

Verkaufsfahrt, syn. *Kaffee-Fahrt*

Bei *Verkaufsfahrten* handelt es sich vornehmlich ein- oder mehrtägige Reisen, die von Verkaufsfirmen zu dem Zwecke durchgeführt werden, den Fahrtteilnehmern Waren, Leistungen des täglichen Bedarfs, Immobilien und Anteilsrechte anzudienen.

Die Fahrten werden überwiegend als Bustour durchgeführt. Häufig gibt es kombinierte Bus-, Bahn- und Schiffsreisen. Die Flugreise ist längeren Auslandsaufenthalten vorbehalten. Verkaufsfahrten erfreuen sich vor allem wegen der scheinbaren Preiswürdigkeit einer hohen Beliebtheit.

In der Werbung ist ein deutlicher Hinweis auf den Fahrtcharakter als Verkaufsveranstaltung und auf den Veranstalter erforderlich. Teilnehmer werden dabei leicht übervorteilt. Es wird insbesondere die Unerfahrenheit älterer Teilnehmer ausgenutzt. Scharlatanerie und Übervorteilung (Schwindelangebote) sind Attribute vieler Fahrten.

Teilnehmer haben ein Widerrufsrecht, wenn sie Waren erworben haben. Hierauf müssen sie hingewiesen werden.

Ankündigung

Bei der Ankündigung (Werbung) der preislich attraktiv anmutenden Verkaufsfahrt wird vom Anbieter der Charakter als Werbe- und Verkaufsreise häufig unterdrückt. In derartigen Fällen ist von einer Unlauterkeit wegen des verschleierte Werbecharakters auszugehen (§§ 3, 4 Nr. 3 UWG).

Die Bezeichnung einer Verkaufsfahrt als Werbefahrt ist wegen des mehrdeutigen Sinnes dieses Begriffs nicht geeignet, den Charakter der Fahrt als "Verkaufsfahrt" zu verdeutlichen¹, wird allerdings aus der Sicht des aufgeklärten, verständigen Verbrauchers nicht alleine als unlautere Werbung einzustufen sein.

Die ankündigende Werbung für derartige Fahrten muss neben dem Verkaufsfahrtcharakter auch die Einzelumstände, etwa Zeitpunkt und Dauer der Verkaufsveranstaltung sowie deren etwaiges Stattfinden außerhalb des herausgestellten Zielortes eindeutig nennen. Notwendig ist der unmissverständliche und insbesondere auch für den flüchtigen Betrachter unübersehbare Hinweis darauf, dass es sich um eine Verkaufsfahrt handelt, und dass die Teilnahme an einer mit der Fahrt verbundenen Verkaufsveranstaltung freiwillig ist. Die Busreise mit anschließender Verkaufsveranstaltung stellt dabei nämlich eine Pauschalreise im Sinne des Reiserechts dar. Damit kann auf die reiserechtlichen Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) zurückgegriffen und eine Teilnahme an der Verkaufsveranstaltung vom Anbieter nicht erzwungen werden.

Werden die Vorteile der Fahrt blickfangmäßig herausgestellt, so muss auch regelmäßig deren Charakter als Verkaufsfahrt blickfangmäßig verdeutlicht werden².

¹ BGH, Urt. v. 7.7.1988, Az.: I ZR 36/87, WRP 1988, 668 – Verkaufsfahrten II.

² BGH, Urt. v. 10.10.1985, Az.: I ZR 240/83, GRUR 1986, 318 – Verkaufsfahrten I.

PH-Tipp

Erforderlich ist ein deutlicher und eindeutiger Hinweis darauf, dass eine Verkaufsveranstaltung stattfindet, bei der die Teilnahme freiwillig ist. Die Interessenten müssen auf Anrieb erkennen können, was geboten wird.

Dieser strenge Maßstab gilt auch bei der Werbung für mehrtägige Auslandsfahrten³. Die Rechtsprechung berücksichtigt hierbei ausdrücklich, dass die Teilnehmer bei Verkaufsfahrten in besonderem Maße den Werbeeinflüssen des Veranstalters ausgesetzt sind. Die praktisch kaum abzubrechende Fahrt in Bussen, die Fahrgemeinschaft und die gewissermaßen dominierende Rolle des Reiseleiters machen die Teilnehmer beeinflussbar. Es spielt dabei eine Rolle, dass es sich bei diesen Personen um zumeist geschäftlich unerfahrene Hausfrauen und ältere Menschen (Rentner) handelt, denen es aus finanziellen Gründen kaum möglich ist, an einer „echten“ Ausflugfahrt teilzunehmen. Diesen fällt es erfahrungsgemäß - sei es aus Dankbarkeit oder Peinlichkeit - schwer, sich der verbundenen Verkaufsveranstaltung zu entziehen; sie sind im Allgemeinen auch – bedingt durch Alter und/oder geschäftliche Unerfahrenheit – Irreführungsgefahren in stärkerem Maße ausgesetzt als der Durchschnitt der erwachsenen Gesamtbevölkerung⁴ (§ 4 Nr. 1 und 2 UWG).

