

Anmerkung zu BGH v. 15.5.2014, Az. III ZR 368/13, betr. Textform

Schon seit BGH NJW 2010, 3566 hat das deutsche Obergericht verlangt, dass der via Internet Erklärende dafür sorgen muss, dass der Wortlaut beim Erklärungsempfänger tatsächlich zum Ausdruck gelangt oder abgespeichert wird. Kunden, die das nicht tun, können sich auf den Formmangel berufen. Nur dies sei mit dem Wortlaut des § 126b BGB zu vereinbaren, wo von einem „dauerhaften Datenträger“ die Rede ist, auf dem die Textfassung aufgebracht zu sein hat, wenn sie der Textform genügen soll. Da die Vorschrift auf EU-Recht beruht, ist zudem das Urteil des EuGH aus 2012 (NJW 2012, 2637, 2638) zu beachten, das ebenfalls auf tatsächliches Ausdrucken oder downloading abstellt. Wo ohne Ausdruck oder download für Einhaltung der Textformerfordernisse gesorgt werden soll, muss eine Internetseite eingerichtet werden, die dem Kunden einen identifizierenden Zugang mit Bestätigungsvermerk abverlangt, so dass später exakt nachgewiesen werden kann, dass der Vertragsschluss in diesem Einzelfall auch tatsächlich so und nicht anders erfolgt ist. Man spricht insofern von „fortgeschrittener Webseite“ (Reiff, VersR 2014, 840).

Dagegen hat die Literatur z.T. eingewendet, dass dadurch der unsorgfältige Vertragspartner privilegiert und der, der das Dokument sorgfältig ausdruckt, benachteiligt wird. Deshalb soll wenigstens dann die Form gewahrt sein, wenn der Kunde ohne Veranlassung des Erklärenden ein download erstellt habe (Reiff, ZIS 2012, 432, 436; ders., VersR 2014, 842). Doch hat sich diese einschränkende Ansicht nicht durchgesetzt. Das Urteil des BGH vom Mai diesen Jahres macht nämlich keine dahin gehende Vorbehalt und verlangt downloading oder Ausdruck für eine Erklärung via Fernabsatz, die die Widerrufsfrist gem. § 355 BGB auslösen sollte.

Selbstverständlich gibt es Versuche, das neue BGH-Urteil einzuschränken, indem man es auf die Widerrufsfolgen i.S. § 355 BGB begrenzt. Aber der EuGH hat bereits sehr deutlich gemacht, dass das Textformrecht einhellig sein muss (s. nochmals EuGH NJW 2012, 2637, 2638). Demzufolge hat auch die Literatur angenommen, dass die Formanforderungen etwa für das Textformgebot des § 7 Abs. 1 S. 3 VVG gelten (Reiff, VersR 2014, 842). Die Vorschrift sieht die Textform für die sog. Verbraucherinformation vor, die jedem Versicherungsnehmer vor Vertragsschluss gegeben werden muss. Ist die Einhaltung der Formerfordernisse aufgrund der Kommunikationsbesonderheiten nicht möglich, die auf Verlangen des Kunden gegeben sind, muss die Verbraucherinformation unverzüglich nach Vertragsschluss nachgeholt werden. D.h. der Versicherer muss einen Brief oder eine e-mail mit den betreffenden Informationen zuleiten. Die Versicherungswirtschaft ist nach den Erfahrungen des Verf. bisher noch weitgehend nicht auf die Erfordernisse der „fortgeschrittenen“ Internet-Seite eingestellt und behilft sich derzeit noch mit bloßem Häkchensetzen oder mit dem Hinweis, der Kunde müsse vor Anbringung seines Häkchens auch wirklich ausdrucken oder downloaden. Aber das genügt nicht, weil auf diese Weise das Dauerhafte der Dokumentation auf dem Datenträger i.S. § 126b BGB nicht von Seiten des Erklärenden, sondern vom Kunden bewirkt wird. Die Erklärung wird nicht formwirksam „abgegeben“, sondern sie bezieht sich nur auf einen Vorgang, der beim Kunden für Dauerhaftigkeit des Datenträgers sorgt.

