



AUSGABE 01 | 2011

Newsletter

Medien, Technologie, Wettbewerb und Handel



VORWORT

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

die närrischen Tage sind vorbei, wir befinden uns in der Fastenzeit. Zeit, Sie mit unserem Newsletter 01/2011 mit ein paar wichtigen Urteilen zu füttern:

Noch im alten Jahr hat der Bundesgerichtshof gleich zwei Entscheidungen zum Widerruf eines Fernabsatzvertrages getroffen. Zum einen ging es um die Werterzpflicht des Verbrauchers, zum anderen um die Folgen einer falschen Widerrufsbelehrung. Der BGH ist seiner verbraucherfreundlichen Linie treu geblieben und hat in beiden Fällen zugunsten des Verbrauchers entschieden. Bei der Formulierung von AGB ist daher weiterhin größte Sorgfalt geboten.

Das OLG Düsseldorf hat sich im Rahmen einer kartellrechtlichen Schadensersatzklage mit der Zulässigkeit der sog. „Passing-on-Defence“ auseinandergesetzt und sich dabei von Entscheidungen des OLG Karlsruhe und des KG Berlin abgesetzt. Bis zu einer Entscheidung des BGH bleibt es also spannend.

Sehr praxisrelevant ist die aktuelle Telefonaktion II-Entscheidung des BGH zum Thema cold calling. Wir sagen Ihnen, ob Sie die Einwilligung in Werbeanrufe per E-Mail einholen können.

Außerdem stellen wir Ihnen eine urheberrechtliche Entscheidung des OLG München aus Februar 2011 vor. Wer kennt nicht den Tatort-Vorspann, der seit 1970 unverändert ausgestrahlt wird? Grund genug für die Urheberin, ihre Benennung als Urheberin und eine Nachvergütung einzuklagen.

Wir wünschen
ein interessantes Lesevergnügen!

COLD CALLING – EINWILLIGUNG IN WERBEANRUFEN PER E-MAIL MÖGLICH? (BGH URTEIL VOM 10.02.2011, I ZR 164/09 – TELEFONAKTION II)

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat mit Urteil vom 10.02.2011 entschieden, dass die strengen Anforderungen, die das deutsche Wettbewerbsrecht an die Zulässigkeit von Werbeanrufen bei Verbrauchern stellt, mit dem Recht der Europäischen Union vereinbar sind.

SACHVERHALT Die AOK Plus, die Allgemeine Ortskrankenkasse für Sachsen und Thüringen, hatte sich im Jahr 2003 gegenüber der Verbraucherzentrale Sachsen verpflichtet, es bei Meidung einer Vertragsstrafe in Höhe von EUR 5.000 (pro Verstoß) zu unterlassen, Verbraucher ohne deren Einverständnis zu Werbezwecken (sog. „Cold Calling“) anzurufen. Im September 2008 erhielten dennoch zwei Verbraucher Werbeanrufe von einem Call-Center der AOK Plus. Die Verbraucherzentrale hat die AOK Plus daraufhin auf Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von EUR 10.000 in Anspruch genommen.

Die beklagte AOK hat behauptet, die Einwilligung der Angerufenen im sog. Double-Opt-In-Verfahren erhalten zu haben: Die Verbraucher hätten an Online-Gewinnspielen teilgenommen, dort ihre E-Mail-Adresse und ihre Telefonnummer angegeben und durch Ankreuzen eines Feldes in der Online-Maske ihr Einverständnis auch mit Telefonwerbung erklärt. Die AOK habe den Verbrauchern daraufhin eine E-Mail mit dem Hinweis auf die Teilnahme an dem Gewinnspiel (sog. „Check-Mail“) übersandt. Die Verbraucher hätten ihren Teilnahmewunsch durch Anklicken eines in der E-Mail enthaltenen Links bestätigt.

Die Klage der Verbraucherzentrale war vor dem Landgericht und dem Oberlandesgericht Dresden erfolgreich. Der Bundesgerichtshof hat die Revision der AOK zurückgewiesen.

RECHTSLAGE

1. Ausdrückliche vorherige Zustimmung des Angerufenen

Das deutsche Recht stuft unaufgeforderte Werbeanrufe stets als unzulässige Belästigung und damit als unlautere Wettbewerbshandlung im Sinne des UWG ein. Hiermit ist das deutsche Wettbewerbsrecht strikter als die Regelungen der europäischen Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken. Dennoch ist der deutsche Gesetzgeber aufgrund einer Klausel in der europäischen Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation berechtigt, Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern generell von deren **vorherigem ausdrücklichen Einverständnis** abhängig zu machen (sog. „opt in“). Hiervon hat der Gesetzgeber mit der Regelung des § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG zulässigerweise Gebrauch gemacht.

