

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## UWG – Schwarze Klausel Nr. 25 - Sie gehen nicht ohne den Fernseher! – Wenn Unternehmer Verbraucher unter Druck setzen

„Ich lasse Sie doch noch nicht gehen! Ich habe Ihnen jetzt eine halbe Stunde lang mehr als 15 verschiedene Modelle gezeigt. Glauben Sie etwa, ich habe nichts Anderes zu tun? Einen Fernseher müssen Sie jetzt schon mitnehmen. Das geht so nicht!“ Wenn Sie solche oder ähnliche Worte hören sollten, sind Sie Zeuge eines Verstoßes gegen die Schwarze Klausel Nr. 25 des UWG geworden. Lesen Sie dazu jetzt den 26. Teil [der Serie der IT-Recht Kanzlei](#).

### Die Klausel

“

*„Unzulässige geschäftliche Handlungen im Sinne des § 3 Abs. 3 sind...*

*Nr. 25: ...das Erwecken des Eindrucks, der Verbraucher könne bestimmte Räumlichkeiten nicht ohne vorherigen Vertragsabschluss verlassen;“*

”

### Kein Zwang

Das UWG sanktioniert solche Situationen, in denen ein Unternehmer oder Verkäufer psychischen Druck auf Verbraucher ausübt. Wahrscheinlich hat jeder schon einmal die Situation erlebt, dass einem der Verkäufer in einem Geschäft, in dem man sich länger beraten lassen hat, den Eindruck vermittelt, dass man nun auch etwas kaufen müsse. Dieses Gefühl ist unangenehm und führt dazu, dass Menschen teilweise Dinge kaufen, die sie nicht wirklich kaufen wollen. Die Schwarze Klausel Nr. 25 will dem entgegenwirken. Sie führt dazu, dass ein Unternehmer, der Verbrauchern einen derartigen Eindruck vermittelt, einen Wettbewerbsverstoß begeht.

### Der Eindruck genügt

Die Vorschrift verlangt, dass der Unternehmer dem Verbraucher einen solchen Eindruck tatsächlich auch vermittelt. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass der Unternehmer jedoch nicht ausdrücklich aussprechen muss, dass der Verbraucher das Geschäft nicht ohne Vertragsabschluss, d.h. ohne den Kauf eines Produktes, verlassen darf. Es genügt, dass der Unternehmer durch sein gesamtes Verhalten diesen Eindruck entstehen lässt. Problematisch an dieser Schwarzen Klausel ist, dass die Vermittlung eines Eindrucks ein sehr weiches Kriterium ist, d.h. man nicht immer konkret sagen kann, ob ein

Unternehmer durch sein Verhalten im konkreten Fall tatsächlich einen solchen Eindruck entstehen ließ. Zudem ist eine solche Einschätzung von Mensch zu Mensch verschieden. Während ein sehr selbstbewusster Mensch regelmäßig keine Probleme damit haben wird, ein Geschäft zu verlassen, wenn ihn der Unternehmer unter Druck setzt, wird ein schüchterner Mensch eher seltener den Mut aufbringen können, einen lästigen und nachdrücklichen Verkäufer abzuwimmeln und das Geschäft auch ohne Vertragsschluss zu verlassen. Somit stellt sich ganz selbstverständlich die Frage, auf welche Personen das UWG in der Schwarzen Klausel Nr. 25 abstellt – selbstbewusste oder schüchterne Menschen? Eine klare Antwort gibt es nicht. Das UWG hat jedoch generell eher den sog. „durchschnittlich verständigen und aufmerksamen Durchschnittsverbraucher“ vor Augen. Es geht somit um einen goldenen Mittelweg – es entscheidet sich daher von Einzelfall zu Einzelfall neu.

## Absicht spielt keine Rolle

Zu bemerken ist, dass es keinerlei Rolle spielt, ob ein Verkäufer oder Unternehmer dem Verbraucher den Eindruck vermitteln wollte, dass er das Geschäft nicht ohne Vertragsschluss verlassen kann, d.h. dies absichtlich getan hat. Dies ist gut für den Verbraucherschutz, da eine solche Absicht praktisch nie oder nur sehr selten nachweisbar wäre, was in der Praxis wohl dazu führen würde, dass diese Vorschrift nie wirklich zur Anwendung kommen würde.