Hinzu kommt, dass § 126b BGB wesentlich zwar nicht auf Beweissicherung abzielt, wohl aber die sog. Informationsfunktion erfüllen soll (vgl. nur Pal./Ellenberger, § 126b, Rdn. 1, § 125 Rdn. 3 m.w.Nachw.). Damit ist gemeint, dass dem Kunden Gelegenheit gegeben werden soll, sich über die Hauptrisiken des Vertrages zu informieren, um eine wirtschaftlich fundierte Entscheidung über das Ob des Vertragsschlusses im Wettbewerb mit anderen Anbietern zu treffen. Genau diesen Zweck verfolgt auch § 7 VVG, und zwar in versicherungsspezifischer Weise. Der Versicherungsnehmer ist nämlich typischer Weise informationsunterlegen, da das

Wesentliche des Vertrages durch das Klauselwerk der AVBs festgelegt wird, und dieses vom Versicherer für die Vielzahl der Fälle und mit besonderem Blick auf die Kostengünstigkeit auf seiner Seite ausgearbeitet ist.

Man kann natürlich fragen, ob es nicht eine unverhältnismäßige Erklärungslast bedeutet, wenn man die zügige Häkchentechnik nicht mehr ausreichen lässt. Richtig daran ist, dass die Leichtigkeit des Internet-Geschäftsverkehrs nach dem Zweck des § 126b BGB nicht unverhältnismäßig belastet werden darf. V.a. aber muss auch für § 126b BGB gelten, was im Bereich aller Verträge mit Interessenwahrungsregeln gilt: die Bewältigung von Vertragsrisiken soll im Versicherungsrecht zumindest auch von demjenigen mit getragen werden, der dazu mit relativ kostengünstigeren Mitteln in der Lage ist und insofern also „näher dran“ ist (s. dazu auch den oben abgedruckten Fall des OLG Köln v. 22.1.2013, Az. 9 U 188/11 mit Anm. *Herrmann*). Aber bezogen auf die Vielzahl der Fälle ist die Einrichtung einer fortgeschrittenen Webseite kein erheblicher Kostenaufwand des Versicherers; und beim Versicherungsnehmer entstünde genau das, was § 7 VVG eigentlich verhindern will: der Kunde würde im Regelfall zum Vertragsschluss veranlasst, ohne die Verbraucherinformation hinreichend informationssichernd archiviert zu haben. Die o.a. Informationsfunktion des § 126b BGB ist verletzt, wenn die Erfordernisse der qualifizierten („fortgeschrittenen“) Webseite nicht streng eingehalten werden.

Schließlich ist noch darauf hinzuweisen, dass der Gesetzgeber am 20.9.2013 die EU-Verbraucherrechterichtlinie umgesetzt und dabei § 126b BGB neu gefasst hat (BGBl. I, S. 3642). Die Vorschrift ist am 13.6.2014 in Kraft getreten und gilt für alle seit diesem Zeitpunkt abgeschlossenen Verträge. Jetzt ist es für die Dauerhaftigkeit des „Mediums“ erforderlich, dass es dem Empfänger „... ermöglicht, eine auf dem Datenträger befindliche, an ihn persönlich gerichtete Erklärung so aufzubewahren oder zu speichern, dass sie ihm während eines für ihren Zweck angemessenen Zeitraums zugänglich ist, und...geeignet ist, die Erklärung unverändert wiederzugeben.“ Die Ermöglichung muss also zwar durch das Medium erfolgen, aber es reicht eben die Ermöglichung, die keine zwingende Veranlassung ist. Dennoch muss die Erklärung selbst bereits „persönlich“ auf den Empfänger ausgerichtet sein, d.h. der Datenträger muss bereits so beschaffen sein, dass er die persönliche Identifizierung enthält. Das ist praktisch nur bei der qualifizierten Webseite der Fall. Die Neuregelung entspricht folglich den Erfordernissen der genannten Rspr. und unterstreicht deren allgemeine Geltung (vgl. nochmals *Reiff*, *VerfR*, a.a.O.).

Nbg. im Nov. 2014

Die Redaktion