An der Ausgangssituation hat sich ungeachtet eines insgesamt gewandelten Verbraucherleitbildes bis heute nichts grundlegend geändert.

Wertwerbung

Um dem Teilnehmer an der Verkaufsfahrt trotz eines aus formellen Gründen einzuziehenden – meist geringen - Fahrtpreises nicht die Kauflaune zu nehmen, versuchen Anbieter häufig den Kunden mit Nebenleistungen, wie z.B. Lebensmittel (Butter, Kekse, Schokolade, Eier, Wurst), freundlich zu stimmen und für die Teilnahme an der Verkaufsfahrt gewogen zu machen. Leistungen, die als geringwertige Kleinigkeiten oder im Rahmen der Aufmerksamkeitswerbung einzustufen sind, verstoßen nicht gegen den Unlauterkeitsgrundsatz. Bei größeren Leistungen ist dagegen zu prüfen, ob eine übermäßige Wertwerbung vorliegt, die geeignet ist, den Wettbewerb im Sinne der §§ 3, 4 Nr. 1 UWG zu verfälschen oder ob eine Irreführung durch Verschleierung der Preisgestaltung oder der Entgeltlichkeit der Leistung vorliegt. Psychologische Kneblungen infolge der Leistung macht die Handlung unlauter, §§ 3, 4 Nr. 1 und 4 UWG.

Verkaufsfahrt als Gewinn

Häufig finden sich Teilnehmer an Verkaufsfahrten über sog. Gewinnmitteilungen. Handelt es sich dabei um einen in sich geschlossenen Gewinn, den man ohne weitere „Investitionen“ realisieren kann, z.B. eine Leistung, die nicht zur Bestellung weiterer Leistungen veranlasst, ist gegen die Vergabe nichts einzuwenden. Un-

³ BGH, Urt. v. 8.10.1987, Az.: I ZR 184/85, GRUR 1988, 130 = WRP 1988, 101 – Verkaufsreisen I.

⁴ BGH, Urt. v. 10.10.1985, Az.: I ZR 240/83, GRUR 1986, 318 – Verkaufsfahrten I.

wahre und täuschende Gewinnangaben und verschleierte Teilleistungen, z.B. halbes Doppelzimmer, Weglassen von erheblichen Verpflichtungen, § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG, sind dagegen unlauter⁵. Gewinnversprechungen können in geeigneten Fällen (Beratung!) eingeklagt werden.

Verkaufsfahrt als *Wanderlager*⁶

Soweit es sich bei der Verkaufsfahrt um den Transport zu einer "Wanderlager-Verkaufsstätte", d.h. einem nur vorübergehenden Warenfeilhalten von einer festen Verkaufsstelle, z.B. Hinterzimmer einer Gaststätte, Zelt o.ä. aus, handelt, sind die in § 56a Gewerbeordnung niedergelegten Grundsätze dieser reisegewerblichen Veranstaltung zu berücksichtigen, und zwar insbesondere

- Anzeige bei "öffentlicher Ankündigung",
- Verbot von unentgeltlichen Zuwendungen,
- Verbot von Gewinnspielen (Verlosungen).

Die Nichtbeachtung der Wanderlagerbestimmungen bei Verkaufsfahrten ist zugleich wettbewerbswidrig im Sinne der §§ 3, 4 Nr. 11 UWG und kann zum Verbot der Verkaufsveranstaltung, unter Umständen auch zur Unwirksamkeit von dabei geschlossenen Verträgen führen⁷.

Irreführung über die Warenbeschaffenheit

Mit dem Anpreisen von Waren gehen nach Erhebungen von Verbraucherorganisationen häufig irreführende und übervorteilende Praktiken einher⁸. Bei Textilien fehlt dann beispielsweise die ordnungsgemäße Kennzeichnung nach dem Textilkennzeichnungsgesetz. Oft wird Gegenständen eine Wirkung beigemessen, die unzutreffend ist (Gesundheitswerbung), z.B. ein "Antirheumaeffekt" bei Bettwäsche oder eine "Entstrahlungswirkung" bei Magnetsohlen, Matratzen, Kräuterölen.

Der Verbraucher kann solche Verträge wegen "arglistiger Täuschung", § 123 BGB anfechten oder eine Sachmängelrüge erheben, § 434 Abs. 1 Nr. 3 BGB. Der Rücktritt wird auch in solchen Fällen möglich sein, in denen mit der besonderen Preisgünstigkeit der in Wirklichkeit überkauften Waren geworben wird (z.B. als einmaliger Sonderpreis, Messenachlass, Restpostenpreis).

In bestimmten Fällen kann **Strafanzeige wegen strafbarer Werbung** gemäß § 16 Abs. 1 UWG oder wegen Scharlatanerie (Wunderarznei u.ä.) nach dem Heilmittelwerbegesetz erstattet werden. Hierbei kann PRO HONORE e.V.⁹ dem Betroffenen helfen und in geeigneten Fällen in eigenem Namen ein Strafverfahren initiieren. Weitere in Betracht zu ziehende Straftatbestände bei Kaffeefahrten: Betrug, Nötigung, Freiheitsberaubung, Aussetzung, Körperverletzung.

⁵ vgl. BGHSt, Urt. v. 15.8.2002, Az: 3 StR 11/02 „Jackpot geknackt“

⁶ siehe PH-Stichwort „Wanderlager“

⁷ OLG Koblenz, GRUR 1991, 562 LS GewO § 56a II 2, UWG § 1.

⁸ TEST 9/91, Seiten 14–18 "Verkauf geht vor Vergnügen"; vgl. Ausführungen zum Thema auf den Internet-Seiten: www.aktive-rentner.de/abzocke-bei-kaffeefahrten-die-tricks-unserioeser-verkaeufer.html

⁹ PRO HONORE e.V., siehe www.prohonore.de

Widerrufsrecht bei Vertragsabschlüssen

Nach § 312 Abs. 1 Nr. 2 BGB steht dem Teilnehmer an einer Verkaufsfahrt bei Verträgen, die “anlässlich einer von der anderen Vertragspartei oder von einem Dritten zumindest auch in ihrem Interesse durchgeführten Freizeitveranstaltung” zustande gekommen sind, ein Widerrufsrecht zu (ausgenommen sind Bargeschäfte bis 40,00 EUR), über das im Vertrag (schriftlich) aufzuklären ist (Haustürgeschäft).

§ 312 BGB will den Konsumenten vor dem bindenden Zustandekommen von Verträgen in einer Situation schützen, die von ihm als Freizeiterlebnis aufgefasst wird, und in der er Angeboten und vertraglichen Einzelheiten weniger kritisch und prüfend gegenübersteht¹⁰. Damit schützt ihn das Gesetz eigentlich nur als Besucher einer von ihm als Freizeitveranstaltung aufgefassten Verkaufveranstaltung im Rahmen der Verkaufsfahrt, nicht jedoch als Teilnehmer einer Verkaufveranstaltung, die er als solche erkennt und deren Charakter nicht durch das Freizeiterlebnis überlagert wird. Bei *Timesharing-Offerten* in Hotelunterkünften gilt zusätzlich das auf europäischer Ebene greifende Widerspruchsrecht des Konsumenten.

Die Einordnung einer Verkaufveranstaltung setzt stets eine Einzelfallprüfung voraus, in der auch die Art und Weise der Verkaufsankündigung wesentlich ist. Wird die Verkaufsabsicht durch missverständliche Formulierungen verschleiert, und wird für den Teilnehmer kaum merklich von der allgemeinen Veranstaltung in einen Verkaufsteil übergeleitet, spricht vieles für die Annahme einer “Freizeitveranstaltung”, denn der Teilnehmer ist dann in der typischen schutzwürdigen Situation, die geeignet ist, den Verbraucher zu überrumpeln. In diesem Sinne hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass Verkaufveranstaltungen, bei denen der Verkehr nach ihrem von der Ankündigung und Durchführung geprägten Gesamtbild in erster Linie von einem Freizeiterlebnis ausgeht, Freizeitveranstaltung im Sinne des Haustürwiderrufgesetzes sind¹¹. Das Weglassen einer erforderlichen Widerrufsbelehrung – vgl. BGB- InfoVO - verstößt gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG¹².

