

Dr. Katrin Blasek, Universität zu Köln*

»Der pensionierte Fußballfan«**

THEMATIK	Verbraucherschutz
SCHWIERIGKEITSGRAD	Fortgeschrittenenübung
BEARBEITUNGSZEIT	180 Minuten
HILFSMITTEL	Bürgerliches Gesetzbuch und Text der EG-Verbraucherschutzrichtlinien.

■ SACHVERHALT

Der pensionierte Witwer W findet eines Tages hinter der Haustür den Werbeprospekt des Unternehmers A, der seine Waren auf mehrfache Weise anbietet, vorrangig aber über einen für den Fernabsatz organisierten Vertrieb. A wirbt unter anderem für die neue Fußballzeitschrift »Kick it«, für das Deutsche-Fußballliga-Update (»DFL-Update«) sowie für verschiedene DVDs zum Thema »Fußball gestern und heute«. Als treuer »Kicker«-Leser denkt W nicht daran, zur »Kick it« zu wechseln. Das »DFL-Update« und die DVD allerdings interessieren ihn. Das zweimal wöchentlich erscheinende »DFL-Update« kostet jeweils 2 Euro und kann unter Einhaltung einer Zweiwochenfrist frühestens nach Ablauf einer Mindestbezugszeit von drei Monaten gekündigt werden. Die Zeitschrift ist nur online abrufbar. Das »DFL-Update« wird monatlich in Rechnung gestellt. Bei den nur einzeln beziehbaren Fußball-DVDs hat es W besonders der Rückblick auf die Weltmeisterschaft in Italien angetan. Die DVD kostet 30 Euro.

Unter Benutzung seines Outlook E-Mail-Programms bestellt W die DVD zur Weltmeisterschaft in Italien und das »DFL-Update« per E-Mail. Eine Bestätigungs-E-Mail erfolgte hinsichtlich der DVD nicht. Allerdings wird die DVD noch am selben Tag bei A versandfertig gemacht. Schon am nächsten Tag erfolgt die Lieferung. Hierbei übergibt der Postzusteller P dem W die von A unterzeichnete Vertragsurkunde, die alle Vertragsbestimmungen enthält. Da der Inhalt der Vertragsurkunde mit den Informationen aus dem Werbeprospekt übereinstimmt, unterzeichnet W die Vertragsurkunde und händigt dem P einen Durchschlag für A aus. Freudig packt W die DVD aus. Die Plastikhülle der DVD war mit einem roten Aufkleber »Kopierschutzsiegel« verschlossen. Er

* Die Autorin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienrecht und Kommunikationsrecht (Professor Dr. Peifer) an der Universität zu Köln. Ihr Dank gilt Prof. Dr. Peifer für seine wertvollen Anregungen.

** Die Klausur wurde in abgewandelter Form im Fach Verbraucherschutz an der Universität zu Köln im WS 2006/2007 angeboten.

legt die DVD ein und wirft gerade einen ersten Blick auf die Bilder, als er von seinem Enkel erfährt, dass dieser ihm das gleiche Video für die Hälfte hätte besorgen können. Für das »DFL-Update« hatte W auf seine E-Mail-Bestellung hin eine unverzügliche Bestätigungs-E-Mail mit Zugangsdaten und allen Vertragsbestimmungen erhalten. Letztere stimmten mit den auf dem Werbeprospekt abgedruckten Informationen überein. Sie können in wiedergabefähiger Form gespeichert werden. Mit seinen Zugangsdaten ruft er ein »DFL-Update« ab. Es ist ihm, dem Kenner der Materie, jedoch zu oberflächlich geschrieben.

Verärgert widerruft W bereits am nächsten Tag alles schriftlich. A verlangt dennoch Zahlung des Kaufpreises. Zu Recht?

■ **ABWANDLUNG:**

Wie Ausgangsfall, nur dass W vom Außendienstmitarbeiter M aufgesucht wird. W ist vom Besuch angenehm überrascht und freut sich als Witwer im Ruhestand über jedes Schwätzchen. Bei Kaffee und Kuchen steht M mehr als eine Stunde umfassend Rede und Antwort zu den Produkten, zu der Firma A, zu den Liefer- und Vertragsbedingungen usw. Auch die Ansichtsexemplare des M sieht W sich an. W ist von der Kaufidee begeistert, möchte die ganze Sache aber noch einmal überdenken. M überlässt ihm den Werbekatalog des A, der sowohl eine Bestellkarte wie auch die zur E-Mail-Bestellung notwendige Kontaktadresse enthält. W sieht den Katalog erneut durch und bestellt einige Stunden später unter Benutzung seines Outlook-E-Mail-Programms die DVD zur Weltmeisterschaft in Italien. Gleichwohl widerruft W bereits einen Tag nach Lieferung der DVD schriftlich.

A hält den Widerruf des W für unzulässig, weil dieser die DVD ausgepackt hat. Er verlangt deshalb Zahlung des Kaufpreises. Zu Recht?