragsschluss ungleich einfacher und niedrigschwelliger als die Kündigung. Gemäß § 312j III BGB muss der Unternehmer im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber einem Verbraucher einen klar gekennzeichneten Bestellbutton vorsehen. Diese Regelung wurde als Reaktion auf Missstände bei Geschäften im Internet eingefügt. Eine solche korrespondierende Pflicht für eine Kündigung besteht jedoch nicht. Dies ist nicht nachzuvollziehen. Die Forderung ist auch angemessen, da die Pflicht nur dann besteht, wenn ein Vertragsschluss über einen Bestellbutton vorgenommen werden kann und ist dementsprechend auf das Verhältnis zwischen Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbrauchern beschränkt. Die Pflicht besteht auch nur, insofern auf Grund der Vertragsart ein kündigungsfähiger Vertrag (Dauerschuldverhältnis) vorliegt.

Dadurch wird die Klarheit und Niedrigschwelligkeit beim Vertragsschluss auf die Kündigung übertragen und der Aufwand für eine solche sinkt. Es ist davon auszugehen, dass dadurch Verbraucherinnen und Verbraucher häufiger bestehende ungewünschte Langzeitverträge kündigen.

Zu 1b i

Damit eine empfangsbedürftige Willenserklärung, wie eine Kündigung, wirksam wird, muss sie dem Empfänger zugehen. Ein Zugang liegt dann vor, wenn die Erklärung so in den Machtbereich des Empfängers gelangt ist, dass von einer Kenntnisnahme auszugehen ist.⁶ Bei verkörperten Erklärungen erfolgt dies, wenn sie dessen Empfangsvorrichtung⁷ erreicht. Im analogen Bereich ist dies klassischerweise der Briefkasten. Eine E-Mail-Adresse stellt dann eine Empfangsvorrichtung dar, wenn der Empfänger sie für den Empfang von Willenserklärungen im Rechts- und Geschäftsverkehr bestimmt hat.⁸ Ob eine solche Widmung vorliegt, unterliegt der Auslegung im Einzelfall.

Weist der Unternehmer keine E-Mail-Adresse ausdrücklich für diesen Zweck aus, so ist für die Verbraucherin oder den Verbraucher unklar, ob es sich um eine Empfangsvorrichtung im rechtlichen Sinne handelt. Zudem werden den Verbraucherinnen und Verbrauchern E-Mails vielfach von Adressen zugesandt, die lediglich zum Versand ausgewiesen sind (sogenannte no-reply E-Mail-Adressen). Zwar besteht gem. § 5 TMG eine Impressumspflicht, die eine Angabe einer E-Mail-Adresse beinhaltet, jedoch wird diese häufig nicht als Einrichtung zum Empfang von solchen Willenserklärungen gesehen.⁹ Gleiches gilt für E-Mail-Adressen, welche auf Grund der vorvertraglichen Informationspflicht gem. § 312d I BGB i. V. m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2 EGBGB mitgeteilt werden.¹⁰

Ein Ausweisen einer E-Mail-Adresse für alle rechtsgeschäftlichen Willenserklärungen ist angemessen, da die E-Mail das Standardkommunikationsmittel im elektronischen Geschäftsverkehr darstellt und der Unternehmer sich selbst für ein Handeln im elektronischen Geschäftsverkehr entscheidet. Ein Missbrauch wird dadurch eingeschränkt, dass die Empfangsvorrichtung nur für bestehende vertragliche Rechtsverhältnisse vorliegen muss und somit der Auswahl des Vertragspartners durch den Unternehmer unterliegt.

Die zweckbestimmte E-Mail-Adresse muss für die Verbraucherinnen und Verbraucher gut auffindbar sein. Sie sollte in jeder E-Mail mit den Verbraucherinnen und Verbraucher mitgenannt werden.

⁶ Einsele, MüKo, 2018, § 130, Rn. 16

⁷ Einsele, MüKo, 2018, § 130, Rn. 17

⁸ Spindler in Spindler/Schuster, 2019, Recht der elektronischen Medien, § 130 BGB, Rn. 5

⁹ Vgl. Hoffmann/Höpfner, BB 2016, 2952, 2954

¹⁰ Vgl. Hoffmann/Höpfner, BB 2016, 2952, 2954

Zu 1b ii

Der Erklärende trägt für den Zugang von Erklärungen, zum Beispiel der Kündigung, die Beweislast, dass diese Erklärung auch bei dem Empfänger eingegangen ist. Das Absenden einer E-Mail ist kein (Anscheins-)Beweis für den Zugang der E-Mail.¹¹ Auch das Absenden eines Briefes mit der Post stellt keinen Beweis für den Zugang des Briefes dar. Bei einem Brief besteht jedoch die Möglichkeit eines Einschreibens, sodass der Zugang beweisbar ist. Im elektronischen Bereich besteht zwar – je nach Email-Programm – die Möglichkeit einer Empfangsbestätigung, die jedoch vom Empfänger ausgelöst wird. Eine vergleichbare Möglichkeit ohne Mitwirken des Empfängers besteht nicht. Dementsprechend ist eine Verpflichtung zum Mitwirken gerechtfertigt. Eine Eingangsbestätigungspflicht durch eine automatische E-Mail würde das Problem beheben. Diese sollte den Inhalt der ursprünglichen E-Mail wiedergeben, sodass inhaltliche Übermittlungsfehler ausgeschlossen werden können. Eine vergleichbare Pflicht besteht schon jetzt gemäß gem. § 312i I Nr. 3 BGB. Danach muss ein Unternehmer im elektronischen Geschäftsverkehr den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen.

Zu 1b iii

Die IT-Sicherheit ist eine zentrale Bedingung für das Gelingen der gesellschaftlichen Gestaltung der Digitalisierung (vgl. Antrag BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Drs. 19/1328). Ohne eine Gewährleistung der Vertraulichkeit und Authentizität der Kommunikation besteht die Gefahr, dass Verbraucherinnen und Verbraucher das Vertrauen in den digitalen Geschäftsverkehr verlieren.

In der digitalen Kommunikation zwischen Unternehmer und Verbraucher bestimmt in der Regel der Unternehmer das Mittel der Kommunikation. Dementsprechend ist es gerechtfertigt, dem Unternehmer Pflichten zur Gewährleistung der Vertraulichkeit und Authentizität der Kommunikation aufzuerlegen. Gemeint ist hiermit zum Beispiel das Anbieten von verschlüsselten und signierten E-Mails.

Zu 1c

Zur Durchsetzung der Pflichten bedarf es angemessener Sanktionen. Ein Verstoß gegen die Bestellbuttonpflicht führt gemäß § 312j IV dazu, dass der Vertrag nicht zustande gekommen ist.

Zu 2

Die Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren von einheitlichen Mindeststandards innerhalb der europäischen Union. Die Rechte von Verbraucherinnen und Verbrauchern gelten über Ländergrenzen hinweg und das daraus resultierende Vertrauen stärkt den Binnenmarkt innerhalb der europäischen Union.

¹¹ Spindler, in Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 2019, § 130, Rn. 24