Im Streitfall hatte die beklagte AOK das Einverständnis der angerufenen Verbraucher nach Auffassung des BGH nicht hinreichend nachweisen können. Für diesen Nachweis komme insbesondere der Ausdruck einer E-Mail des angerufenen Verbrauchers in Betracht, in der er sich ausdrück-

lich mit der Telefonwerbung einverstanden erklärt. Die Speicherung der entsprechenden E-Mail ist dem Werbenden nach Ansicht des BGH auch ohne weiteres möglich und zumutbar. Diesen konkreten Nachweis konnte die beklagte AOK nicht führen. Sie hatte sich nur allgemein auf die Einhaltung des Double-Opt-In-Verfahrens berufen.

2. Double-Opt-In-Verfahren nicht hinreichend

Der BGH ist überdies der Auffassung, dass das Double-Opt-In-Verfahren, wie es die AOK durchführte, per se ungeeignet sei, um ein Einverständnis von Verbrauchern mit Werbeanrufen nachzuweisen. Zwar könne bei Vorlage der angeforderten E-Mail-Bestätigung des Verbrauchers angenommen werden, dass der – die Einwilligung in Werbeanrufe enthaltende – Teilnahmeantrag für das Online-Gewinnspiel tatsächlich von der angegebenen E-Mail-Adresse stammt. Damit sei aber nicht zugleich sichergestellt, dass es sich bei der angegebenen Telefonnummer auch tatsächlich um den Anschluss des Absenders der Bestätigungse-Mail handele. Es könne zahlreiche Gründe für die versehentliche oder sogar vorsätzliche Eintragung einer falschen Telefonnummer geben. Da das Gesetz aber verlangt, dass eben der konkret angerufene Verbraucher sein Einverständnis zur Telefonwerbung erklärt hat, genüge das E-Mail-Bestätigungsverfahren nicht, um dies für jeden Fall sicherzustellen.

FAZIT

Als Konsequenz aus dieser aktuellen Entscheidung des BGH sollten Unternehmen Telefonwerbung nur durchführen, wenn sie sich zuvor eine schriftliche bzw. in Textform (z. B. E-Mail) vorliegende Einverständniserklärung verschafft haben, die auch nachweislich von dem betreffenden Verbraucher stammt, den das Unternehmen anrufen möchte. Diese Einverständniserklärung ist überdies aufzubewahren, damit im Streitfall der Nachweis gelingt, dass der Werbeanruf nicht unaufgefordert erfolgte.

DR. KATHARINA LANDES

ZUR WERTERSATZPFLICHT EINES VERBRAUCHERS BEI WIDERRUF EINES FERNABSATZVERTRAGS (BGH URTEIL VOM 03.11.2010, VIII ZR 337/09)

Gemäß § 355 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 S. 1 BGB können bestimmte Verbraucher- verträge – etwa Fernabsatzverträge – vom Verbraucher innerhalb einer Frist von 14 Tagen nach Vertragsschluss widerrufen werden. Wird ein Widerruf erklärt, ist das Vertragsverhältnis nach den Vorschriften über den gesetzlichen Rücktritt rückabzuwickeln, § 357 Abs. 1 S. 1 BGB. Beispielsweise kann der Käufer den gezahlten Kaufpreis zurückverlangen.

Allerdings schreibt § 357 Abs. 3 S. 1 BGB vor, dass „der Verbraucher [...] Wertersatz für eine durch die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme der Sache entstandene Verschlechterung zu leisten [hat], wenn er spätestens bei Vertragsschluss in Textform auf diese Rechtsfolge und eine Möglichkeit hingewiesen worden ist, sie zu vermeiden“. Gemäß § 357 Abs. 3 S. 3 BGB [§ 357 Abs. 3 S. 2 BGB a.F.] entfällt diese Wertersatzpflicht, „wenn die Verschlechterung ausschließlich auf die Prüfung der Sache zurückzuführen ist“.

SACHVERHALT Der Kläger bestellte bei der Beklagten über das Internet ein Wasserbett zum Preis von Euro 1.265. Dem von der Beklagten per E-Mail unterbreiteten Vertragsangebot war eine Widerrufsbelehrung beigelegt, wonach „durch das Befüllen der Matratze des Wasserbettes regelmäßig eine Verschlechterung eintritt, da das Bett nicht mehr als neuwertig zu veräußern ist“.

Nachdem das Wasserbett geliefert und vom Kläger bezahlt worden war, baute dieser das Bett auf, befüllte es mit Wasser und benutzte es drei Tage lang. Sodann erklärte er den Widerruf, ließ das Bett abholen und verlangte den Kaufpreis zurück. Die Beklagte erstattete unter Hinweis darauf, dass das Bett infolge des Aufbaus als gebrauchtes Bett anzusehen und daher nicht mehr verkäuflich sei, lediglich Euro 258. Dies entspreche dem Wert der eingebauten Heizung, allein diese könne noch verwendet werden. Das Amtsgericht hat die Beklagte zur Rückzahlung des vollen Kaufpreises verurteilt, die dagegen gerichtete Berufung blieb vor dem Landgericht ohne Erfolg. Die Revision wurde vom Bundesgerichtshof ebenfalls zurückgewiesen.

Die Entscheidung macht abermals deutlich, dass der Bundesgerichtshof dem Schutz des Verbrauchers im Rahmen von Fernabsatzverträgen – im Einklang mit der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs – einen hohen Stellenwert beimisst.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE Nach Auffassung des VIII. Zivilsenats des Bundesgerichtshofs stellen der Aufbau des Wasserbetts sowie die Befüllung der Matratze mit Wasser eine Prüfung der Sache dar, für die eine Wertersatzpflicht ausgeschlossen sei. Aus der Gesetzesbegründung ergebe sich, dass der Verbraucher die Gelegenheit haben solle, die im Fernabsatz gekaufte Ware in Augenschein zu nehmen und auszuprobieren. Bei im zerlegten Zustand angelieferten Möbeln erfordere dies den Aufbau des Möbelstücks, der auch im Wege des Aufblasens, Aufpumpens oder Befüllens mit einem Füllmedium erfolgen könne. Denn nur in diesem Fall könne sich der Verbraucher einen ausreichenden Eindruck von dem gekauften Möbelstück verschaffen. Der Senat verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass die Vorschriften über den Widerruf von Fernabsatzverträgen gerade zur Kompensation der Gefahren dienen sollen, die sich aus der Unsichtbarkeit des Vertragspartners und der Kaufsache für den Verbraucher ergäben. Selbst dann, wenn der zum Zwecke der Prüfung erforderliche Aufbau der Kaufsache eine erhebliche Wertminderung zur Folge habe, dürfe dies nicht zu einer Einschränkung des Prüfungsrechts des Verbrauchers führen. Diese Auslegung stehe im Einklang mit den Vorgaben von Art. 6 der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (kurz: Fernabsatzrichtlinie).

FAZIT Die Entscheidung macht abermals deutlich, dass der Bundesgerichtshof dem Schutz des Verbrauchers im Rahmen von Fernabsatzverträgen – im Einklang mit der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs – einen hohen Stellenwert beimisst.

KEINE NACHVERGÜTUNG FÜR DIE SCHÖPFERIN DES „TATORT“-VORSPANNS (OLG MÜNCHEN URTEIL VOM 10.02.2011, 29 U 2749/10 – NICHT RECHTSKRÄFTIG)

SACHVERHALT Die Klägerin ist eine Grafikerin, Buchillustratorin, Trickfilmerin und Autorin. Sie behauptete, die Urheberin des im Jahr 1969 entstandenen und seit 1970 unverändert ausgestrahlten Vorspanns zu der ARD-Krimiserie „Tatort“ zu sein. Sie machte in diesem Zusammenhang im Wege der Stufenklage urheberrechtliche Nachvergütungsansprüche gegen den Bayerischen Rundfunk und den Westdeutschen Rundfunk geltend. Darüber hinaus waren Ansprüche auf Urheberbenennung Gegenstand des Rechtsstreits.

Zunächst war die Klägerin erfolgreich: Das Landgericht München gab ihrer Klage im letzten Jahr statt (LG München Urteil vom 24.03.2010, 21 O 11590/09). Es gestand der Klägerin einen Anspruch gegen die Beklagten auf Unterlassung der Ausstrahlung von Tatortfolgen ohne Benennung der Klägerin als Urheberin des Vor- und Nachspanns sowie auf Unterlassung der Nennung einer anderen Person als Urheber des „Tatort“-Vorspanns zu. Außerdem sah es bei der „exorbitanten“ Verwertung des Vorspanns über einen Zeitraum von 40 Jahren erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass die Pauschalvergütung der Urheberin, die einst 2.500 DM betragen hatte, in einem auffälligen und sogar groben Missverhältnis zu den Erträgen und Vorteilen bzw. Erträgen der beklagten Rundfunkanstalten stehe.

ENTSCHEIDUNG Knapp ein Jahr später hatte nun das Oberlandesgericht München über die Berufung zu entscheiden und hob das landgerichtliche Urteil größtenteils auf. Es bestätigte das Urteil nur in Bezug auf die zu unterlassende falsche Benennung einer anderen Person als Urheber des Vorspanns und wies die Klage im Übrigen ab.

Das Oberlandesgericht München beurteilte den Vorspann als einen im Verhältnis zum nachfolgenden Film lediglich untergeordneten Beitrag zum Gesamtwerk des „Tatort“-Krimis, dessen Auswertung einen Fairnessausgleich nach § 32a UrhG nicht verlange. Auch entschied das Oberlandesgericht, dass die Beklagten den Vorspann auch weiterhin ohne Nennung der Klägerin als dessen Urheberin nutzen dürfen. Es begründete dies einerseits mit der Branchenübung, nach der nur die am Entstehen eines Filmwerks maßgeblich Beteiligten namentlich genannt würden. Andererseits berücksichtigte das Gericht aber auch den Umstand, dass die Klägerin diese übliche Praxis jahrzehntelang nicht beanstandet hatte.

Es bleibt abzuwarten, ob die urheberrechtlichen Auseinandersetzungen um den „Tatort“-Vorspann damit ein Ende gefunden haben.

INA DEPFRICH



NEUES ZU KARTELLRECHTLICHEN SCHADENSERSATZKLAGEN (OLG DÜSSELDORF URTEIL VOM 22.12.2010, VI-2 U (KART) 34/09)

Bei Schadensersatzklagen wegen Kartellrechtsverstößen ist fraglich, ob sich der Beklagte mit dem Argument verteidigen kann, der Kläger habe seinen Schaden auf die nachgelagerte Marktstufe abgewälzt. Das OLG Düsseldorf hat diese sog. „Passing-on-Defence“ nun in einer Entscheidung vom 22.12.2010 als grundsätzlich zulässig angesehen und ist damit von Entscheidungen des OLG Karlsruhe (11.06.2010) und des KG Berlin (01.10.2009) abgewichen.

GRUNDZÜGE DES KARTELLRECHTLICHEN SCHADENSERSATZANSPRUCHS

Nach § 33 Abs. 3 GWB hat zumindest jeder unmittelbare Abnehmer einen Schadensersatzanspruch. Solche Schadensersatzansprüche werden praktisch nach jeder kartellbehördlichen Bußgeldentscheidung geltend gemacht. Denn bereits mit Rechtskraft dieser Entscheidung steht der Kartellrechtsverstoß auch für den Schadensersatzprozess verbindlich fest (§ 33 Abs. 4 GWB). Ferner ist die Verjährung des zivilrechtlichen Schadensersatzanspruchs während des behördlichen Verfahrens gehemmt (§ 33 Abs. 5 GWB). Schließlich muss die Schadenshöhe nicht auf den Cent genau berechnet werden, sondern das zuständige Gericht kann sie schätzen (§ 287 ZPO).

Nach § 33 Abs. 3 Satz 2 GWB ist ein Schaden nicht dadurch ausgeschlossen, dass die überteuert bezogene Ware oder Dienstleistung an einen Abnehmer weiterveräußert wurde. Diese Bestimmung wird von der herrschenden Lehre nicht als Ausschluss der Passing-on-Defence verstanden, sondern als Klarstellung, dass sie im Wege der Vorteilsausgleichung (und nicht bereits bei der Entstehung des Schadens) berücksichtigt werden kann.

ENTSCHEIDUNG Die Entscheidung des OLG Düsseldorf betraf einen Fall des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung durch Forderung überhöhter Durchleitungsentgelte des beklagten Stromnetzbetreibers.

Das OLG Düsseldorf sah die Passing-on-Defence als grundsätzlich zulässig an. Im vorliegenden Fall seien auch die Voraussetzungen erfüllt. Denn (i) sämtliche Wettbewerber des Klägers waren von der Überhöhung der Netzentgelte betroffen, (ii) die Endverbraucher konnten nicht ausweichen und schließlich war (iii) das Abnahmeverhalten der Endverbraucher nicht preiselastisch. Aufgrund dieser Tatsachen sah das OLG Düsseldorf das einfache Bestreiten des Klägers der vom Beklagten erhobenen Passing-on-Defence nicht als ausreichend an.

AUSBLICK Das OLG Düsseldorf hat im Vergleich zu OLG Karlsruhe und KG Berlin die Verteidigungsmöglichkeiten gegen Kartellschadensersatzklagen gestärkt. Allerdings wird auch in Zukunft – wenn der BGH die Passing-on-Defence als zulässig anerkennen sollte – dieser Einwand nur selten greifen: Denn den Beklagten trifft die Beweislast, dass die Voraussetzungen der Passing-on-Defence vorliegen. Ferner hat das OLG Düsseldorf klargestellt, dass die Passing-on-Defence nur den Schaden erfasst, der durch die überhöhten Bezugspreise tatsächlich entstanden ist. Dagegen bleibt der Schaden, der dem Kläger dadurch entsteht, dass er wegen seiner aufgrund des Verstoßes höheren Verkaufspreise nur geringere Mengen im Markt absetzen kann, voll zu ersetzen.

Eine Klärung der Frage durch den BGH steht noch aus.

DR. CHRISTIAN BÜRGER
DR. SASCHA LEHMANN

Das OLG Düsseldorf
hat im Vergleich
zum OLG Karlsruhe
und KG Berlin die
Verteidigungsmöglich-
keiten gegen
Kartellschadensersatz-
klagen gestärkt.

WIDERRUFSFRIST BEI VOM MUSTER ABWEICHENDER BELEHRUNG (BGH URTEIL VOM 01.12.2010, VIII ZR 82/10)

SACHVERHALT Ein Verbraucher bestellte im Januar 2007 über das Internet bei einem Unternehmen einen Computer. Der Computer wurde nach Bezahlung durch den Verbraucher etwa drei Wochen später geliefert, wobei der Lieferung eine Rechnung beigelegt war, welche unter der Überschrift Widerrufsrecht eine Belehrung über das Widerrufsrecht u. a. mit folgender Formulierung beinhaltete: „Verbraucher können ihre Vertragserklärung innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen in Textform (z. B. Brief, Fax, E-Mail) oder durch Rücksendung der Sache widerrufen. Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung.“

Der Verbraucher erhob verschiedene Mängelrügen und sandte den Computer mehrfach an den Unternehmer zurück. Etwa fünf Monate nach dem Kauf trat er vom Kauf zurück und erklärte zusätzlich über seinen Rechtsanwalt den Widerruf des Vertrages.

Die Gerichte hatten hierbei zu klären, ob auch fünf Monate nach dem Vertragsschluss die Ausübung des Widerrufsrechtes noch möglich war. Der Schwerpunkt der gerichtlichen Entscheidung lag daher in der Frage, ob die durch das Unternehmen verwendete Widerrufsbelehrung ordnungsgemäß war.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE Dem Unternehmer ist eine Berufung auf § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV und das Muster der Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV in der bis zum 31. März 2008 geltenden Fassung jedenfalls dann verwehrt, wenn der Unternehmer gegenüber dem Verbraucher für die Widerrufsbelehrung kein Formular verwendet hat, das der Musterbelehrung der Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV in der damaligen Fassung vollständig entspricht.

Durch die Verwendung der Überschrift „Widerrufsrecht“ anstelle von „Widerrufsbelehrung“ und das Weglassen der Zwischenüberschriften „Widerrufsrecht“, „Widerrufsfolgen“ und „Finanzierte Geschäfte“ wird der Verbraucher nicht hinreichend darüber informiert, dass ihn im Zusammenhang mit seinem Widerrufsrecht auch Pflichten treffen, welche in den Widerrufsfolgen geregelt sind. Das Fehlen der Überschrift „Widerrufsbelehrung“ führt dazu, dass für den Verbraucher nicht hinreichend deutlich wird, dass die kleingedruckten Ausführungen unter der Überschrift „Widerrufsrecht“ eine für den Verbraucher wichtige Belehrung enthalten. Damit ist die verwendete Widerrufsbelehrung unzureichend und setzt die gesetzlich vorgesehene Frist zur Ausübung des Widerrufsrechtes nicht in Gang.

Die vom Unternehmer verwendete Widerrufsbelehrung darf zwar gemäß § 14 Abs. 3 BGB-InfoV in Format und Schriftgröße von der Musterbelehrung abweichen, muss aber – auch bei Verwendung des Textes der Musterbelehrung – deutlich gestaltet sein.

FAZIT Die Entscheidung des Bundesgerichtshofes erging zwar noch zu der alten Gesetzeslage, bei der sich das Muster für die Widerrufsbelehrung aus der Anlage 2 zu § 14 der BGB-InfoVO ergab, sie hat aber Bedeutung auch für die heutige Gesetzeslage, bei der sich die Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen aus Art. 246 § 1 EGBGB und der Anlage 1 hierzu (Muster für die Widerrufsbelehrung) ergeben. Im Gegensatz zur damaligen Gesetzeslage hat heute das Muster für die Widerrufsbelehrung Gesetzesrang, so dass sich Unternehmen, welche das Muster wörtlich übernehmen, darauf verlassen dürfen, sich gesetzeskonform zu verhalten. Hinsichtlich der früheren Musterwiderrufsbelehrung, welche keinen Gesetzescharakter hatte, gab es eine Reihe von Entscheidungen, die sich damit beschäftigten, inwieweit das Muster überhaupt den Anforderungen des BGB gerecht würde.

Ungeachtet dieser Fragen ist die Entscheidung des BGH auch für die aktuelle Gesetzeslage von Bedeutung. Eine ordnungsgemäße Belehrung eines Verbrauchers setzt voraus, dass er über sein Widerrufsrecht und dessen Folgen ordnungsgemäß belehrt wurde. Dies beinhaltet, dass die Belehrung deutlich gestaltet und gegliedert ist und eine für einen Verbraucher zumutbare Schriftgröße verwendet wird. Hierbei sind die vom Gesetzestext auch vorgesehenen Zwischenüberschriften zu verwenden.

Zwar ist eine ordnungsgemäße Belehrung auch denkbar, ohne dass das Gesetzesmuster wörtlich abgeschrieben wird, ein Unternehmen, das



in dieser Form belehren möchte, setzt sich allerdings immer der Gefahr aus, dass ein Gericht zu bewerten hat, ob eine individuelle Belehrungsform noch den gesetzlichen Anforderungen entsprochen hat. Insoweit ist zu empfehlen, sich möglichst genau am Muster der aktuellen Widerrufsbelehrung zu orientieren und hierbei die im Gesetz gegebenen Gestaltungshinweise zu beachten. Hierbei ist wegen der Komplexität der Materie und der Frage, welche Hinweise wie zu beachten sind, ein Rechtsanwalt hinzuzuziehen.

DR. AXEL CZARNETZKI

Hierbei ist wegen der Komplexität der Materie und der Frage, welche Hinweise wie zu beachten sind, ein Rechtsanwalt hinzuzuziehen.

UNSERE STANDORTE

BERLIN

Klingelhöferstraße 5
D-10785 Berlin

ESSEN

Alfredstraße 220
D-45131 Essen

FRANKFURT/M.

Neue Mainzer Straße 69-75
D-60311 Frankfurt/M.

KÖLN

Sachsenring 81
D-50677 Köln

MÜNCHEN

Prinzregentenstraße 22
D-80538 München
www.goerg.de

IHRE ANSPRECHPARTNER

BERLIN

— Daniel Fuchs
dfuchs@goerg.de / Tel +49 – 30 – 88 45 03-143

FRANKFURT/M.

— Dr. Christian Pabst
cpabst@goerg.de / Tel +49 – 69 – 17 00 00-140

KÖLN

— Dr. Katja Kuck
kkuck@goerg.de / Tel +49 – 221 – 33 660-284
— Jochen Lehmann
jlehmann@goerg.de / Tel +49 – 221 – 33 660-244
— Dr. Wolfgang Prinz
wprinz@goerg.de / Tel +49 – 221 – 33 660-264
— Dr. Christof Siefarth, LL.M.
csiefarth@goerg.de / Tel +49 – 221 – 33 660-290

MÜNCHEN

— Dr. Axel Czarnetzki, LL.M.
aczarnetzki@goerg.de / Tel +49 – 89 – 3 09 06 67-61
— Ina Depprich
idepprich@goerg.de / Tel +49 – 89 – 3 09 06 67-61

Dieser Newsletter wurde nach bestem Wissen und Gewissen, jedoch als generelle Leitlinie erstellt und kann nicht die Beratung im Einzelfall ersetzen. Eine Haftung kann daher nicht übernommen werden. Sollten Sie den Bezug dieses Newsletters nicht mehr wünschen, bitten wir um entsprechende Mitteilung per E-Mail an jljang@goerg.de