PH-Tipp:

Wer auf einer Freizeitveranstaltung / Kaffeefahrt Waren erwirbt und dies im Nachhinein bereut, muss nicht am Kaufvertrag festhalten. Das Motiv ist dabei rechtlich unerheblich. Erscheint der Preis ungünstig oder kommen Zweifel an der Qualität, einer angepriesenen Wirkung der Antimagnetmatratze oder der Vitamin- oder Mineralstoffkapseln, kann der Verbraucher innerhalb von 14 Tagen nach Aushändigung der Widerrufsbelehrung ohne Begründung vom Kaufvertrag Abstand nehmen. Die Widerrufsfrist beträgt sogar einen Monat, wenn die Belehrung erst nach Vertragsschluss mitgeteilt wird (vgl. BGB § 355 Abs. 2 Satz 2/ 1). Aber **Achtung:** Kostet die Ware nicht mehr als 40 Euro und zahlen Sie sofort, verlieren Sie Ihr Widerrufsrecht – Ihr Recht auf Vertragsanfechtung wegen Irreführung bleibt dagegen erhalten!

¹⁰ Vgl. Löwe in Betriebs-Berater 1986, 821ff. “Schutz gegen Überrumpelung beim Vertragsabschluss” m.w.H.

¹¹ BGH, Urt. v. 21.6.1990, Az.: I ZR 303/88, WRP 1991, 94 – Freizeitveranstaltung m.w.N.; vgl. OLG Frankfurt, GRUR 1990, 628 “Wollwarenvertrieb”.

¹² OLG Frankfurt, GRUR 1989, 360 “Wanderlager”.

Vertragsabschluss im Ausland

Die Frage der Anwendung deutschen Rechts bei Verkaufsfahrten im Ausland stellt sich in zunehmendem Maße. Sie ist stets dann zu bejahen, wenn ausdrücklich deutsches Recht im Kaufvertrag vereinbart wird. Die Nichtvereinbarung als solche ist noch nicht als unlauter anzusehen. Fehlt der Widerrufshinweis, so ist dies u.U. als Verstoß gegen § 5 a UWG (Irreführung durch Unterlassen) zu behandeln.

Es gibt keinen allgemeinen Satz, wonach ein deutscher Verbraucher – egal, wo er sich aufhält – nicht unerwartet überrumpelt werden darf¹³. Wer ins Ausland fährt, muss mit ungünstigeren Rechtsfolgen rechnen. Solche Rechtsgeschäfte werden auf sein Risiko geschlossen¹⁴. Nach Auffassung des Bundesgerichtshofs ist jedenfalls das deutsche Wettbewerbsrecht dann nicht anwendbar, wenn im Ausland bei dem Abschluss von Verträgen mit Personen, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt im Inland haben, Vertragsformulare verwendet werden, die keine Widerrufsbelehrung nach dem Haustürwiderrufsgesetz (§§ 312, 312a BGB) enthalten¹⁵. Allerdings: Das deutsche Widerrufsrecht gilt bei Auslands-Kaffeefahrten, wenn in Deutschland dafür geworben wurde und Fahrt, Veranstaltung *und* Verkauf von einem deutschen Unternehmen durchgeführt wurden¹⁶.

*Autor: Otto D. Dobbeck*¹⁷

¹³ Taupitz in Betriebs-Berater 1990, 642 “Kaffeefahrten deutscher Urlauber auf Gran Canaria: Deutscher Verbraucherschutz im Urlaubsgepäck?”

¹⁴ So LG Stade, zitiert bei Taupitz a.a.O., FN 2.

¹⁵ BGH, Urt. v. 15.11.1990, Az.: I ZR 22/89, GRUR 1991, 463 = WRP 1991, 294 – Kauf im Ausland (die Entscheidung erging noch zum Haustürwiderrufsgesetzes, an der Ausgangslage hat sich jedoch nichts geändert).

¹⁶ Erkundigen Sie sich bei Auslandsfahrten über Ihre Rechte in bestimmten Zielländern auch beim Europäischen Verbraucherzentrum (www.evz.de): Das Europäische Verbraucherzentrum gibt es in Kiel seit dem 9. Juli 1998. Es ist eine Einrichtung der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein e.V. (www.verbraucherzentrale-sh.de) und wird gefördert von der Europäischen Kommission. Gemeinsam mit dem Standort in Kehl (www.euroinfo-kehl.eu) bilden sie das Europäische Verbraucherzentrum Deutschland.

¹⁷ Rechtsanwalt in Hamburg (ra-hamburg@t-online.de)