## Die Räumlichkeiten

Der Begriff der Räumlichkeit ist im Sinne des Verbraucherschutzes möglichst weit zu verstehen. Gemeint sind also nicht bloß Geschäftsräume oder Büros des Unternehmers, sondern auch andere Räumlichkeiten, die nicht dem Unternehmer gehören. Man denke etwa an Außendienst-Vertriebsleute von Herstellern, die insbesondere an Wochenenden in großen Elektronikmärkten die Waren des jeweiligen Herstellers, etwa Kaffeemaschinen, den Verbrauchern vorführen. Ein Verstoß gegen die Schwarze Klausel Nr. 25 liegt somit auch dann vor, wenn das Verhalten eines solchen Außendienstmitarbeiters den Kunden des Elektronikmarktes den Eindruck vermittelt, sie könnten das Geschäft nicht verlassen, wenn sie nicht ein bestimmtes Produkt kaufen bzw. einen bestimmten Vertrag abschließen.

Es gilt sogar, dass auch ein Marktstand im Freien – etwa samstags auf einem Marktplatz – eine Räumlichkeit im Sinne dieser Vorschrift sein kann.

## Beispiel

Ein Beispiel aus dem Alltag soll zeigen, welchen Anwendungsbereich die Klausel hat.

Markus hat sich eines Montags extra einen freien Tag genommen, um in Ruhe und ohne Stress bereits länger aufgeschobene Einkäufe und Erledigungen tätigen zu können. Als er in einem Schuhgeschäft nach neuen Laufschuhen schaut, spricht ihn ein recht gut gekleideter Mann an, der vor einem mobilen Werbestand steht. Dieser fragt Markus, ob er bereits Abonnent eines bestimmten Segelsport-Magazins sei. Mit dieser Frage hat der Mann bei Markus ins Schwarze getroffen. Tatsächlich ist Markus bereits seit

seiner Kindheit ein großer Segelfan und würde gerne wissen, was in diesem Bereich aktuell so los ist. Daher bleibt er stehen und hört sich an, was ihm der Mann zu erzählen hat. Als sich jedoch herausstellt, dass es sich um ein mindestens zweijähriges Abo handelt, das monatlich über 30 Euro kosten soll, verliert er schlagartig das Interesse und will weiter seinen Einkäufen nachgehen. Doch da hat er die Rechnung ohne seinen Gesprächspartner gemacht. Dieser schiebt ihn vorsichtig zum Werbestand zurück und meint, er könne doch jetzt noch nicht gehen, wo er doch so nahe daran wäre, ein tolles Magazin-Abo zu kaufen. Er – so der Verkäufer weiter – lasse einfach nicht zu, dass Markus sein Glück einfach so vorbeiziehen lasse. Das könne er nicht verantworten. Er habe sich so viel Mühe gegeben, ihm das Magazin ans Herz zu legen und ihm die – im Übrigen tollen – Bedingungen des Abonnements zu erläutern, dass dieser ihn jetzt nicht so ohne Abo stehen lassen könne.

Das ist Markus dann doch ein bisschen zu viel. Er reißt sich verärgert los und verlässt das Geschäft.

Der Abo-Verkäufer hat gegen die Schwarze Klausel Nr. 25 verstoßen. Wie bereits angesprochen spielt es keine Rolle, dass das Schuhgeschäft keine Räumlichkeit dieses Verkäufers ist, sondern (wohl) nur ein temporärer Standort ist, um die Abos zu verkaufen. Ganz offensichtlich hat der Verkäufer den Eindruck vermittelt, dass Markus den Stand bzw. das Geschäft nicht ohne Abschluss eines Abos verlassen kann. Unerheblich ist, ob der Verkäufer diesen Eindruck tatsächlich auch vermitteln wollte – dies wäre in diesem Fall jedoch sogar ganz offensichtlich der Fall. Unerheblich ist ebenfalls, dass Markus das Abo gar nicht gekauft hat. Denn die Schwarze Klausel Nr. 25 verlangt nicht, dass es tatsächlich zum Vertragsschluss kommt.

## Fazit

Ein guter Verkäufer lässt die Qualität seiner Produkte sprechen und lässt seinen Kunden so viel Freiraum, dass dieser sich aus freien Stücken für oder gegen das Produkt entscheiden kann – und nicht, weil der Verkäufer psychischen Druck aufbaut. Solche Verkäufer brauchen keine Regelung, wie sie die Schwarze Klausel Nr. 25 enthält. Allerdings gibt es Schwarze Schafe, die weniger Vertrauen in die eigene Stärke haben und deswegen ihre Kunden mit anderen Mitteln zum Kaufen bewegen müssen. Solchen Verkäufern bietet die Vorschrift die Stirn.

Allerdings wird es – frei nach dem Motto, dass Recht haben oft etwas anderes ist als Recht zu bekommen – in der Praxis oft nur schwer möglich sein, einem Verkäufer im Nachhinein nachzuweisen, dass er beim Verbraucher den Eindruck vermittelt hat, dass dieser seine Räumlichkeit nicht ohne Vertragsschluss verlassen kann.

In der nächsten Woche erfahren Sie mehr über Klausel Nr. 26!

### Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt