



MARKTWÄCHTER
ENERGIE



verbraucherzentrale

UNGEWOLLTE WECHSEL AUF DEM STROM- UND GASMARKT

Eine Untersuchung des Marktwächters Energie – Dezember 2018

Projekt Aufbau eines Marktwächters Energie (A-MWE 2017/2018)

Beteiligte Verbraucherzentralen:

- VZ Berlin
- VZ Bremen
- VZ Mecklenburg-Vorpommern
- VZ Niedersachsen (Federführung)
- VZ Nordrhein-Westfalen
- VZ Saarland
- VZ Sachsen-Anhalt
- VZ Thüringen

VORWORT ZUM PROJEKT „AUFBAU DES MARKTWÄCHTERS ENERGIE“ IN ZUSAMMENHANG MIT DIESEM BERICHT

Dieser Bericht wurde im Rahmen des Projekts „Aufbau eines Marktwächters Energie“ (A-MWE) verfasst. Er ist in der Aufbaugruppe 1 (AG 1) entstanden, die sich ausschließlich mit verbraucherrelevanten Schwerpunkten zum Thema „Strom- und Gasmarkt“ befasst hat. Die Projektphase der AG 1 erstreckt sich über den Zeitraum der Mittelbewilligung durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) vom 24. Juli 2017 bis zum 31. Dezember 2018.

UNGEWOLLTE WECHSEL AUF DEM STROM- UND GASMARKT

1. KURZFASSUNG	5
2. AUSGANGSSITUATION UND ZIELSETZUNG	6
3. METHODISCHES VORGEHEN	8
3.1 Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes	8
3.2 Untersuchungsmethoden und Aufbau des Berichts	9
4. HINTERGRUND: ABLAUF DES ANBIETERWECHSELS UND RECHTLICHE GRUNDLAGEN	13
4.1 Wie kann es zu einem ungewollten Anbieterwechsel kommen?	13
4.2 Wie können sich Verbraucher gegen untergeschobene Verträge zur Wehr setzen?	18
4.2.1 Bestreiten des Vertragsschlusses	18
4.2.2 Widerruf des Vertrags	19
4.2.3 Anfechtung wegen Täuschung, Drohung oder Irrtum	19
4.2.4 Weitere rechtliche Ansätze	20
4.2.5 Sonstige Handlungsoptionen	20
4.2.6 Folgen für den bisherigen Vertrag	20
5. ERKENNTNISSE AUS DER BERATUNG: HINWEISE UND BESCHWERDEN VON BETROFFENEN VERBRAUCHERN	22
5.1 Wie sieht die Kontaktaufnahme mit dem Kunden aus?	23
5.2 Wie erfahren Verbraucher von einem ungewollten Wechsel?	30
5.3 Gelingt es Verbrauchern, sich gegen untergeschobene Verträge zur Wehr zu setzen?	31
5.4 Welche Folgen hat der eingeleitete Wechselprozess?	32
6. BEVÖLKERUNGSUMFRAGE: UNSERIÖSE VERTRIEBSMETHODEN AUF DEM ENERGIEMARKT	34
6.1 Wie verbreitet sind Telefonwerbung und Haustürgeschäfte im Bereich Energie?	35
6.2 Wie laufen die Gespräche ab?	36
6.3 Wie empfinden Verbraucher den Kontakt am Telefon /an der Haustür?	37
7. ANBIETERBEFRAGUNG: ERFAHRUNGEN MIT DEM WECHSELPROZESS	39
7.1 Wie schätzen Energieversorger das Problem des ungewollten Anbieterwechsels ein?	40
7.2 Welche Möglichkeiten haben Versorger, gegen ungewollte Wechsel vorzugehen?	40
8. RECHTLICHE BEWERTUNG UND SCHLUSSBETRACHTUNG	44
8.1 Welche zusätzlichen Problemfelder hat die Untersuchung aufgezeigt?	44
8.1.1 Fehlende bzw. unwirksame Werbeeinwilligung	44
8.1.2 Versand von Nachrichten während eines Telefonats	44
8.1.3 Ausbleiben einer Auftrags- bzw. Vertragsbestätigung	45
8.1.4 Schadensersatzforderungen	46

8.1.5 Abbuchungen ohne SEPA-Lastschriftmandat	46
8.2 Handlungsoptionen: Welche Regelungen kommen in Betracht, um Verbraucher besser vor untergeschobenen Verträgen zu schützen?	47
8.2.1 Übersendung von Kündigungsvollmachten als Regelfall	47
8.2.2 Übersendung von Kündigungsvollmachten weiterhin nur in Ausnahmefällen, jedoch mit stärkerer Standardisierung	48
8.2.3 Strengere Vorgaben zur Identifizierung der Marktlokation	48
8.2.4 Möglichkeit der rückwirkenden Netzanmeldung	49
8.2.5 Keine Weitergabe des Altanbietersnamens durch Netzbetreiber	49
8.2.6 Aufwertung der Rolle des Netzbetreibers im Wechselprozess	50
8.2.7 Nachträgliche Bestätigung telefonisch geschlossener Verträge	51
8.2.8 Stärkere Sanktionierung von unerlaubten Werbeanrufen	51
9. ZUSAMMENFASSUNG	53
LITERATURVERZEICHNIS	57
GESETZESTEXTE	59
ANHANG	60

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS

1 Überblick: Aufbau und Methodik der Untersuchung	12
2 Ablauf eines gewollten und eines ungewollten Anbieterwechsels im Vergleich	16
3 Wie verbreitet sind unerwünschte Werbekontakte?	35
4 Zu welchen Themen werden Verbraucher ungewollt angerufen?	35
5 Wie oft wurden Verbraucher im vergangenen Jahr ungewollt zum Thema Energie angerufen?	36
6 Welche Informationen lagen dem Werber bereits vor?	37
7 Wie empfanden die Verbraucher das Gespräch?	38
8 Wie beurteilen Anbieter die Entwicklung des ungewollten Anbieterwechsels?	40

1. KURZFASSUNG

Seit Jahren häufen sich in den Beratungsstellen der Verbraucherzentralen die Beschwerden über untergeschobene Energielieferverträge. Die Betroffenen berichten, dass ein Wechsel des Strom- oder Gasanbieters eingeleitet wurde, obwohl sie diesem gar nicht zugestimmt haben. Möglich ist dies, da ein Anbieterwechsel bereits mit wenigen Informationen in die Wege geleitet werden kann, beispielsweise mit Namen, Adresse und der Nummer des Strom- oder Gaszählers. Dies ist in den sogenannten Geschäftsprozessen für die Lieferantenwechsel geregelt, die von der Bundesnetzagentur ausgearbeitet wurden.

Durch diese Prozesse soll der Datenaustausch vereinfacht und der Wechsel beschleunigt werden. Allerdings ergeben sich auch Missbrauchsmöglichkeiten: So berichten Verbraucher¹ immer wieder, dass sie von unseriösen Vermittlern oder anderen Akteuren kontaktiert und unter einem Vorwand nach den erforderlichen Informationen gefragt werden.

Die vorliegende Studie untersucht sowohl die Verbreitung als auch die Ursachen und Folgen des ungewollten Anbieterwechsels. Dazu wurden zum einen die bei den Verbraucherzentralen und beim Marktwächter Energie eingehenden Beschwerden detailliert analysiert, zum anderen die Ergebnisse einer vom Meinungsforschungsinstitut forsa durchgeführten repräsentativen Bevölkerungsbefragung sowie einer selbst durchgeführten Anbieterbefragung ausgewertet.

Es zeigte sich, dass ungewollte Anbieterwechsel auf dem Energiemarkt ein vielschichtiges Problem darstellen, das für Verbraucher oft schwer zu greifen ist. So variieren nicht nur die Art und Weise, wie die Verträge untergeschoben werden, sondern auch die Folgen, durch die die Betroffenen auf das Problem aufmerksam werden. In den meisten Fällen handelt es sich um Stromverträge, die untergeschoben werden. Zudem war zu erkennen, dass die betroffenen Verbraucher in der Regel am Telefon kontaktiert werden.

Während der Gespräche nutzen die unseriösen Akteure verschiedene Strategien. Verbreitet scheinen beispielsweise Fälle, in denen die Werber zunächst versuchen, die Verbraucher von einem freiwilligen Vertragsschluss zu überzeugen. Andere Betroffene berichten dagegen, dass keinerlei Energiebezug zu erkennen war und ihre Gesprächspartner angaben, sich wegen eines Gewinnspiels oder einer Umfrage zu melden.

Interessanterweise liegen den Werbenden oftmals schon vor dem Gespräch persönliche Daten vor. Dies spricht für eine sehr gezielte Auswahl der Betroffenen und für einen professionellen Datenhandel oder andere etablierte Strukturen der Informationsbeschaffung.

Obwohl Verbrauchern laut Gesetz verschiedene Wege zur Verfügung stehen, sich gegen einen untergeschobenen Vertrag zur Wehr zu setzen, ist es für sie oft schwer, die Rechte in der Praxis auch durchzusetzen. Oftmals gelingt dies nur durch Hilfe von Dritten und geht mit finanziellen Einbußen einher. Zudem befinden sich Verbraucher gegenüber den beteiligten Energieversorgern tendenziell in einer schwächeren Position: Obwohl unfreiwillig in den Wechselprozess hineingeraten, müssen sie selbst aktiv werden, um gegen die unerwünschte Belieferung vorzugehen.

Um die Zahl der ungewollten Wechsel zu reduzieren, hat der Marktwächter Energie verschiedene Handlungsoptionen erarbeitet. Im Zentrum stehen dabei insbesondere die oben beschriebenen Prozesse für den Lieferantenwechsel. Diese könnten beispielsweise so geändert werden, dass Energieversorger bestehende Verträge nur dann kündigen können, wenn sie nachweisen, vom Kunden auch tatsächlich mit dem Wechsel beauftragt worden zu sein. Weitere Ansätze wären aus Sicht des Marktwächters eine nachträgliche Bestätigung telefonisch geschlossener Verträge sowie strengere Vorgaben für die beim Lieferantenwechsel genutzten Daten.

.....
 1 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Bericht auf die gleichzeitige Verwendung von männlichen und weiblichen Sprachformen verzichtet. Dies stellt keine Wertung dar und umfasst stets alle Geschlechter.

2. AUSGANGSSITUATION UND ZIELSETZUNG

Millionen Deutsche entscheiden sich jedes Jahr für einen neuen Energieversorger. Wer sich einmal mit dem Wechsel beschäftigt hat, erkennt schnell: Der Weg zu einem neuen Strom- oder Gasanbieter ist einfacher, als viele Kunden glauben. Schon wenige Angaben reichen aus, um einen neuen Vertrag zu schließen und die Kündigung des bisherigen Lieferverhältnisses in die Wege zu leiten.

Für Verbraucher hat dies den Vorteil, dass sie ohne große Hürden zwischen verschiedenen Strom- und Gaspreisen wählen können. Da der Wettbewerb auf dem Energiemarkt sehr intensiv ist, können Kunden durch einen regelmäßigen Wechsel viel Geld sparen – das zeigen Preisvergleiche immer wieder. Seit der Liberalisierung des Energiemarktes vor 20 Jahren hat die Zahl der jährlichen Anbieterwechsel stetig zugenommen; zuletzt lag sie bei über sechs Millionen Wechseln im Jahr.²

Allerdings ergeben sich durch den einfachen Wechselprozess auch Missbrauchsmöglichkeiten: Schon seit Jahren melden sich bei den Verbraucherzentralen immer wieder Kunden, die berichten, dass es ohne ihre Zustimmung zu einem Wechsel des Energieversorgers gekommen ist bzw. die Umstellung eingeleitet wurde. Es wird also behauptet, dass die Verbraucher einen neuen Vertrag geschlossen haben, obwohl dies gar nicht der Fall ist – der Vertrag wird den Kunden einfach untergeschoben.

Ausgangspunkt dieser ungewollten Wechsel ist in der Regel ein Telefonat oder ein Kontakt an der Haustür, bei dem die Betroffenen mit einem Vorwand dazu gebracht werden, persönliche Daten und Informationen preiszugeben. Wie die Erfahrungen aus der Verbraucherberatung zeigen, sind die Vorgehensweisen dabei sehr unterschiedlich. Daher haben die Verbraucherzentralen der einzelnen Bundesländer in der Vergangenheit immer wieder vor speziellen Tricks oder vor regional auftretenden Häufungen gewarnt. Was bisher fehlte,

.....
2 Die Zahl gibt den Stand des Jahres 2016 wieder und setzt sich aus rund 4,6 Millionen Wechseln des Stromlieferanten und 1,5 Millionen Wechseln im Bereich Gas zusammen. Alle Zahlen beziehen sich ausschließlich auf Haushaltskunden; Wechselvorgänge in Folge von Umzügen sind eingeschlossen.
Vgl. Bundesnetzagentur/Bundeskartellamt (2017): Monitoringbericht 2017, S. 218 und 373

ist jedoch ein systematischer bundesweiter Überblick, der es erlaubt, sich ein umfassendes Bild von der Problematik der untergeschobenen Energielieferverträge, ihren Ursachen und den Folgen für betroffene Verbraucher zu machen.

Genau an dieser Stelle setzt die vorliegende Untersuchung an: Im Rahmen des Projekts Marktwächter Energie bot sich den Verbraucherzentralen der Länder unter Leitung des Verbraucherzentrale Bundesverbands erstmalig die Möglichkeit, ein bundesweites Monitoring von Verbraucherbeschwerden aus dem Bereich Energie aufzubauen. Damit konnte das Problem des ungewollten Anbieterwechsels auf Basis einer deutlich breiteren Datengrundlage betrachtet werden, als dies in der Vergangenheit der Fall war.

Die Erkenntnisse aus der Verbraucherberatung fließen genauso in den vorliegenden Untersuchungsbericht ein wie verschiedene andere Erhebungen und Analysen zu ungewollten Lieferantenwechseln auf dem Energiemarkt.³ Ziel der Untersuchung ist es, eine möglichst umfassende Betrachtung der Problematik aus verschiedenen Blickwinkeln zu ermöglichen. Von Interesse sind dabei neben der Verbreitung des Problems insbesondere die Fragen, wie genau es im Einzelfall zu einem ungewollten Wechsel kommen kann, welche Vorgehensweisen besonders häufig zu beobachten sind und wie Verbraucher in Zukunft besser geschützt werden können.

Zusammenfassend lassen sich somit folgende Leitfragen festhalten:

- Wie gehen die Akteure, die Verbrauchern Energielieferverträge unterschieben, genau vor? (Form der Kontaktaufnahme/Gesprächsstrategien/Verhalten nach dem Kontakt)
- Welche Regelungen bzw. Regelungslücken machen sie sich dabei zunutze?
- Welche (langfristigen) Folgen hat der untergeschobene Vertrag für Verbraucher?
- Wie verbreitet ist das Problem?

.....
3 Ein detaillierter Überblick über Aufbau und Methodik der Untersuchung folgt in Abschnitt 3.2.

Um den verschiedenen Fragen nachzugehen, werden im nächsten Kapitel zunächst der Begriff „ungewollter Anbieterwechsel“ definiert und die Untersuchungsmethoden festgelegt. Anschließend werden die Ergebnisse der verschiedenen Teiluntersuchungen dargestellt

(Kapitel 4 bis 7). In Kapitel 8 folgen eine rechtliche Bewertung der Resultate sowie die Vorstellung verschiedener Handlungsoptionen. Das Fazit der Untersuchung findet sich schließlich in Kapitel 9.

3. METHODISCHES VORGEHEN

3.1 EINGRENZUNG DES UNTERSUCHUNGSGEGENSTANDES

Bevor die Problematik des ungewollten Anbieterwechsels auf dem Energiemarkt im Folgenden näher betrachtet wird, ist es zunächst erforderlich, den Untersuchungsgegenstand zu definieren und von anderen Verbraucherbeschwerden aus dem Bereich des Lieferantenwechsels abzugrenzen.⁴ Gerade die Umschreibung „untergeschobener Vertrag“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch oft sehr weit ausgelegt und beispielsweise auch für Situationen genutzt, in denen Verbraucher von einem Vertragsangebot überrumpelt werden und sich deshalb zu einer Entscheidung überreden lassen, die sie später bereuen.

In der vorliegenden Untersuchung soll jedoch ein deutlich engeres Verständnis der Begriffe „untergeschobener Vertrag“ bzw. „ungewollter Anbieterwechsel“ zugrunde gelegt werden: Untersucht werden ausschließlich jene Fälle, in denen ein Wechsel des Energieversorgers eingeleitet wurde, obwohl der Verbraucher keinerlei Wechselabsicht hatte. Das bedeutet, der Kunde hat einem neuen Strom- oder Gasvertrag zu keinem Zeitpunkt zugestimmt und diese Haltung gegenüber seinem Gesprächspartner nach eigener Aussage auch deutlich zu erkennen gegeben.

Entscheidendes Kriterium ist also allein die Zustimmung des Kunden – und nicht die Umstände, unter denen diese erfolgt. Diese Differenzierung ist wichtig, da sich bei der Auswertung der Beschwerden aus der Verbraucherberatung immer wieder Fälle zeigen, in denen sich Strom- und Gaskunden zwar für einen neuen Vertrag entscheiden, die Zustimmung jedoch nur deshalb erfolgt, weil den Kunden im Vorfeld falsche Versprechungen gemacht wurden.

Typische Beispiele sind etwa Fälle, in denen Kunden zunächst eine Kostenersparnis in Aussicht gestellt wird, sie später jedoch feststellen müssen, dass die neuen Belieferungskonditionen gar nicht günstiger sind als ihr bisheriger Vertrag. Eine ähnliche Konstellation

liegt vor, wenn Verbrauchern ein neuer Vertrag bei einem bestimmten Energieversorger zugesagt wird, sich später jedoch ein ganz anderes Unternehmen bei ihnen meldet und die Belieferung aufnehmen will. Oder aber die Kunden werden mit falschen Behauptungen dazu gebracht, sich für einen Wechsel zu entscheiden, beispielsweise mit dem Hinweis, dass der bisherige Energieversorger sich mit einem anderen Unternehmen zusammengeschlossen habe.

In all diesen Fällen fühlen sich Verbraucher zu Recht getäuscht und haben entsprechende Möglichkeiten, sich juristisch zur Wehr zu setzen. Da sie dem Vertragsschluss jedoch grundsätzlich zugestimmt haben, handelt es sich gemäß der oben beschriebenen Definition nicht um einen ungewollten Wechsel im Sinne dieser Untersuchung – daher werden entsprechende Fälle bei der Auswertung nicht berücksichtigt.

Ziel dieser engen Begriffsdefinition ist es, eine möglichst tiefgehende Analyse des Untersuchungsgegenstandes und seiner Hintergründe zu ermöglichen. Zudem liegt der Fokus der Untersuchung ganz klar auf jenem Szenario, das bei Verbrauchern regelmäßig das größte Unverständnis hervorruft: Selbst wenn ein Kunde einem Wechsel in keiner Weise zugestimmt hat, haben Energieversorger unter bestimmten Voraussetzungen die Möglichkeit, den bestehenden Vertrag des Kunden zu kündigen und selbst die Belieferung aufzunehmen.

Untersuchung von Fällen, in denen Unterschrift erschlichen wurde

Einen Grenzfall bei der Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes stellt die folgende Fallkonstellation dar, die in den Beschwerde- und Erfassungssystemen der Verbraucherzentralen ebenfalls immer wieder auftritt: Ein Verbraucher möchte seinen Energieversorger eigentlich nicht wechseln, unterschreibt beim Kontakt an der Haustür jedoch trotzdem ein entsprechendes Auftragsformular. Hintergrund: Sein Gegenüber behauptet, dass es sich um eine andere Art von Dokument handelt (zum Beispiel einen Nachweis über die soeben erfolgte Beratung oder die angebliche Ablesung des Stromzählers). Im Ergebnis liegt also eine Unterschrift vor, die die Zustimmung des Kunden zum

⁴ Der Marktwächter Digitale Welt nahm im Jahr 2018 auffällige Vertriebsstrategien im Telekommunikationsmarkt in den Blick. Vgl. Marktwächter Digitale Welt (2018)

Lieferantenwechsel zu belegen scheint, de facto wollte der Verbraucher diese Zustimmung jedoch gar nicht erteilen. Insgesamt ist es daher konsequent, entsprechende Fälle ebenfalls in die Auswertung einzubeziehen und als ungewollte Anbieterwechsel einzustufen – auch wenn die äußeren Umstände zunächst dagegen zu sprechen scheinen.

Abschließend sei zudem darauf verwiesen, dass das zu untersuchende Problem zwar zusammenfassend als „ungewollter Anbieterwechsel“ beschrieben wird, diese Formulierung jedoch keineswegs impliziert, dass nur Fälle betrachtet werden, in denen der Wechsel tatsächlich vollzogen wurde und der neue Versorger bereits die Belieferung aufgenommen hat. Auch Konstellationen, in denen Verbraucher dies noch verhindern können, beispielsweise indem sie den vermeintlichen Vertrag erfolgreich widerrufen, fließen in die Auswertung ein. Wenn im Folgenden verkürzt von ungewollten Wechseln gesprochen wird, sind damit also sowohl jene Fälle gemeint, in denen es tatsächlich zu einem Wechsel gekommen ist, als auch solche, in denen der Wechselprozess lediglich eingeleitet wurde.

... 3.2 UNTERSUCHUNGSMETHODEN UND AUFBAU DES BERICHTS

Um den in Abschnitt 2 genannten Leitfragen nachgehen und die Problematik des ungewollten Anbieterwechsels aus möglichst vielen unterschiedlichen Perspektiven beleuchten zu können, wurde bei der Studie auf eine Kombination von verschiedenen Untersuchungsmethoden zurückgegriffen. Dieser so genannte Mixed-Methods-Ansatz – auch als Methoden-Triangulation bezeichnet – bietet den Vorteil, dass sich qualitative und quantitative Forschungsmethoden wechselseitig ergänzen können und im Ergebnis eine umfassendere Betrachtung des jeweiligen Forschungsgegenstandes möglich wird.⁵

Im konkreten Fall des ungewollten Anbieterwechsels auf dem Energiemarkt war zunächst die Frage von Interesse, welche Erfahrungen Verbraucher in der Praxis genau machen: Wie sieht die Kontaktaufnahme im Vorfeld des Lieferantenwechsels aus, wie erlangen die Kunden von der Änderung der Belieferungssituation Kenntnis und welche Folgen hat die Umstellung für die Betroffenen?

.....
5 Vgl. Kelle (2014), S. 15–166

Um diese und andere Einzelheiten in den Blick nehmen zu können, erfolgte als erstes eine detailliertere Analyse der Beschwerden, mit denen sich Strom- und Gaskunden an die Verbraucherzentralen gewandt hatten.

Dies geschah auf zwei Wegen: Zum einen wurden die Beschreibungen im sogenannten Frühwarnnetzwerk ausgewertet: Das Frühwarnnetzwerk ist ein spezielles Erfassungs- und Analysesystem für Verbraucherbeschwerden. Es wird von Beratungskräften aus allen 16 Bundesländern genutzt, um Sachverhalte zu schildern, die besonders auffällig sind. Grundlage stellt eine ausführliche Sachverhaltsschilderung durch die Beratungskräfte dar, die eine Kategorisierung sowie eine anschließende qualitative Analyse ermöglicht. Eine Quantifizierung der Daten aus dem Frühwarnnetzwerk heraus bzw. ein Rückschluss auf die Häufigkeit des Vorkommens in der Verbraucherberatung oder in der Gesamtbevölkerung insgesamt ist jedoch nicht möglich.

Ergänzend zur Auswertung des Frühwarnnetzwerks wurde zudem eine Befragung in den bundesweit rund 200 Beratungsstellen der Verbraucherzentralen durchgeführt (Erhebung in der Beratung). Auch in diesem Fall erfolgte die Beschreibung der Sachlage durch die Beratungskräfte – allerdings mit Hilfe eines halbstandardisierten⁶ Fragebogens und somit deutlich zielgerichteter in Hinblick auf die spezifischen Fragestellungen der vorliegenden Untersuchung als bei den allgemeineren Beschreibungen im Frühwarnnetzwerk. Die Analyse des Frühwarnnetzwerks floss in die Entwicklung des Fragebogens ein und half bei der Konkretisierung des Untersuchungsgegenstandes. Die Berater wurden gebeten, die Bögen am Ende einer Beratung zu einem ungewollten Wechsel zusammen mit dem betroffenen Verbraucher auszufüllen.

Aufgrund der zeitlich begrenzten Kapazität der Berater – im Vordergrund steht die Beratung – konnte nicht jede Verbraucherbeschwerde vertiefend aufgezeichnet werden. Insofern stellen die detaillierten Fragebögen der Erhebung und die kürzeren Fallschilderungen im Frühwarnnetzwerk zwei Erhebungsinstrumente dar,

.....

6 Mit dem Wort „halbstandardisiert“ wird eine Mischung aus offenen und geschlossenen Fragen beschrieben. Das bedeutet, dass der Fragebogen sowohl Passagen mit fest vorgegeben Antwortmöglichkeiten als auch Abschnitte enthielt, die den Befragten die Möglichkeit boten, mit einem frei formulierten Text zu antworten und somit besondere Einzelfälle und Hintergründe zu schildern. Die Abfolge der Fragen war hierbei nicht vollkommen verbindlich.

die sich wechselseitig ergänzen und gerade durch ihre gemeinsame Nutzung einen Überblick über die Bandbreite der bei den Verbraucherzentralen eingehenden Beschwerden ermöglichen.

Neben den Informationen aus den Beratungsstellen wurden bei der Untersuchung zudem auch Fallschilderungen betrachtet, die die Verbraucherzentralen über ein Beschwerdeformular auf der Internetseite der Marktwächter (www.marktwaechter.de) erhalten haben. Um betroffenen Kunden eine direkte Beteiligung an der Untersuchung zum ungewollten Anbieterwechsel zu ermöglichen, wurde auf der Website eine kurze, an die Erhebung in der Beratung angelehnte Befragung angelegt, und Verbraucher öffentlich dazu aufgerufen, sich daran zu beteiligen („Verbraucheraufruf“).

Zudem haben Verbraucher jederzeit die Möglichkeit, das Beschwerdeformular auf der Website der Marktwächter zu nutzen und dem Marktwächter Energie auf diesem Wege Hinweise zukommen zu lassen.⁷ Auch diese Beschreibungen flossen in die Auswertung ein; konkret wurden sie in das Frühwarnnetzwerk überführt und zusammen mit den Fällen aus der Verbraucherberatung analysiert, da es sich genau wie bei den Beschreibungen der Beratungskräfte um freie Fallschilderungen handelte.

Aufgrund des engen inhaltlichen Zusammenhangs werden die Ergebnisse der Teiluntersuchungen „Auswertung des Frühwarnnetzwerks“, „Erhebung in der Beratung“ und „Verbraucheraufruf“ im vorliegenden Untersuchungsbericht in einem gemeinsamen Kapitel dargestellt (vgl. Kapitel 5).

Repräsentative Bevölkerungsumfrage ergänzt detaillierte Einzelfallanalysen

Eine Gemeinsamkeit aller bisher geschilderten Untersuchungsmethoden ist, dass sie ausdrücklich auf jene Verbraucher abzielen, die bereits von untergeschobenen Verträgen betroffen sind und sich damit an die Verbraucherzentralen und den Marktwächter Energie wenden. Es handelt sich also um einen vorselektierten Personenkreis, der aufgrund seiner spezifischen Zusammensetzung und der daraus resultierenden geringen Fallzahlen keine Rückschlüsse auf die Verteilung in der

Gesamtbevölkerung zulässt. Da wie eingangs beschrieben jedoch auch der Frage nachgegangen werden soll, wie verbreitet das Problem des ungewollten Anbieterwechsels grundsätzlich ist, wurden die oben beschriebenen Einzelfallanalysen durch eine repräsentative Bevölkerungsumfrage als weitere Teiluntersuchung ergänzt.

Die Befragung wurde durch das Meinungsforschungsinstitut forsa durchgeführt; insgesamt wurden rund 1.000 Personen interviewt (vgl. Ausführungen in Kapitel 6). Im Mittelpunkt der Befragung standen die Themen Telefonwerbung und Werbung an der Haustür. Wie die Erfahrungen aus dem Beratungsalltag zeigen, sind dies die beiden häufigsten Wege, die zu einem untergeschobenen Strom- oder Gasvertrag führen. Wer Aussagen über die Verbreitung dieser beiden Formen der Kontaktaufnahme treffen kann, kann daraus also zugleich wichtige Schlussfolgerungen über den ungewollten Wechsel ableiten.

Eine solche Annäherung an den Untersuchungsgegenstand erschien aus methodischen Gründen zielführender als die ebenfalls denkbare Alternative, bei der Bevölkerungsumfrage direkt nach dem Problem der untergeschobenen Verträge zu fragen. Wie die Definitionen und Abgrenzungen in Abschnitt 3.1 deutlich zeigen, handelt es sich beim ungewollten Anbieterwechsel um ein sehr komplexes Thema, zu dem nur dann sinnvolle Angaben gemacht werden können, wenn ein gewisses Hintergrundwissen vorhanden ist. Um sicherzustellen, dass alle Befragten das gleiche Verständnis des Untersuchungsgegenstandes haben, hätten also zunächst umfangreiche Erläuterungen erfolgen müssen. Dies wäre jedoch im Rahmen der kurzen Telefoninterviews, mit denen Bevölkerungsumfragen üblicherweise durchgeführt werden, kaum darstellbar – und hätte aller Voraussicht nach sowohl die Qualität der Ergebnisse als auch die Teilnahmebereitschaft erheblich reduziert.

Zusätzliche Befragung von Unternehmen stellt ganzheitliche Betrachtung sicher

Um die Problematik des ungewollten Wechsels abschließend noch aus einer dritten Perspektive zu analysieren, wurden im letzten Teil der Untersuchung schließlich die Schilderungen und Einschätzungen der Unternehmensseite betrachtet (Kapitel 7). Zu diesem Zweck versendete der Marktwächter Energie einen Fragebogen an ausgewählte Energieversorger, in dem die-

⁷ Vgl. www.marktwaechter.de/mitmachen/beschwerdeformular

se zu ihren Erfahrungen mit ungewollten Wechseln und mit dem Ablauf der Wechselprozesse befragt wurden (Anbieterbefragung). Wie in den folgenden Untersuchungsabschnitten noch näher dargestellt wird, greifen bei jedem Lieferantenwechsel bestimmte Regelungen und Prozesse, die von den Energieversorgern zu einem gewissen Teil beeinflusst werden können. Um das Bild von den Ursachen und Hintergründen der ungewollten Wechsel zu komplettieren, war daher die Frage von Interesse, ob und wie die Anbieterseite von diesen Möglichkeiten Gebrauch macht.







Dabei ist allerdings zu beachten, dass der Schwerpunkt der Untersuchung, wie in den eingangs erwähnten Leitfragen dargestellt, vor allem bei den Erfahrungen der Verbraucherseite liegt. Aus diesem Grund nimmt die Anbieterbefragung im Kontext der Gesamtstudie eher eine ergänzende Funktion ein und soll in erster Linie dazu dienen, einen genaueren Überblick über das Themenfeld und die in diesem Zusammenhang relevanten Fragestellungen zu gewinnen (explorative Forschung). Dementsprechend wurden nur ausgewählte Anbieter kontaktiert. Die Ergebnisse erheben keinen Anspruch auf Repräsentativität. Sollten die Resultate Anlass für weitere Untersuchungen geben, könnte die Befragung auf Basis einer größeren Stichprobe wiederholt werden.

Abgerundet wird die Untersuchung zum ungewollten Anbieterwechsel schließlich durch eine rechtliche Analyse und Bewertung der gewonnenen Ergebnisse (Kapitel 8). Ziel dieser Schlussbetrachtung ist es, noch einmal genauer auf jene Fallkonstellationen einzugehen, die erst im Rahmen der Erhebungen und Analysen zu Tage getreten sind und besondere rechtliche Fragen aufwerfen. Anschließend sollen verschiedene Optionen diskutiert werden, wie Verbraucher in Zukunft besser vor untergeschobenen Verträgen geschützt werden könnten (Kapitel 8).

Die grundsätzlichen rechtlichen Hintergründe zum Ablauf eines Anbieterwechsels und zu den Möglichkeiten von Verbrauchern, sich dagegen zur Wehr zu setzen, werden im nächsten Abschnitt (Kapitel 4) erläutert. Sie bilden die Grundlage für alle weiteren Ausführungen und Detailbetrachtungen.

Abbildung 1 verdeutlicht noch einmal den Aufbau und die Auswahl der Forschungsmethoden. Detaillierte Beschreibungen der einzelnen Vorgehensweisen („Methodensteckbriefe“) finden sich in den jeweiligen Einzelkapiteln.

1 ÜBERBLICK: AUFBAU UND METHODIK DER UNTERSUCHUNG

Kapitel	Perspektive	Zentrale Fragestellung	Methodik
5	Verbrauchersicht I (Verbraucher, die bereits Erfahrungen mit ungewollten Anbieterwechseln gemacht haben)	<ul style="list-style-type: none"> • Wie sieht die Kontaktaufnahme mit dem Kunden aus? • Wie erfahren Verbraucher von einem ungewollten Anbieterwechsel? • Gelingt es Verbrauchern, sich gegen untergeschobene Verträge zur Wehr zu setzen? • Welche Folgen hat der eingeleitete Wechselprozess? 	Erhebung in der Beratung  Vertiefende Auswertung Frühwarnnetzwerk  Verbraucheraufruf auf der Internetseite des Marktwächters Energie 
6	Verbrauchersicht II (Gesamtbevölkerung)	<ul style="list-style-type: none"> • Wie verbreitet sind Telefonwerbung / Haustürgeschäfte im Bereich Energie? • Wie laufen die Gespräche ab? • Wie empfinden Verbraucher den Kontakt am Telefon / an der Haustür? 	Repräsentative Bevölkerungsumfrage 
7	Unternehmenssicht	<ul style="list-style-type: none"> • Wie schätzen Energieversorger das Problem des ungewollten Anbieterwechsels ein? • Welche Möglichkeiten haben Versorger, gegen ungewollte Wechsel vorzugehen? 	Explorative Anbieterbefragung 
8	Rechtliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> • Kurze Bewertung von einigen speziellen Fallkonstellationen, die sich im Rahmen der Kapitel 5 bis 7 ergeben haben und besondere rechtliche Fragen aufwerfen 	Rechtliche Analyse und Bewertung 

4. HINTERGRUND: ABLAUF DES ANBIETERWECHSELS UND RECHTLICHE GRUNDLAGEN



4.1 WIE KANN ES ZU EINEM UNGEWOLLTEN ANBIETERWECHSEL KOMMEN?

Um die Details des Wechselprozesses nachvollziehen zu können, ist es erforderlich, sich zunächst den Ablauf eines normalen Anbieterwechsels vor Augen zu führen: Entscheidet sich ein Kunde für einen neuen Energieversorger, beauftragt er diesen in der Regel nicht nur mit der Strom- oder Gaslieferung, sondern erteilt ihm zugleich auch die Vollmacht, in seinem Namen den Vertrag mit dem bisherigen Versorger zu kündigen. Aus Sicht des Kunden ist dieses Vorgehen einfacher, als den Vertrag selbst zu kündigen, da die beiden Energielieferanten den Umstellungstermin direkt miteinander abstimmen und für einen nahtlosen Übergang sorgen können. Lediglich in Fällen, in denen Verbraucher ihren Vertrag sehr kurzfristig beenden möchten, beispielsweise weil die Kündigungsfrist bald endet oder ein Sonderkündigungsrecht wahrgenommen werden soll, empfiehlt es sich, den Vertrag selbst zu kündigen.

Ein wichtiges Merkmal der Kündigungsvollmacht ist, dass diese laut den Vorgaben des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) in Textform vorliegen muss.⁸ Der Wille des Kunden muss also in einem lesbaren Dokument festgehalten werden; er kann zum Beispiel auf dem Auftragsformular dokumentiert sein. Eine Unterschrift ist dagegen nicht erforderlich (siehe Hintergrundkasten zur Text- und Schriftform). Liegt keine Vollmacht in Textform vor, muss der Verbraucher eine Kündigung nicht gegen sich gelten lassen.



RECHTLICHER HINTERGRUND: BEDEUTUNG VON TEXTFORM UND SCHRIFTFORM

In Gesetzen und Verträgen liest man häufig die Worte Schriftform und Textform. Beide Begriffe klingen ähnlich, haben jedoch unterschiedliche Bedeutungen: Ist für ein bestimmtes Rechtsgeschäft die Schriftform vorgesehen, so muss das entsprechende Dokument – zum Beispiel eine Kündigung – in der Regel eigenhändig unterschrieben werden. Bei einer Kündigung in Textform würde dagegen auch eine E-Mail oder ein maschinell erstellter Brief ausreichen – also ein lesbares Dokument ohne Unterschrift. Entscheidend ist, dass die Person, die die Erklärung abgibt, in den Unterlagen klar benannt wird, und dass die Erklärung auf einem so genannten dauerhaften Datenträger erfolgt, damit sie vom Empfänger aufbewahrt oder gespeichert werden kann.

Praktische Folge dieser Regelung ist, dass sich ein Unternehmen, das von der Kündigung eines Verbrauchers betroffen ist, vom neuen Vertragspartner des Kunden die Kündigungsvollmacht vorlegen lassen kann. Es besteht also eine Möglichkeit, zu überprüfen, ob die vom Wettbewerber ausgesprochene Kündigung tatsächlich dem Wunsch des Kunden entspricht und diese andernfalls zurückzuweisen – soweit zumindest die Rechtslage, wenn Kündigung und Vertragsschluss ausschließlich den oben beschriebenen Regelungen unterliegen.

Bei Strom- und Gasverträgen ergibt sich an dieser Stelle jedoch eine Besonderheit: Die Abläufe beim Anbieterwechsel richten sich nicht nur nach den allgemeinen zivilrechtlichen Vorgaben des BGB, sondern werden darüber hinaus in einem speziellen Regelwerk für den Energiemarkt beschrieben. Diese so genannten Ge-

8 Vgl. § 312h BGB

schäftsprozesse, kurz GPKE und GeLi Gas,⁹ gehen auf einen Beschluss der Bundesnetzagentur zurück und regeln die Details bzw. die praktische Abwicklung des Lieferantenwechsels. Dies bedeutet beispielsweise, dass Energieversorgern und Netzbetreibern¹⁰ konkrete Vorgaben gemacht werden, aus welchen einzelnen Arbeitsschritten sich der Wechselprozess zusammensetzt, wie die Marktteilnehmer miteinander kommunizieren und welche Fristen dabei zu beachten sind. Als Regulierungsbehörde für den Energiemarkt ist die Bundesnetzagentur per Gesetz berechtigt, den Anbietern verbindliche Vorgaben zu machen.¹¹

Das Besondere an GPKE und GeLi Gas ist, dass sie einen Kündigungsprozess vorsehen, bei dem es – abweichend von den oben dargestellten Abläufen – in der Regel nicht zu einer Übermittlung und Kontrolle der Kündigungsvollmacht kommt. Theoretisch muss diese zwar vorhanden sein, ob dies auch tatsächlich der Fall ist, wird vom neuen Lieferanten jedoch zumeist nicht überprüft. Wörtlich heißt es in den Geschäftsprozessen: „Zur Ermöglichung eines größtmöglich automatisierten Verfahrens ist im Regelfall auf den Versand von Vollmachten zu verzichten und die Existenz der Vollmachten vertraglich zuzusichern. Nur in begründeten Einzelfällen kann eine Übermittlung der Vollmachtsurkunde gefordert werden.“¹²

Um die Hintergründe dieser Sonderregelung zu verstehen, ist es wichtig, sich vor Augen zu führen, wie der Datenaustausch bei einem Anbieterwechsel genau aussieht: Energieversorger kommunizieren untereinander nicht über individuelle Schreiben und ausformulierte Mitteilungen, wie es Verbraucher beispielsweise von ihren eigenen Vertragsangelegenheiten gewohnt sind. Der Informationsaustausch läuft stattdessen über ein spezielles elektronisches System zur Übermittlung

9 Die Prozesse existieren in zwei Ausgestaltungen, einmal für den Strom- und einmal für den Gasmarkt. Die vollständigen Bezeichnungen lauten „Geschäftsprozesse zur Kundenbelieferung mit Elektrizität (GPKE)“ bzw. „Geschäftsprozesse Lieferantenwechsel Gas (GeLi Gas)“. Beide Dokumente sind auf der Internetseite der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen (www.bundesnetzagentur.de) abrufbar; die exakten Links sind im Literaturverzeichnis aufgeführt.

10 Nähere Informationen zur Definition und zu den Aufgaben von Netzbetreibern finden sich auf Seite 17.

11 Grundlage: §§ 24; 29 Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) i.V.m § 27 Abs. 1 Nr. 17 Stromnetzzugangsverordnung (StromNZV) und § 50 Abs. 1 Nr. 14 Gasnetzzugangsverordnung (GasNZV)

12 Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 11 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 11

von Daten im Geschäftsverkehr (EDIFACT¹³). Die darin versendeten Nachrichten bestehen nicht aus einem zusammenhängenden Text, sondern setzen sich vielmehr aus einer Aneinanderreihung von Codes und Schlagworten zusammen; auch dies ist in den Geschäftsprozessen der Bundesnetzagentur geregelt. Auf diese Weise soll ein einheitlicher Standard geschaffen werden, der von jedem Marktteilnehmer schnell verarbeitet werden kann und unabhängig von der im jeweiligen Unternehmen genutzten Software ist.

Käme es in einem solch automatisierten System zu einer Übersendung von Einzeldokumenten wie beispielsweise einer Kündigungsvollmacht, könnte dies die Abläufe verzögern oder verkomplizieren, insbesondere bei großen Energieversorgern mit einer hohen Zahl von jährlichen Wechseln. Aus diesem Grund hat sich die Bundesnetzagentur für die oben beschriebene Vereinfachung entschieden. Für sich allein genommen würde diese Tatsache noch kein Problem darstellen, da es für den Wechselprozess eine weitere Regelung gibt, durch die sichergestellt werden soll, dass ein Energieversorger nur dann die Kündigung aussprechen kann, wenn er auch tatsächlich damit beauftragt wurde: die exakte Benennung bestimmter Daten des zu beliefernden Kunden. Allerdings ergeben sich auch an dieser Stelle Schwierigkeiten.

Worin diese Probleme bestehen, wird deutlich, wenn man den Blick wieder auf den eingangs des Kapitels angesprochenen Ablauf eines normalen Anbieterwechsels richtet: Nachdem ein Energieversorger (Neulieferant) vom Verbraucher mit der Kündigung seines alten Vertrags beauftragt wurde, nimmt der Anbieter im nächsten Schritt mit dem bisherigen Lieferanten des Verbrauchers (Altlieferant) Kontakt auf. Dabei muss er den betreffenden Kunden bzw. dessen Wohneinheit zunächst genau identifizieren, damit beide Versorger zweifelsfrei wissen, um welchen Anschluss an das Strom- oder Gasnetz es sich handelt. Da die bloße Nennung von Name und Adresse zu ungenau wäre, sehen GPKE bzw. GeLi Gas an dieser Stelle bestimmte Datenkombinationen vor, anhand derer die Entnahmestelle – die so genannte Marktlokation¹⁴ – identifiziert wer-

13 Die Abkürzung steht für die englische Bezeichnung Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport.

14 Der Begriff Marktlokation wurde Ende 2016 von der Bundesnetzagentur neu eingeführt (Beschlüsse BK6-16-200 und BK7-16-142 vom 20.12.2006) und löst seit dem 1. Februar 2018 offiziell die bis dahin

den kann. Die Datenkombinationen können wie folgt aussehen:

- Name des Kunden + Adresse der Marktlokation + Identifikationsnummer der Marktlokation (MaLo-ID)
- Name des Kunden + Adresse der Marktlokation + Nummer des Strom- oder Gaszählers
- Name des Kunden + Adresse der Marktlokation + Name des bisherigen Lieferanten
+ Kundennummer beim bisherigen Lieferanten¹⁵

Sobald einem Energieversorger eine der genannten Datenkombinationen bekannt ist, hat er die Möglichkeit, den bisherigen Vertrag des Kunden zu beenden und den Wechselprozess einzuleiten. Der Altlieferant darf die Anfrage laut GPKE und GeLi Gas nur dann ablehnen, wenn ihm bei Wahrung der gebotenen Sorgfalt keine Identifizierung möglich ist.¹⁶ Andernfalls muss die Kündigung dem Neulieferanten innerhalb von drei Werkta-

gen bestätigt werden.¹⁷ Damit kommt den oben aufgeführten Angaben innerhalb des Wechselprozesses eine zentrale Rolle zu.

Während Name und Adresse des Kunden in der Regel einem größeren Personenkreis bekannt sein dürfte und bei vielen Verbrauchern auch über das Telefonbuch öffentlich eingesehen werden können, handelt es sich bei den jeweils an dritter bzw. vierter Stelle der Kombination aufgeführten Informationen (MaLo-ID, Zählernummer, Kundennummer, bisheriger Energieversorger) um energiespezifische Daten, die üblicherweise nur dem Kunden, dem Netzbetreiber und dem Lieferanten vorliegen. Bei einem normalen Anbieterwechsel erhält der Neulieferant die Daten direkt vom Kunden; sie werden in der Regel bereits bei der Beauftragung abgefragt, damit sich der neue Anbieter um die Kündigung des Altvertrags kümmern kann (siehe Schritte 1a und 2 in Abbildung 2 auf Seite 16). Aus Sicht des bisherigen Energieversorgers stellt die Nennung der entsprechenden Informationen bei der Kündigung somit zugleich ein wichtiges Signal dar: Ein Wettbewerber, der die Entnahmestelle zweifelsfrei identifizieren kann, muss zuvor mit dem Kunden Kontakt gehabt haben und ist von diesem offenbar mit dem Wechsel beauftragt worden.

Soweit die Theorie bzw. der Normalfall. Das Problem ist jedoch, dass auch unseriöse Akteure die Bedeutung der Daten längst erkannt und Strategien entwickelt haben, wie sie auch dann an die entsprechenden Informationen gelangen, wenn tatsächlich gar keine Beauftragung durch den Kunden stattgefunden hat. Wie eingangs bereits kurz beschrieben, erfragen sie die Daten beispielsweise unter einem Vorwand. Anschließend kann der Wechselprozess einfach angestoßen werden – ohne dass der Verbraucher davon etwas mitbekommt. In der Regel bemerken die Betroffenen den untergeschobenen Vertrag erst, wenn sie einige Wochen später eine Kündigungsbestätigung ihres bisherigen Lieferanten oder eine Auftragsbestätigung des Neuanbieters erhalten.

.....
verbreiteten, aber oft nicht einheitlich genutzten Begriffe Entnahmestelle, Lieferstelle und Zählpunkt ab. Sie entspricht einer Einspeise- bzw. Entnahmestelle im Sinne der Stromnetzzugangsverordnung und wird durch eine eigene ID identifiziert. Diese wird vom Netzbetreiber vergeben und ist unveränderlich, solange die Marktlokation existiert. Mit der Marktlokations-ID (MaLo-ID) wurde zugleich die Zählpunktbezeichnung als zentrale Identifikationsnummer beim Wechselprozess abgelöst. Die Zählpunktbezeichnung existiert zwar weiterhin, dient nun jedoch nur noch zur Identifikation der Messlokation, also des Ortes, an dem die Energie gemessen wird.

15 Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 12 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 10;

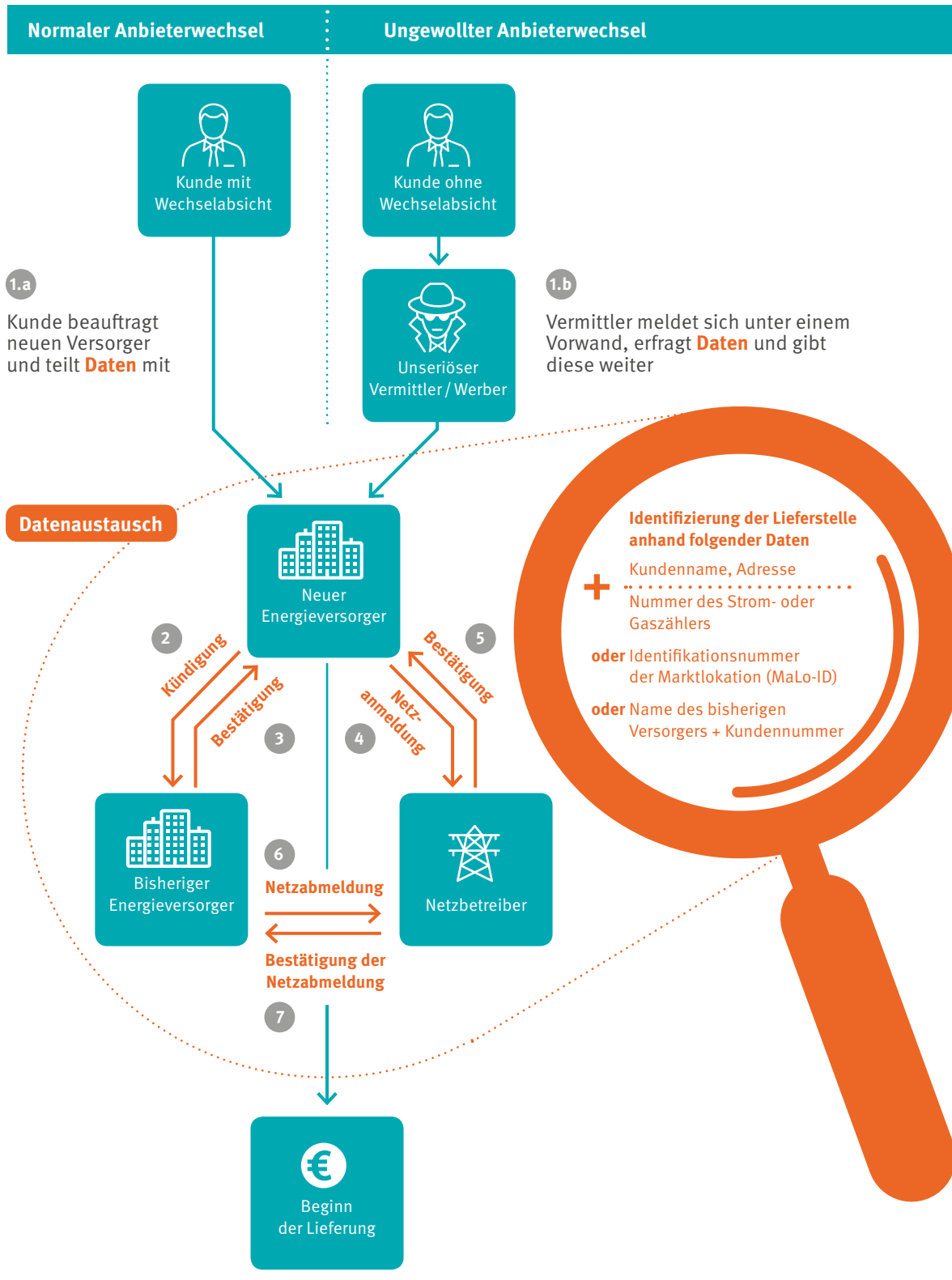
Grundlage sind auch hier die StromNZV bzw. GasNZV, in denen die Daten zur Identifizierung einer Entnahmestelle ausdrücklich beschrieben werden (§ 14 Abs. 3 bzw. § 41 Abs. 3)

16 Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 12 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 10

Zudem kann es auch dann zu einer Ablehnung kommen, wenn der neue Versorger in seiner Kündigung einen Termin nennt, zu dem der Verbraucher noch vertraglich gebunden und eine Kündigung folglich nicht möglich ist. Letzten Endes dürfte dies den Anbieterwechsel aber höchstens verzögern und nicht verhindern. Hintergrund: Lehnt der bisherige Versorger die Anfrage mit dem Hinweis auf die Restlaufzeit des Vertrags ab, muss er dem neuen Anbieter zugleich mitteilen, wann tatsächlich der nächstmögliche Kündigungstermin ist (vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 18 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 17). Daraufhin könnte der Neulieferant die Anfrage – mit dem richtigen Datum – erneut senden. Zudem ist es möglich, und in der Praxis wohl sehr verbreitet, das genaue Datum bei der Kündigung zunächst offenzulassen und stattdessen zum nächstmöglichen Termin zu kündigen. Auch dann müsste der Altlieferant die entsprechenden Informationen zur Verfügung stellen.

.....
17 Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 18 f. bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 17 f.

2 ABLAUF EINES GEWOLLTEN UND EINES UNGEWOLLTEN ANBIETERWECHSELS IM VERGLEICH



Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass sich das Problem des ungewollten Anbieterwechsels aus dem Zusammenspiel von zwei Faktoren ergibt:

1. Der Identifizierung der Marktlokation anhand von Daten, die relativ leicht ausgespäht werden können
2. Dem gleichzeitigen Verzicht auf das Vorlegen und Überprüfen einer Kündigungsvollmacht

Verantwortliche häufig nicht klar zu erkennen

Wer genau für die untergeschobenen Verträge verantwortlich ist, ist im Einzelfall schwer zu sagen: Es gibt sowohl Energieversorger, die sich selbst um Vertrieb und Kundenakquise kümmern, als auch spezielle Dienstleister, Vertriebsunternehmen oder Einzelpersonen, die sich auf die Vermittlung von Energieverträgen spezialisiert haben. Aus diesem Grund muss die Initiative zu einem unseriösen Vorgehen nicht zwingend von jenem Versorger ausgehen, der letzten Endes von dem untergeschobenen Vertrag profitiert. Sofern ein Vermittler beteiligt ist, ist es durchaus möglich, dass dieser die Daten eines Kunden an einen Lieferanten weiterreicht, ohne dass die Hintergründe für den neuen Anbieter ersichtlich sind.

Wie die Erfahrungen aus dem Beratungsalltag der Verbraucherzentralen zeigen, berufen sich Energieversorger in der Praxis sehr häufig auf eine solche Konstellation und verweisen bei Beschwerden über untergeschobene Verträge oftmals darauf, dass es sich um das Fehlverhalten eines einzelnen Vertriebspartners handele, von dem das Unternehmen keine Kenntnis hatte. Wie eng die Verbindungen zwischen Vertriebspartnern und Energieversorgern tatsächlich sind, ist im Einzelfall schwer zu beurteilen. Allerdings stellt sich gerade bei Unternehmen, die immer wieder durch untergeschobene Verträge auffallen, die Frage, wie glaubwürdig es ist, dass die Beteiligten von den Vorgehensweisen ihrer Vertriebspartner in keinem Fall etwas gewusst haben sollen.

In der Grafik zum ungewollten Anbieterwechsel auf Seite 16 (Abbildung 2) wird der Akteur, der die Daten ausspäht und weitergibt, der Einfachheit halber als Vermittler bzw. Werber bezeichnet (vgl. Schritt 1b in Abbildung 2). Dies stellt jedoch keine Wertung oder

Festlegung in Hinblick auf die gerade dargestellten Zusammenhänge dar. Im weiteren Verlauf des Textes wird ebenfalls mit diesen Begriffen gearbeitet.

Netzbetreiber spielt im Wechselprozess eine zentrale Rolle

Zum Schluss soll noch kurz auf die Rolle eines weiteren Akteurs eingegangen werden, der bei den Wechselprozessen eine zentrale Rolle spielt und daher ebenfalls in Abbildung 2 dargestellt wird: der Netzbetreiber. Als Netzbetreiber werden jene Unternehmen bezeichnet, die das Strom- und Gasnetz in einer bestimmten Region betreiben und instand halten. Energieversorger nutzen die Netze zur Durchleitung ihrer Energie und müssen dafür eine Gebühr an die Netzbetreiber zahlen, die sogenannten Netzentgelte. Über den Strom- und Gaspreis werden diese an die Kunden weitergegeben.

Kommt es zu einem Anbieterwechsel, muss der Netzbetreiber darüber in Kenntnis gesetzt werden, dass seine Leitungen ab einem bestimmten Datum von einem anderen Lieferanten genutzt werden. Aus diesem Grund sehen die Geschäftsprozesse für den Lieferantenwechsel eine An- bzw. Abmeldung beim Netzbetreiber vor. Konkret heißt das: Nachdem der Altlieferant die Kündigung gegenüber dem Neulieferanten bestätigt hat, ist dieser verpflichtet, sich unmittelbar auch an den Netzbetreiber zu wenden und die Marktlokation des Verbrauchers zur Belieferung abzumelden.¹⁸ Gleichzeitig erhält der Netzbetreiber vom Neulieferanten eine Mitteilung, in der dieser sich selbst für die Belieferung anmeldet.¹⁹

Die Identifizierung der Marktlokation läuft dabei ebenfalls über die oben aufgeführten Datenkombinationen. Liegen einem Neuanbieter die entsprechenden Angaben vor, kann er sich damit also nicht nur an den Altanbieter wenden und die Kündigung aussprechen, sondern auch die Netzanmeldung vornehmen. Diese ist die zweite zentrale Voraussetzung für einen erfolgreichen Abschluss des Anbieterwechsels.

Zweckmäßigerweise sollte ein Neuanbieter erst dann die Belieferung anmelden, wenn er vom Altlieferanten

.....
18 Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 19 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 18

19 Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 34 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 32

eine Bestätigung erhalten hat, zu welchem Termin der Wechsel möglich ist. In der Praxis passiert es jedoch häufig, dass Kündigung und Netzanmeldung parallel angestoßen werden, um Zeit zu sparen.²⁰ Erhält der Netzbetreiber die Netzanmeldung zu einem Zeitpunkt, zu dem ihm noch keine korrespondierende Abmeldung des Altlieferanten vorliegt, kontaktiert er diesen zwecks Klärung des Sachverhalts und wendet sich anschließend wieder an den Neulieferanten.²¹ All diese Abläufe sind ebenfalls in GPKE und GeLi Gas geregelt.

... 4.2 WIE KÖNNEN SICH VERBRAUCHER GEGEN UNTERGESCHOBENE VERTRÄGE ZUR WEHR SETZEN?

Grundsätzlich haben Verbraucher verschiedene Möglichkeiten, gegen untergeschobene Verträge vorzugehen. Um beurteilen zu können, welche rechtlichen Schritte möglich sind, aber auch mit welchen Problemen diese in der Praxis verbunden sein können, werden die verschiedenen Vorgehensweisen im Folgenden kurz vorgestellt. Mit Blick auf den Umfang dieser Untersuchung kann es sich dabei jedoch nur um einen ersten, sehr allgemeinen Überblick handeln; eine detailliertere Betrachtung einzelner Punkte erfolgt dann in Abschnitt 8.1.

4.2.1 Bestreiten des Vertragsschlusses

Am naheliegendsten erscheint es aus Verbrauchersicht zunächst, gegenüber dem Neuanbieter klarzustellen, dass kein Vertrag geschlossen wurde. Wie unter Punkt 3.1 beschrieben, handelt es sich bei den in dieser Untersuchung betrachteten Fällen ausschließlich um Situationen, in denen der Verbraucher einem neuen Vertrag nicht zugestimmt hat. Somit kann auch kein neuer Vertrag zustande gekommen sein.

Hintergrund: Unter welchen Voraussetzungen ein Vertrag zustande kommt, ist im BGB geregelt.²² Erforderlich sind dafür zwei Willenserklärungen, zum einen das Angebot zum Vertragsschluss, zum anderen dessen Annahme. Ohne eine entsprechende Erklärung des Ver-

brauchers kann der Vorgang also nicht abgeschlossen werden. Behauptet der Anbieter das Gegenteil, muss er im Streitfall beweisen, dass der Verbraucher eine entsprechende Erklärung abgegeben hat.

Aufgrund der beschriebenen Beweislastregelung scheint ein Bestreiten des Vertragsschlusses auf den ersten Blick die aussichtsreichste Vorgehensweise gegen einen untergeschobenen Vertrag zu sein. Wie die Erfahrungen aus dem Beratungsalltag der Verbraucherzentralen zeigen, ergibt sich in der Praxis jedoch oftmals das Problem, dass die Neulieferanten die Einwände der Kunden ignorieren und einfach die Belieferung aufnehmen. Der Kunde kann sich dagegen nicht ohne weiteres wehren: Wurde der Wechselprozess gemäß GPKE bzw. GeLi Gas umgesetzt und die Marktlokation einem anderen Lieferanten zugeordnet, wird sämtlicher Strom- bzw. Gasverbrauch des Kunden ab dem besagten Zeitpunkt dem neuen Versorger zugeschrieben. Für den Verbraucher bedeutet das, dass ein Bestreiten des Vertragsschlusses letztlich nur dann Aussicht auf Erfolg hat, wenn er im Zweifelsfall auch zur gerichtlichen Durchsetzung seiner Ansprüche bereit ist. Viele Verbraucher scheuen jedoch den damit verbundenen Aufwand bzw. das Prozesskostenrisiko.

Zudem gab es in der Vergangenheit immer wieder Fälle, in denen die Neulieferanten vor oder während des gerichtlichen Verfahrens einen Telefonmitschnitt vorgelegt haben, der die angebliche Zustimmung des Verbrauchers belegen soll. Auch dies kann die Erfolgsaussichten der Betroffenen verringern – selbst wenn sich diese absolut sicher sein sollten, dass der Mitschnitt manipuliert wurde und dies auch vor Gericht begründen. Wie die vorgebrachten Beweise im Einzelfall bewertet werden, hängt aber letztlich von der Entscheidung des Richters ab.

Sollte der neue Anbieter bereits mit der Versorgung begonnen haben, ist außerdem zu bedenken, dass Verbraucher selbst bei einem erfolgreichen Bestreiten des Vertragsschlusses unter Umständen für die bereits gelieferte Energie zahlen müssen. Die Einzelheiten dieses so genannten Wertersatzes²³ sind komplex und können an dieser Stelle nicht im Detail dargestellt werden. Fest steht jedoch, dass sich Verbraucher in der Praxis häufig entsprechenden Forderungen gegenübersehen und es nicht einfach ist, diese abzuwehren.

²⁰ Im Abbildung 2 auf Seite 16 werden die Netzanmeldung und -abmeldung der Einfachheit halber als Schritte dargestellt, die nacheinander erfolgen (vgl. Nummer 4 und 6).

²¹ Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 35 ff. bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 33 ff.

²² §§ 145 ff. BGB

²³ § 818 Abs. 2 BGB

4.2.2 Widerruf des Vertrags

Mehr Erfolgsaussichten als das Bestreiten des Vertragsschlusses hat in der Praxis häufig ein Widerruf des angeblichen Vertrags – auch wenn sich dadurch die auf den ersten Blick etwas irritierende Situation ergibt, dass der Verbraucher einen Vertrag widerruft, den er eigentlich ohnehin nicht geschlossen hat. Da der Widerruf in der Praxis jedoch weniger Aufwand verursacht, ergibt dieses Vorgehen durchaus Sinn.

Ein Widerrufsrecht steht Verbrauchern sowohl bei Fernabsatzverträgen als auch bei Verträgen zu, die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen wurden.²⁴ Damit sind sowohl Vertragsschlüsse am Telefon als auch Haustürsituationen von der Vorgabe erfasst. Konkret besagt das Widerrufsrecht, dass Verbraucher bei Energielieferverträgen nach Vertragsschluss 14 Tage Zeit haben, um die Erklärung, die zum Vertragsschluss geführt hat, zu widerrufen. Voraussetzung: Der Verbraucher wurde bei Vertragsschluss ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt.

Insbesondere im Falle eines angeblichen telefonischen Vertragsschlusses ist dies jedoch oft zweifelhaft: Eine vollumfängliche mündliche Belehrung ist hier schon aus praktischen Gründen kaum möglich, weshalb es in der Praxis oftmals zu einer verkürzten Information kommt. Diese wird von Gerichten jedoch als nicht ausreichend angesehen, weil der Verbraucher die relevanten Informationen in derart kurzer Zeit in der Regel nicht reflektieren kann.²⁵ Entscheidend für den Beginn der Widerrufsfrist ist daher zumeist der Zeitpunkt, in dem der Verbraucher die Widerrufsbelehrung in Textform erhält. Dies geschieht üblicherweise mit der Auftragsbestätigung im Nachgang zu einem telefonischen Kontakt.

Ist die Information über das Widerrufsrecht nicht oder nicht ordnungsgemäß erfolgt, kann der Vertrag auch nach Ablauf der 14-tägigen Frist noch widerrufen werden. Allerdings gibt es auch dafür einen festen Zeitraum: Ein Jahr und 14 Tage nach dem (angeblichen) Vertragsschluss erlischt das Widerrufsrecht endgültig.²⁶

Auch bei einem Widerruf besteht grundsätzlich das Problem, dass der Anbieter die Nachricht des Kunden ignorieren bzw. zurückweisen kann (beispielsweise mit der Begründung, dass die 14-tägige Frist bereits verstrichen sei) und gegen den Willen des Verbrauchers mit der Belieferung beginnen kann. Auch in diesem Fall wäre der Verbraucher allein zunächst machtlos und müsste sich rechtlich beraten lassen.

Selbst bei erfolgreichem Widerruf kann der Verbraucher theoretisch zudem zum Wertersatz für eine bereits begonnene Belieferung verpflichtet sein. Dies ist der Fall, wenn das Unternehmen den Verbraucher ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht und die Folgen informiert hat, der Kunde vom Anbieter jedoch ausdrücklich verlangt hat, dass dieser mit der Energielieferung bereits vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt.²⁷

4.2.3 Anfechtung wegen Täuschung, Drohung oder Irrtum

Eine weitere Möglichkeit, gegen untergeschobene Verträge vorzugehen, ist die Anfechtung wegen Täuschung oder Drohung.²⁸ Dieser Weg kommt in Betracht, wenn Verbraucher mit falschen oder irreführenden Angaben zum Abschluss des Vertrags veranlasst werden sollten, beispielsweise mit einem falschen Hinweis zur Identität des Gesprächspartners. Betroffene haben dafür ab Vertragsschluss ein Jahr Zeit.

Außerdem besteht die Möglichkeit, den Vertrag wegen Irrtums anzufechten; dieser Schritt muss allerdings unverzüglich unternommen werden.²⁹ Ein solcher Irrtum kann beispielsweise vorliegen, wenn der Verbraucher falsche Vorstellungen über den Inhalt eines von ihm unterschriebenen Dokuments hatte, beispielsweise weil er einen Vertrag nur für den Nachweis über eine Beratung gehalten hat und davon ausging, lediglich zu bestätigen, dass die Beratung stattgefunden hat.

Der Erfolg der Anfechtung hängt im Wesentlichen davon ab, ob der Verbraucher beweisen kann, dass eine sogenannte Anfechtungslage vorliegt, also die oben beschriebenen Umstände wie zum Beispiel die unwahren Behauptungen seines Gesprächspartners. Ein solcher Nachweis kann für den Verbraucher in der Praxis

.....
24 §§ 312g i.V.m. 355 BGB

25 Vgl. zum Beispiel OLG Düsseldorf, Urteil vom 18.02.2016, Az. I-15 U 54/15

26 § 356 Abs. 3 Satz 2 BGB

.....
27 § 357 Abs. 8 BGB

28 § 123 BGB

29 § 119 BGB

allerdings sehr schwer werden. Zudem ergibt sich auch an dieser Stelle das Problem, dass der Kunde unter Umständen für die bereits gelieferte Energie zahlen muss.

4.2.4 Weitere rechtliche Ansätze

Neben den beschriebenen Ansätzen sind theoretisch noch einige weitere Vorgehensweisen möglich, um den angeblichen Vertrag zu beenden. Diese sollen der Vollständigkeit halber kurz erwähnt, jedoch nicht weiter vertieft werden, da sie in der Praxis eine eher geringe Bedeutung haben.

Zu nennen ist hier zunächst die Möglichkeit der **außerordentlichen Kündigung** bzw. der Kündigung aus wichtigem Grund.³⁰ Dieser Weg steht Verbrauchern offen, wenn es ihnen aus bestimmten Gründen unzumutbar ist, den Vertrag bis zum Ende der regulären Laufzeit weiterzuführen. Der Beweis, dass ein solcher wichtiger Grund vorliegt, ist jedoch nicht ganz einfach zu erbringen – und sollte er gelingen, hat in der Regel auch die unter Punkt 4.2.3 beschriebene Anfechtung Erfolg.

Zudem besteht unter bestimmten Umständen auch die Möglichkeit, den angeblichen Vertrag **ordentlich zu kündigen** und sich trotzdem auf der Stelle, das heißt ohne Einhaltung der Mindestlaufzeit, vom Vertrag zu lösen. Hintergrund: Werden Geschäftsbedingungen zur Laufzeit des Vertrags bei dessen Abschluss nicht wirksam einbezogen³¹ oder ist die Grundlaufzeit des Vertrags länger als gesetzlich erlaubt,³² werden statt der fehlenden bzw. unzulässigen Vorgaben automatisch die gesetzlichen Regelungen zur Laufzeit herangezogen. Damit hätte der Vertrag keine feste Laufzeit und wäre jederzeit mit einer Frist von zwei Wochen kündbar.³³

.....
30 § 314 BGB

31 Wirksam einbezogen bedeutet, dass dem Verbraucher die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) so zur Verfügung gestellt werden, dass er diese auch tatsächlich zur Kenntnis nehmen kann; die Details sind in §§ 305 ff. BGB geregelt. Ein Beispiel für eine nicht wirksame Einbeziehung wäre beispielsweise, wenn die AGB bei einem telefonischen Vertragsschluss gar nicht erwähnt werden und der Verbraucher erst in Nachhinein davon Kenntnis erlangt.

32 In AGB ist eine Laufzeit von maximal 24 Monaten zulässig; vgl. § 309 Nr. 9a BGB

33 §§ 20 StromGVV bzw. GasGVV

4.2.5 Sonstige Handlungsoptionen

Zum Schluss soll noch kurz auf zwei Optionen eingegangen werden, die sich nicht wie die anderen geschilderten Vorgehensweisen aus dem BGB ergeben, sondern eine andere rechtliche Grundlage haben: Zu nennen ist hier zunächst das im Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) vorgesehene Schlichtungsverfahren durch die Schlichtungsstelle Energie.³⁴ Ziel des Verfahrens ist es, durch neutrale und unabhängige Schlichter eine Einigung zwischen Energieversorgern und ihren Kunden herbeizuführen. Allerdings ist der Verbraucher darauf angewiesen, dass der betroffene Anbieter ebenfalls an einer Verständigung interessiert ist und die Empfehlung der Schlichtungsstelle akzeptiert. In der Vergangenheit war dies nicht bei allen Lieferanten der Fall. Hinzu kommt, dass die im Schlichtungsverfahren erzielte einvernehmliche Lösung durchaus von Kompromissen geprägt sein kann, das heißt, es ist nicht gesagt, dass der Kunde seine Ziele in vollem Umfang durchsetzen kann.

Zudem haben Verbraucher die Möglichkeit, sich mit einer Beschwerde an die Bundesnetzagentur zu wenden. Dies hat zwar keine unmittelbaren Auswirkungen auf das Vertragsverhältnis des einzelnen Kunden, sollte aus Gründen der Vollständigkeit dennoch kurz erwähnt werden, da eine solche Beschwerde zumindest dazu beitragen kann, dass die Bundesnetzagentur auf den Lieferanten aufmerksam wird und entsprechende Schritte einleitet, sodass der betreffende Lieferant seine unseriösen Geschäftsmethoden zukünftig nicht weiter verfolgen kann. Denn Werbeanrufe sind nur dann zulässig, wenn der Kunde der Kontaktaufnahme zuvor ausdrücklich zugestimmt hat.³⁵ Ist dies nicht der Fall, kann die Bundesnetzagentur den entsprechenden Anbieter sanktionieren und ein Ordnungsgeld verhängen.³⁶

4.2.6 Folgen für den bisherigen Vertrag

Auch für den bisherigen Energieliefervertrag des Verbrauchers hat der ungewollte Anbieterwechsel weitreichende Konsequenzen: Selbst wenn der Verbraucher die oben beschriebenen Möglichkeiten nutzen und sich erfolgreich gegen den angeblichen neuen Vertrag zur Wehr setzen kann, bedeutet dies nicht, dass der alte Vertrag automatisch wieder auflebt. Denn bei einer

.....
34 § 111b EnWG

35 § 7 Abs. 2 Nr. 2 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

36 § 20 UWG; vgl. dazu auch Ausführungen in Abschnitt 8.2.8.

Kündigung handelt es sich um ein sogenanntes einseitiges Rechtsgeschäft; das heißt, sie wird erklärt und ist mit Zugang³⁷ beim Empfänger wirksam, ohne dass dieser sie noch annehmen oder bestätigen müsste.

Bei einem ungewollten Anbieterwechsel ergibt sich wie beschrieben die Besonderheit, dass der Vertrag in der Regel ohne entsprechende Vollmacht gekündigt wird. Eigentlich müsste der bisherige Versorger des Kunden die Kündigung also zurückweisen,³⁸ was in der Praxis jedoch kaum geschieht, da die Vollmacht laut GPKE und GeLi Gas nicht übermittelt werden muss und der Altlieferant in der Regel keine Kenntnis von der fehlenden Bevollmächtigung erlangt. Rechtlich hat dies zur Folge, dass die Kündigung einen Status erhält, der als „schwebend unwirksam“ bezeichnet wird. Das bedeutet: Ob die Kündigung tatsächlich wirksam wird, hängt davon ab, ob sie vom Verbraucher nachträglich doch noch genehmigt wird.³⁹ Geschieht dies nicht, ist die Kündigung unwirksam und der Vertrag besteht fort.

Theoretisch kann der Verbraucher von seinem bisherigen Anbieter also die Fortführung seines Vertrags verlangen, weil dieser nie wirksam gekündigt wurde. Es müssten dann dieselben Preise, dieselbe Preisgarantie, dieselbe Laufzeit und dieselbe Kündigungsfrist gelten.

Praktisch ergibt sich an dieser Stelle jedoch ein Problem, das ebenfalls auf die Regelungen in GPKE und GeLi Gas zurückzuführen ist: In den Geschäftsprozessen ist keine rückwirkende Netzanmeldung oder -abmeldung vorgesehen (abgesehen von einigen Ausnahmefällen wie etwa einem Umzug).⁴⁰ Aus Sicht des Altlieferanten bedeutet das: Hat ein anderes Unternehmen bereits die Belieferung des Kunden aufgenommen, kann der bisherige Versorger die eigene Netzabmeldung nicht

nachträglich wieder zurücknehmen und angeben, dass es sich bei dem Verbraucher doch die ganze Zeit um seinen Kunden gehandelt und er diesen durchgehend beliefert hat. Dies wäre jedoch Voraussetzung dafür, dass der alte Vertrag nahtlos fortgeführt werden kann – andernfalls würden Vertragslage und tatsächliche Belieferungssituation einander widersprechen, was beispielsweise zu Problemen bei der Abrechnung führen könnte.

Aus diesem Grund bieten Altlieferanten ihren Kunden nach einem ungewollten Wechselprozess in der Regel nicht die Rückkehr in ihren bisherigen Vertrag an, sondern schließen einen neuen Vertrag mit dem Verbraucher. Auf diese Weise hat der Versorger genug Zeit, eine neue Netzanmeldung vorzunehmen und somit auch gegenüber dem Netzbetreiber anzuzeigen, dass er künftig wieder die Belieferung der Marktlotation übernimmt. Für den Kunden kann dies jedoch mit dem Problem verbunden sein, dass der neue Vertrag auch mit neuen Konditionen verbunden ist – Preise und andere Vertragsbedingungen könnten sich also verschlechtern.

Zu beachten ist zudem, dass der Abschluss eines neuen Vertrags nur dann nachvollziehbar ist, wenn der Neulieferant zwischenzeitlich tatsächlich die Belieferung des Kunden übernommen hat und sich das beschriebene Problem der rückwirkenden Netzanmeldung stellt. Liegt das Vertragsende dagegen noch einige Wochen oder Monate in der Zukunft, müsste dem Versorger die Fortführung des bisherigen Vertrags möglich sein, wenn ihn der Kunde auf die unwirksame Kündigung hinweist.⁴¹ In der Beratungspraxis ist jedoch immer wieder zu beobachten, dass auch in solchen Fällen nach dem Grundsatzerfahren wird, dass der als gekündigt behandelte Vertrag nicht wieder auflebt, sondern der Verbraucher stattdessen einen neuen Vertrag schließen soll.

37 Als Zugang wird jener Zeitpunkt definiert, ab dem der Empfänger die Willenserklärung zur Kenntnis nehmen kann. Das heißt beispielsweise der Zeitpunkt, an dem ein Brief bzw. eine E-Mail bei ihm eintrifft und er normalerweise die Möglichkeit hat, von der Nachricht Kenntnis zu nehmen. Wann der Empfänger das entsprechende Dokument tatsächlich liest und zur Kenntnis nimmt, spielt keine Rolle.

38 § 174 BGB

39 § 177 BGB

40 Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 21 f. bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 20 f.

41 Eine gewisse zeitliche Begrenzung ergibt sich lediglich durch den Vorlauf, der bei einer Netzanmeldung zu beachten ist: Sie muss mindestens zehn Werktage vor dem geplanten Lieferbeginn erfolgen; im vorliegenden Beispiel also zehn Tage vor dem Tag, an dem eigentlich der Wechsel vorgesehen war, nun aber doch der bisherige Versorger die Belieferung fortsetzen soll. Vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 34 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 32

5. ERKENNTNISSE AUS DER BERATUNG: HINWEISE UND BESCHWERDEN VON BETROFFENEN VERBRAUCHERN

Wie in Abschnitt 3.2 bereits erläutert, erfolgt in diesem Kapitel eine gemeinsame Betrachtung der Ergebnisse von drei qualitativen Teiluntersuchungen, die sich allesamt mit den bei den Verbraucherzentralen und den beim Marktwächter Energie eingehenden Beschwerden befassen: der vertiefenden Auswertung des Frühwarn-

netzwerks, der Erhebung in der Beratung sowie des Verbraucheraufrufs. Die jeweiligen Erhebungszeiträume und die Zahl der ausgewerteten Fälle werden in den Methodensteckbriefen auf dieser und der folgenden Seite näher dargestellt.



UNTERSUCHUNGSMETHODE: AUSWERTUNG DES FRÜHWARNNETZ- WERKS

Vorgehen:

Sichtung und inhaltliche Analyse sämtlicher Fallbeschreibungen, die im genannten Zeitraum im Frühwarnnetzwerk eingegangen sind und sich auf Beschwerden zum ungewollten Anbieterwechsel beziehen

Erhebungszeitraum:

11.12.2017 – 13.06.2018

Grundgesamtheit:

Verbraucher, denen ein Energieliefervertrag untergeschoben wurde und die anschließend die rechtliche Beratung in einer der bundesweit rund 200 Beratungsstellen der Verbraucherzentralen genutzt haben, sowie Verbraucher, die aus dem gleichen Grund das Beschwerdeformular auf der Website der Marktwächter ausgefüllt haben

Nettostichprobe:

152 Fallbeschreibungen aus allen 16 Bundesländern, darunter 146 Schilderungen, die auf Beratungen zurückgehen, und sechs Hinweise, die über das Beschwerdeformular auf www.marktwaechter.de eingingen



UNTERSUCHUNGSMETHODE: ERHEBUNG IN DER BERATUNG

Vorgehen:

Strukturierte Leitfadeninterviews in Form eines halbstandardisierten Fragebogens durch die Beratungskräfte in den jeweiligen Verbraucherzentralen

Erhebungszeitraum:

05.02.2018 – 22.03.2018

Grundgesamtheit:

Verbraucher, denen ein Energieliefervertrag untergeschoben wurde und die anschließend die rechtliche Beratung in einer der bundesweit rund 200 Beratungsstellen der Verbraucherzentralen genutzt haben

Nettostichprobe:

42 Befragte aus 10 Bundesländern



UNTERSUCHUNGSMETHODE: UNTERSUCHUNG VON RÜCKLÄUFERN AUS EINEM VERBRAUCHERAUFTRUF

Vorgehen:

Befragung mithilfe eines Fragebogens, der von den Verbrauchern auf der Internetseite des Marktwächters selbst aufgefüllt wurde

Erhebungszeitraum:

13.02.2018 – 15.08.2018

Grundgesamtheit:

Verbraucher, denen ein Energieliefervertrag untergeschoben wurde und die anschließend aufgrund des Verbraucheraufrufes an der Online-Befragung auf der Website der Marktwächter teilgenommen haben

Nettostichprobe:

28 Befragte



5.1 WIE SIEHT DIE KONTAKTAUFNAHME MIT DEM KUNDEN AUS?

Ausgangspunkt eines ungewollten Anbieterwechsels ist zumeist ein telefonischer Kontakt – das zeigen die Ergebnisse aller drei Teiluntersuchungen übereinstimmend. Die meisten Kunden konnten sich bei ihrem Hinweis an die Verbraucherzentrale noch gut daran erinnern, dass sie einige Tage oder Wochen, bevor sie den untergeschobenen Vertrag bemerkt haben, einen Anruf erhalten hatten, in dem es um ihre Strom- oder Gaslieferung ging. Der Ablauf der Gespräche sah dabei – wie später noch ausführlicher dargestellt wird – durchaus unterschiedlich aus, gemeinsames Merkmal war jedoch, dass der Gesprächspartner irgendwann auf das Thema Energieversorgung zu sprechen kam.

Insgesamt berichteten etwa drei Viertel aller betroffenen Verbraucher von einem telefonischen Kontakt – dieses Ergebnis war in allen drei Teiluntersuchungen konstant. Bei den übrigen Fällen wurde überwiegend auf einen Kontakt an der Haustür verwiesen, also auf eine Situation, in der die Verbraucher überraschend

zu Hause aufgesucht wurden und – mit unterschiedlichen Begründungen – in ein Gespräch verwickelt wurden. Andere Formen der Kontaktaufnahme wurden von den Betroffenen nicht genannt, was darauf schließen lässt, dass die werbenden Personen offenbar gezielt das persönliche Gespräch suchen. In einigen Fällen berichteten Verbraucher allerdings, dass der spätere telefonische Kontakt zunächst im Internet angebahnt wurde, etwa über ein Online-Gewinnspiel oder – wie im folgenden Beispiel – über eine Werbe-E-Mail⁴²:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher bekam per E-Mail ein Angebot für ein Gewinnspiel, ging auf die Seite und gab seine Daten an. Anschließend erhielt er einen Anruf, dass er in die Auswahl für den Gewinn aufgenommen wurde. Gleichzeitig wurde ihm ein Strom- und ein Festnetzvertrag angeboten. (...)“

Vereinzelnd fanden sich zudem Beschwerden, in denen sich die Betroffenen an überhaupt keinen Kontakt erinnern konnten und folglich keinerlei Erklärung dafür hatten, wie es zu dem untergeschobenen Vertrag gekommen war. Was in solchen Fällen genau passiert ist, ist ohne weitere Nachforschungen schwer einzuschätzen. Möglich erscheint sowohl, dass die Betroffenen den Kontakt schlicht vergessen haben (etwa weil die Gesprächsstrategie des Gegenübers so geschickt war, dass die Kunden keinen Zusammenhang mit dem späteren Wechsel herstellen), als auch, dass die Werber auf anderem Weg an die Daten des Kunden gekommen sind, beispielsweise weil andere Unternehmen oder Einzelpersonen diese weitergegeben haben.

Ein gewisses Risiko scheint zudem auch die Tatsache darzustellen, dass Strom- und Gaszähler in vielen Mehrparteienhäusern frei zugänglich sind und sensible Daten wie die Zählernummer von jedem, der das Haus einmal betreten hat, abgeschrieben werden können. Hängen die Geräte beispielsweise im Keller, sind sie zudem oft mit Hinweisen zur dazugehörigen Wohnung versehen (zum Beispiel „2. OG rechts“) – zusammen mit den Informationen auf dem Klingelschild würde

.....
⁴² Das Zusenden von Werbung per E-Mail ist, genau wie Werbeanrufe, ohne vorherige Einwilligung grundsätzlich unzulässig; vgl. § 7 Abs. 2 Nr. 3, 4 UWG.

sich für unbefugte Besucher des Hauses also bereits ein vollständiges Bild der Marktlotation ergeben.⁴³

Ob die Daten tatsächlich auf diese Weise ausgespäht und genutzt wurden, lässt sich im Einzelfall schwer feststellen – wie die folgende Schilderung aus dem Frühwarnnetzwerk zeigt, gibt es aber zumindest immer wieder Konstellationen, in denen vieles darauf hindeutet:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher wohnt in einem Mehrfamilienhaus, in dem alle Zähler frei zugänglich sind. Zum wiederholten Male kommt es vor, dass es Ärger mit einem ungewollten Vertragswechsel gibt. Ohne schriftlichen oder telefonischen Kontakt werden Vertragswechsel in Gang gesetzt. (...)“

Ein ähnlich klares Bild wie bei der Kontaktaufnahme ergab sich bei der Frage, **welche Art von Vertrag** den Verbrauchern untergeschoben wurde: In den meisten Fällen handelte es sich um einen Stromvertrag. Zudem gab es einige Verbraucher, die gleich doppelt vom ungewollten Anbieterwechsel betroffen waren, da ihnen sowohl ein Strom- als auch ein Gasvertrag untergeschoben wurden. Auffällig an diesen Doppel-Wechseln war, dass in allen Fällen, in denen Angaben zu den beteiligten Unternehmen vorlagen,⁴⁴ die Strom- und Gaslieferung von ein und demselben Energieversorger übernommen werden sollte. Das heißt, beide Verträge wurden beim selben Unternehmen untergeschoben.

Fälle, in denen Verbraucher ausschließlich über einen untergeschobenen Gasvertrag klagten, traten bei allen drei Teiluntersuchungen nur sehr selten auf. Dies passt zu der Tatsache, dass es in Deutschland insgesamt deutlich weniger Gas- als Stromkunden gibt und es für unseriöse Werber daher erfolgsversprechender zu sein scheint, sich in erster Linie auf Stromverträge zu konzentrieren.

.....
⁴³ Konkret könnte der unseriöse Akteur im beschriebenen Szenario Namen, Adresse und Zählernummer ausspähen. Diese Datenkombination genügt wie beschrieben zur Identifikation der Marktlotation. Um die Kündigung des aktuellen Energieliefervertrags in die Wege zu leiten, bräuchte der Werber allerdings zusätzlich auch noch den Namen des bisherigen Versorgers. Über einen kleinen Umweg in den Geschäftsprozessen lässt sich dieser ebenfalls herausfinden. Die Details sind auf Seite 49 f. dargestellt.

⁴⁴ Dies war bei fünf Beschreibungen der Fall; die Daten gehen alle auf die Erhebung in der Beratung zurück.

Kunden mit Sonderverträgen ebenso betroffen wie grundversorgte Kunden

Die **bisherige Belieferungssituation des Kunden** scheint bei ungewollten Wechseln keine besondere Rolle zu spielen: Bei der Befragung durch die Beratungskräfte fanden sich sowohl Fälle, in denen die Betroffenen vor dem Wechsel im Rahmen der Grundversorgung beliefert wurden, als auch solche, bei denen die Kunden einen Sondervertrag geschlossen hatten.⁴⁵ Da ein Grundversorgungsverhältnis jederzeit mit einer Frist von zwei Wochen gekündigt werden kann, ermöglicht dies aus Sicht der unseriösen Werber grundsätzlich eine besonders schnelle Abwicklung des Wechsels. Sonderverträge haben dagegen in der Regel feste Laufzeiten und können daher nicht so schnell beendet werden.

Dies scheint jedoch nicht dazu zu führen, dass grundversorgte Kunden überdurchschnittlich oft von ungewollten Wechseln betroffen sind. Stattdessen zeigten die vorliegenden Schilderungen, dass die Altverträge teilweise auch dann gekündigt wurden, wenn die Kunden zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme noch eine längere Vertragsbindung hatten und ein Wechsel erst in einigen Monaten möglich war. Für die betroffenen Verbraucher bedeutete das, dass sie entweder erst Monate später eine Mitteilung mit genauen Angaben zum Umstellungstermin erhielten oder aber dass der Belieferungsbeginn – wie im folgenden Beispiel – mit sehr viel Vorlauf angekündigt wurde:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher hatte mit [Energieversorger xxx] Kontakt. Im Juni 2016 kam die Mitteilung, dass die Versorgung im März 2018 aufgenommen wird. (...)“

Ein besonderer Schwerpunkt lag bei der Auswertung der Verbraucherbeschwerden auf der Frage, wie Vermittler und andere Akteure genau vorgehen, wenn sie Verbraucher kontaktieren und versuchen, persönliche Daten für das Einleiten des Wechselprozesses in Er-

.....
⁴⁵ In der Grundversorgung befinden sich all jene Verbraucher, die ihren Anbieter oder Tarif noch nie gewechselt haben. Wer sich dagegen für einen anderen Energieversorger oder einen Tarif außerhalb der Grundversorgung entschieden hat, wird im Rahmen eines sogenannten Sondervertrags beliefert. Je nachdem, in welchem Vertragsverhältnis die Kunden zu ihrem Anbieter stehen, gelten für die Belieferung unterschiedliche rechtliche Grundlagen.

fahrung zu bringen. Wie die Ergebnisse der Erhebung in der Beratung deutlich zeigen, wurden dabei offenbar sehr unterschiedliche Strategien genutzt. So berichten Verbraucher in etwa einem Drittel der untersuchten Fälle, dass die Werber zu Beginn des Gesprächs offen auf ihren Bezug zur Energiewirtschaft hingewiesen und sich als Mitarbeiter eines Energieversorgers vorgestellt haben (15 von 42 Fällen; darunter 14, in denen der Lieferant namentlich genannt wurde). Daneben gibt es jedoch auch Fälle, bei denen entweder nur mit sehr groben Umschreibungen des beruflichen Hintergrunds („Vermittler“, „Energieberater“) gearbeitet wurde oder mit Aussagen, die theoretisch von jedem Kunden unterschiedlich aufgefasst werden können („Hier ist Ihr Energieversorger“).

Zehn weitere der insgesamt 42 Befragten gaben an, sich nicht genau an die Vorstellung erinnern zu können bzw. es mit einem Gesprächspartner zu tun gehabt zu haben, der sich gar nicht vorgestellt habe. In sechs Fällen schienen die Akteure falsche Angaben zu ihrer Identität gemacht zu haben, da sie sich beispielsweise als Mitarbeiter eines Telefonanbieters, eines Umfrageinstituts oder eines Vergleichsportals vorstellten. Zudem zeigte sich in zwei weiteren Fällen, dass der Name des Energieversorgers, den der Werbende zu Beginn des Gesprächs genannt hatte, nicht mit jenem Unternehmen übereinstimmte, bei dem später ein Vertrag untergeschoben wurde. Auch hier wurden die Verbraucher offenbar gezielt in die Irre geführt.

Die folgenden Schilderungen aus dem Frühwarnnetzwerk sprachen ebenfalls für bewusste Täuschungen:



FALLBEISPIELE AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Untergeschobener Vertrag am Telefon. Anruf angeblich von Bundesnetzagentur. Ein paar Wochen später wurde der Vertrag beim bisherigen Anbieter gekündigt. (...)“

„Verbraucher wurde unaufgefordert angerufen. Unternehmen gab sich als bestehender Versorger aus, später kam jedoch Auftragsbestätigung für einen neuen Vertrag.“

„Vertreter an Haustür (abends, 19 Uhr). Vertreter stellte sich als Mitarbeiter der Telekom vor, sprach dann aber über den Stromvertrag. (...)“

Eng verbunden mit der Überlegung, wie sich die werbende Person vorgestellt hat, ist die Frage, welcher **Grund für die Kontaktaufnahme** genannt wurde. Auch hier bestätigte sich im Wesentlichen die oben beschriebene Unterteilung in relativ konkrete, eher vage und gänzlich falsche Angaben. Insgesamt ließen sich somit drei grobe Fallkonstellationen ausmachen:

- Gespräche, bei denen von Anfang an klar zu erkennen war, dass für einen Energieliefervertrag geworben werden sollte
- Gespräche, bei denen der inhaltliche Bezug zum Thema Strom oder Gas zwar vage zu erkennen war, die Details bzw. die genaue Absicht des Gesprächspartners jedoch (zunächst) unklar blieben
- Gespräche, bei denen es (zunächst) keinen Energiebezug gab und die Verbraucher dementsprechend von einem komplett anderen Anlass ausgingen

Was die Häufigkeit der einzelnen Vorgehensweisen angeht, so dominierte bei der Erhebung in der Beratung klar das erste Szenario: 30 der 42 betroffenen Verbraucher gaben bei der Befragung im Anschluss an die Beratung an, dass ihnen ein Angebot für einen günstigeren Vertrag als Grund für die Kontaktaufnahme genannt wurde. In anderen Fällen erfolgten vage Beschreibungen wie „unverbindliche Energieberatung/ unverbindlicher Preisvergleich“ oder „Angebot zur Rechnungsprüfung“. Gesprächseinstiege, in denen es vermeintlich um ein ganz anderes Thema als die Strom- und Gaslieferung ging, waren bei der Erhebung eher vereinzelt zu beobachten, fielen allerdings durch eine große Bandbreite genannter Gründe auf. So berichteten die Verbraucher beispielsweise, dass sie mit dem Hinweis auf ein Gewinnspiel, eine Umfrage oder die Auszahlung eines Guthabens in ein Gespräch verwickelt worden waren.

Auch im Frühwarnnetzwerk fanden sich verschiedene Beispiele für solche Vorwände und Täuschungen:



FALLBEISPIELE AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Im Mai 2018 erhielt der Verbraucher einen Anruf auf seinem Handy von [Energieversorger xxx]. Ihm wurde mitgeteilt, dass er eine kostenlose Beratung zum Thema Energie gewonnen hätte. (...)“

„Ein Vertreter erscheint an der Haustür und eröffnet, er komme wegen Gas und Strom. Er gibt an, zu Kontrollzwecken die letzte Rechnung des Grundversorgers einsehen zu müssen. (...)“

„Verbraucherin bekam einen Telefonanruf von [Energieversorger xxx]. Es wurde ihr mitgeteilt, dass ihr bisheriger Anbieter die Belieferung eingestellt habe und sie gezwungen sei, den Vertrag nun mit [Energieversorger xxx] abzuschließen. (...)“

Zu den Unklarheiten beim Gesprächseinstieg passt, dass laut der Erhebung in der Beratung viele Verbraucher erst im Laufe der Unterhaltung realisierten, dass es sich um ein Verkaufsgespräch mit dem Ziel eines Anbieterwechsels handelte. In einigen Fällen blieb dies sogar bis zum Ende des Gesprächs unklar – hier handelte es sich offenbar um Fallkonstellationen, in denen die Akteure nicht nur zu Beginn der Unterhaltung mit einem Vorwand arbeiteten, sondern während des gesamten Gesprächs bei diesem Thema blieben und zu keinem Zeitpunkt auf den Bereich Energie zu sprechen kamen. Erklärtes Ziel solcher Kontaktaufnahmen könnte demnach von Anfang an das Ausspähen von Daten und in der Folge der ungewollte Wechsel gewesen sein – der Versuch, die Verbraucher zu einem regulären Vertragsschluss zu bewegen, wurde gar nicht erst unternommen.

Eine solche Vorgehensweise scheint jedoch eher die Ausnahme als die Regel zu sein. Wie die zuvor dargestellten Ergebnisse zum Gesprächseinstieg und -verlauf zeigen, kam es in den meisten Fällen durchaus zu einem konkreten Vertragsangebot. Die Werber schienen sich demnach einer Art Doppelstrategie zu bedienen: Zunächst versuchten sie, vom Überraschungsmoment der unerwarteten Kontaktaufnahme zu profitieren, die finanziellen Vorteile eines neuen Vertrags herauszustellen und den Verbraucher auf diese Weise von einem Anbieterwechsel zu überzeugen. Gelang dies nicht, bot der Austausch über aktuelle Angebote und die bisherige Belieferungssituation zugleich eine günstige Gelegenheit, um sensible Daten zu erfragen und den Wechsel nach dem Gespräch auch ohne Zustimmung des Kunden in die Wege leiten zu können.

Zusendung von Infomaterial als Vorwand für Datenabfrage

Wie die Ergebnisse aus der Erhebung in der Beratung weiter zeigen, gelang es den Werbenden durch ihre Gesprächsstrategien in vielen Fällen, zumindest so viel Interesse bei den Kunden zu wecken, dass diese bereit waren, sich weiterführende Informationen übermitteln zu lassen. Dies galt insbesondere bei Werbeanrufen, bei denen die Betroffenen häufig zustimmten, dass ihnen das soeben vorgetragene Angebot noch einmal schriftlich zugeschickt werden sollte, damit sie die Details in Ruhe nachlesen konnten. Manche Kunden berichteten auch, dass sie sich letztlich nur deshalb mit der Zusendung einverstanden erklärten, weil sie von ihrem Gesprächspartner dazu gedrängt wurden oder diesen möglichst schnell abwimmeln wollten.

Was auch immer im Einzelfall der Grund für die **Zustimmung zu einem schriftlichen Angebot** war, aus Sicht der unseriösen Vermittler und Vertriebsmitarbeiter ergab sich dadurch jedenfalls ein klarer Vorteil: Sie konnten nun nach weiteren Daten wie der Adresse fragen, ohne dass die Kunden misstrauisch wurden. Die Verbraucher wiederum fühlten sich durch den Hinweis auf die Unverbindlichkeit des Angebots geschützt und ahnten nicht, dass trotzdem ein Wechsel eingeleitet werden kann. Dies verdeutlicht die folgende Beschreibung aus dem Beschwerdeformular auf der Marktwächter-Website:



FALLBEISPIELE AUS DEM BESCHWERDEFORMULAR DES ENERGIE MARKTWÄCHTERS:

„Anfang Dezember erhielt ich von [Energieversorger xxx] einen sehr höflichen und freundlichen Werbeanruf mit dem Angebot eines Preisvergleichs für Strom. Mir wurde nach einigen Angaben ein erstaunlich günstiges Angebot unterbreitet und ich freute mich über die Aussicht, in Zukunft einen deutlich günstigeren Monatsabschlag zahlen zu müssen. Ich stimmte der Zusendung eines Angebotes daher zu, nicht mehr. Ich sagte ausdrücklich, dass ich hiermit keinen Vertrag abschließen, sondern mir erst alles in Ruhe in den Unterlagen ansehen und mich dann entscheiden wollte. Ich ging also davon aus, dass mündlich hiermit noch kein Vertrag zustande gekommen war, sondern dass dieser erst mit

Unterschrift und Zurücksenden der Unterlagen wirksam werden würde. Ich erhielt jedoch kein Angebot, sondern ein Willkommenschreiben. Die Angaben darin ergaben nach kurzem Nachrechnen einen ganz anderen Monatsabschlag als erwartet. (...)“

Ein weiteres Problem an den schriftlichen Angeboten: Hatten Verbraucher der Zusendung von Informationsmaterial grundsätzlich zugestimmt, gingen sie oft automatisch davon aus, dass es sich bei eingehenden Briefen oder E-Mails um die angekündigte Werbung handelte – und verloren wie im folgenden Beispiel womöglich wichtige Zeit, um gegen den untergeschobenen Vertrag vorzugehen:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucherin erhielt einen unzulässigen Werbeanruf. Sie hat einem Vertrag am Telefon auf keinen Fall zugestimmt, dennoch erhielt sie kurze Zeit später eine Vertragsbestätigung. Die Verbraucherin hielt das Schreiben für Werbung bzw. ein Angebot und entsorgte es deshalb. Erst als sie die Kündigung vom Altanbieter bzw. ein Schreiben mit Termin zum Lieferbeginn erhielt, reagierte sie mit einem Widerruf. Dieser wurde jedoch als verspätet zurückgewiesen.“

Da die Kenntnis bestimmter Daten bei der Einleitung eines Anbieterwechsels wie beschrieben eine zentrale Rolle spielt, wurde im Rahmen der Erhebung in der Beratung auch der Frage nachgegangen, wie die Werbenden genau vorgehen, um diese in Erfahrung zu bringen. Auffällig war zunächst, dass die betroffenen Verbraucher in fast der Hälfte der Fälle (19 von 42) berichteten, dass ihrem Gesprächspartner zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme bereits **persönliche Daten** vorlagen.⁴⁶ Zumeist handelte es sich dabei um Name und Adresse des Kunden (15 von 19 Fällen, in denen Daten vorlagen), gefolgt vom Namen des bisherigen Energieversorgers (9 Fälle), der Zählernummer (6 Fälle) und den Kontodaten (5 Fälle).

⁴⁶ Da 14 von 42 Verbrauchern an dieser Stelle gar keine Angaben machten, beispielsweise weil sie sich nicht mehr erinnern konnten, könnte der tatsächliche Anteil sogar noch höher gewesen sein.

Aufgrund der geringen Fallzahlen können die einzelnen Werte zwar nur mit Vorsicht interpretiert werden, die Gesamttendenz ist jedoch deutlich: In einem beträchtlichen Teil der Fälle scheinen die Verbraucher nicht wahllos bzw. zufällig kontaktiert worden zu sein, sondern es handelte sich offenbar um eine gezielte Ansprache von Personen, zu denen den Werbenden bereits Daten vorlagen, mitunter sogar energiespezifische Angaben. Dies könnte auf eine gezielte Weitergabe der Informationen durch Dritte bzw. einen Handel mit persönlichen Daten hindeuten. Besonders deutlich wurde dieses Muster bei der telefonischen Kontaktaufnahme; Besuche an der Haustür schienen dagegen häufiger ungezielt zu erfolgen.

Für betroffene Verbraucher ergeben sich dadurch gleich mehrere Probleme: Zum einen dürfte durch die frühzeitige Kenntnis einzelner Daten das Risiko steigen, dass den Werbenden am Ende des Kontakts ein vollständiger Datensatz zur Identifizierung der Marktlotation vorliegt. Zum anderen ermöglichen die Daten eine gezielte Ansprache mit Namen und anderen Informationen, wodurch es für die Akteure einfacher wird, ihre wahre Identität zu verschleiern und das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Dies verdeutlicht das folgende Beispiel aus dem Frühwarnnetzwerk:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Im Juli erhielt der Verbraucher einen Anruf. Er war der Meinung, dass sich sein aktueller Anbieter bei ihm meldete, da alle Daten wie Name, Anschrift, Geburtsdatum, Bankverbindung, Zählernummer bekannt waren. (...)“

Einige Verbraucher berichteten auch, dass die Werber vorgaben, sich zum Zwecke eines Datenabgleichs zu melden, und sich die vorliegenden Informationen dann von den Kunden bestätigen ließen. Dabei ergaben sich durchaus hin und wieder Abweichungen – die genutzten Datensätze schienen also keineswegs immer aktuell zu sein.

Generell zeigte sich bei der Auswertung der Verbraucherbeschwerden, dass die Abfrage und Übermittlung von Daten in den Gesprächen wie erwartet eine zentrale Rolle spielte. Laut den Ergebnissen der Erhebung in den Beratungen erkundigten sich die Werbenden am häufigsten nach der Zählernummer (17 von 29 Fällen, in de-

nen nach Daten gefragt wurde); es folgten Fragen zum bisherigen Energieversorger, dem aktuellen Strom- oder Gasverbrauch und den Kontodaten (jeweils 12 Fälle).

Als Begründung für die Abfrage der Daten wurde unter anderem angeführt, dass diese für die Erstellung eines Angebots bzw. eines Preisvergleichs erforderlich seien. Tatsächlich trifft dies jedoch lediglich auf den Verbrauch und unter Umständen auf den Namen des bisherigen Anbieters zu. Die Abfrage von Zählernummer und Kontodaten kann dagegen bereits als klares Indiz für die unlauteren Absichten des Gesprächspartners gesehen werden.

Die Verbraucher berichteten auch von sehr ausgefallenen Begründungen für die Datenabfrage. So gab ein Besucher an der Haustür beispielsweise an, dass er von einer frei erfundenen Institution, der sogenannten „Muttergesellschaft der Energiekonzerne“, beauftragt worden sei, bestehende Energielieferverträge zu kontrollieren. Eine ähnlich kreative Begründung fand sich bei folgendem Telefonat:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher wurde angerufen. Ihm wurde erklärt, dass er eine Playstation gewonnen habe. Wenn er diese zugesendet haben wolle, müsse er die Zählernummer nennen. Dies hat er gemacht. (...)“

Mitunter scheinen die Werber auch deshalb schnell an ihr Ziel zu gelangen, weil die betroffenen Verbraucher nicht richtig verstehen, mit wem sie es zu tun haben bzw. aus welchem Grund sie die Daten preisgeben sollen: So fanden sich sowohl bei der Erhebung in der Beratung als auch bei der Auswertung des Frühwarnnetzwerks immer wieder Fälle, in denen offenbar die schlechten Deutschkenntnisse der Betroffenen ausgenutzt worden waren. Auch von der Überrumplung älterer Menschen wurde wiederholt berichtet. Im Folgenden finden sich zwei besonders dreiste Beispiele:



FALLBEISPIELE AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher sind Flüchtlinge mit schlechten Deutschkenntnissen, denen an der Haustür ein Vertrag untergeschoben wurde. In den folgenden Wochen erhielten sie drei Bestätigungen über Stromlieferungsverträge. (...) Erst im Nach-

gang stellt sich heraus, dass die Verbraucher an der Haustür offenbar eine Generalvollmacht zum Abschluss von Energie- und Telekommunikationsverträgen unterzeichnet hatten.“

„Ein Vertreter besuchte die Eltern des Verbrauchers, beide über 90 und stark sehbehindert. Es wurde behauptet, sie könnten eine Menge Geld sparen. Die Eltern versuchten abzuwiegeln. Der Vertreter behauptete dann, er müsse sich unterschreiben lassen, dass er den Hausbesuch gemacht habe. Die Eltern des Verbrauchers leisteten eine Unterschrift (...).“

Neben falschen Versprechungen und bewussten Täuschungen könnte mitunter auch die allgemeine **Gesprächsatmosphäre** ein Grund dafür sein, warum es den Werbenden gelingt, Verbraucher zur Herausgabe ihrer Daten zu bewegen: So fanden sich in den Beschreibungen im Frühwarnnetzwerk immer wieder Beispiele, bei denen sich die Betroffenen während der Gespräche unter Druck gesetzt fühlten. Auch bei der Erhebung in der Beratung beschrieb etwa jeder vierte Befragte (11 von 42 Fällen) den Ton während des Gesprächs als drängend und fordernd. Dabei handelte es sich ausschließlich um Personen, die am Telefon kontaktiert worden waren.

Ein Teil der Befragten (8 von 42) erlebte nicht nur einen einzigen Kontaktversuch, sondern gab an, von derselben Nummer immer wieder angerufen worden zu sein. Auch im Online-Beschwerdeformular des Energiemarktwächters fanden sich Schilderungen, in denen die Kunden über einen regelrechten Telefonterror klagten:



FALLBEISPIELE AUS DEM BESCHWERDEFORMULAR DES ENERGIE MARKTWÄCHTERS:

„Es wird mehrmals täglich angerufen. Angeblich habe ich an einem Gewinnspiel teilgenommen. Irgendjemand will mich über [Energieversorger xxx] informieren. Ich lehnte ab und habe mir weitere Anrufe verboten. Habe die Nummer zwar mittlerweile gesperrt, doch die Anrufe gehen weiter.“

„Nachdem wir in den vergangenen zwei bis drei Wochen immer von der Telefonnummer (...) angerufen wurden, haben wir sie gesperrt. Und

siehe da ... neue Nummer, selbe Masche. So langsam nervt es ziemlich.“

Wie unter Punkt 4.2 bereits erwähnt, sind telefonische Werbeanrufe nur dann zulässig, wenn Verbraucher diesen zuvor zugestimmt haben. Aus diesem Grund war bei der Auswertung der Verbraucherbeschwerden auch von Interesse, ob im Fall eines Werbeanrufs zuvor eine entsprechende **Einwilligung** erteilt worden war. Laut den Ergebnissen der Erhebung in der Beratung war dies bei den meisten telefonischen Kontaktaufnahmen (in 23 von 33 Fällen) nicht der Fall. Allerdings müssen diese Angaben grundsätzlich mit Vorsicht behandelt werden, weil es fraglich ist, ob Verbraucher sich immer an alle erteilten Einwilligungen erinnern können. Im Einzelfall kann die Zustimmung beispielsweise bereits länger zurückliegen oder in einem Kontext erfolgt sein, den die Betroffenen nicht unbedingt mit den aktuellen Anrufen in Verbindung bringen.

Ein ähnliches Bild ergab sich bei der **Vollmacht zur Kündigung** des bisherigen Energieliefervertrags: Der Großteil der Verbraucher gab bei der Befragung durch die Beratungskräfte an, eine entsprechende Vollmacht nie erteilt zu haben (28 von 42⁴⁷). Dennoch wurde der Vertrag bei ihrem bisherigen Energieversorger von einem anderen Lieferanten gekündigt. Auch bei diesen Ergebnissen muss zwar einschränkend darauf hingewiesen werden, dass sich die Befragten vermutlich nicht immer an alle Details erinnern konnten. Zumindest bei den telefonischen Kontakten scheinen die Aussagen jedoch sehr plausibel, da sich bereits aus der Art der Kommunikation ergibt, dass keine Kündigungsvollmacht in Textform vorliegen kann.

Dies gilt zumindest solange, wie es sich um einen rein telefonischen Kontakt handelt. Ein interessantes Detail, das sich sowohl bei der Erhebung in der Beratung als auch bei der Auswertung der Fälle aus dem Frühwarnnetzwerk zeigte, ist, dass einige Akteure offenbar auf eine Kombination aus Anruf und anderen Kommunikationsformen setzten, um sich doch noch eine Vollmacht erteilen zu lassen. Dazu wird den Verbrauchern während des Telefonats oder danach eine SMS oder E-Mail übermittelt, die sie beantworten bzw.

.....
47 Weitere acht Befragte haben bei der entsprechenden Frage keine Angaben gemacht bzw. waren sich unsicher. Insgesamt gaben somit nur vier betroffene Verbraucher an, dass dem Werber eine Kündigungsvollmacht in Textform vorlag.

einen darin enthaltenen Link anklicken sollen. Die Details verdeutlichen die folgenden Schilderungen aus dem Frühwarnnetzwerk:



FALLBEISPIELE AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher rief eine Telefonnummer aus einer Fernsehsendung an, um an einem Gewinnspiel teilzunehmen. Es war eine Bandansage zu hören. Anschließend folgten ein Rückruf von [Energieversorger xxx] und ein Gespräch zum Thema Strom. Währenddessen erhielt der Verbraucher eine SMS mit der Aufforderung, mit „Ja“ zu antworten, um eine Vollmacht zur Kündigung zu erteilen. (...)“

„Verbraucher hat ein Telefonat mit einer Firma aus Hamburg geführt; diese hat sich als Energieberatung vorgestellt. Der Verbraucher hat sich nur für ein Angebot interessiert. Während des Telefonats erhielt er eine E-Mail mit einem Link, den der Verbraucher anklicken sollte, um das Angebot zu erhalten. Tatsächlich handelte es sich um eine Bestätigung zur Erteilung einer Kündigungsvollmacht. (...)“

Wie das zuletzt aufgeführte Beispiel verdeutlicht, wurde auch an dieser Stelle oftmals mit falschen Begründungen und Vorwänden gearbeitet – viele Verbraucher dürften die Links daher angeklickt oder die Nachrichten beantwortet haben, ohne zu verstehen, was genau dahintersteckt. Zudem berichteten einige Betroffene, dass sie sich zwar bewusst gegen die geforderte Rückmeldung entschieden hatten, der Wechsel aber dennoch eingeleitet wurde. Dies könnte darauf hindeuten, dass der Versand der Nachrichten nicht nur darauf abzielt, nach Möglichkeit tatsächlich die Zustimmung des Kunden zu erhalten. Zugleich könnte es sich um eine Strategie handeln, um im Fall eines späteren Konflikts wegen des ungewollten Wechsels die Beweisführung des Verbrauchers zu erschweren bzw. diesen so zu verwirren, dass er sich letzten Endes gar nicht mehr sicher ist, ob er auf die Mitteilung reagiert hat oder nicht.

Neben Nachrichten, die ausdrücklich auf eine Kündigungsvollmacht abzielten, erhielten Verbraucher vereinzelt auch E-Mails oder SMS, mit denen sie ihre generelle Zustimmung zum Angebot zum Ausdruck bringen

und somit offenbar einen Vertrag schließen sollten. Zudem gab es Fälle, in denen Verbrauchern im Anschluss an das Telefonat Unterlagen per Post zugeschickt wurden, die vermeintlich nur vervollständigt und anschließend zurückgeschickt werden sollten. Tatsächlich fand sich jedoch auch hier im Kleingedruckten eine Kündigungsvollmacht.

Wie all diese Formen der nachträglichen bzw. gesonderten Bestätigung rechtlich zu bewerten sind, wird in Abschnitt 8.1.3 dargestellt.

An der Haustür werden Unterschriften oft erschlichen

Nachdem in den vorausgegangenen Absätzen überwiegend die Strategien bei telefonischen Kontakten im Vordergrund standen, soll zum Schluss dieses Unterkapitels schließlich noch kurz auf einige **besondere Beobachtungen bei Haustürgeschäften** eingegangen werden. Da es hier anders als bei Telefonaten zu einem direkten Zusammentreffen mit dem Verbraucher kommt, ist die Ausgangssituation für die Werber grundsätzlich anders als in den zuvor geschilderten Beispielen: Entscheidet sich ein Kunde tatsächlich für einen Anbieterwechsel, schließt er den Vertrag in der Regel nicht mündlich, sondern schriftlich.

Dementsprechend ist es aus Sicht der Vermittler offenbar wenig erfolgversprechend, wie bei telefonischen Kontakten ausschließlich die Daten zur Identifizierung der Marktlokation abzufragen und damit den Anbieterwechsel einzuleiten. Würde der Kunde den Vertragsschluss anschließend bestreiten, würde schnell auffallen, dass der Kontakt zwar an der Haustür stattgefunden hat, jedoch kein schriftlicher Vertragsschluss nachgewiesen werden kann. Aus diesem Grund versuchen die Werber bei Haustürkontakten offenbar in der Regel, sich zusätzlich zu den Daten auch eine Unterschrift zu erschleichen. Wie bereits beim Fallbeispiel auf Seite 28 angeklungen, berichteten Verbraucher immer wieder, dass ihnen Unterlagen zur Unterschrift vorgelegt wurden, sie jedoch über den Inhalt der Dokumente bzw. die Bedeutung ihrer Unterschrift getäuscht wurden. Das nachfolgende Beispiel verdeutlicht dies ebenfalls. Zudem wurde auch gelegentlich von gefälschten Unterschriften berichtet.



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucherin wurde zu Hause von einem Vermittler aufgesucht. Dieser versprach, die Energiekosten zu senken. Die Verbraucherin wünschte die Vorlage eines konkreten Angebotes. Vermittler sagte dies zu und bat um Unterzeichnung einer Bestätigung für die Beratung. Die Verbraucherin unterschrieb ein Papier, kann sich im Nachgang aber nicht mehr an den Inhalt erinnern bzw. berichtet, dass dieses auch teilweise zugedeckt wurde. Einige Monate später erhielt sie eine Auftragsbestätigung.“



5.2 WIE ERFAHREN VERBRAUCHER VON EINEM UNGEWOLLTEN WECHSEL?

Den meisten Betroffenen wurde der untergeschobene Vertrag dadurch bewusst, dass sie von einem der beteiligten Energieversorger eine schriftliche Bestätigung des eingeleiteten Wechselprozesses erhielten (Auftrags- bzw. Kündigungsbestätigung). Wie die Erhebung in der Beratung zeigte, war die Zahl der Verbraucher, die eine Auftragsbestätigung erhielten, allerdings deutlich größer als die jener Kunden, denen eine Kündigungsbestätigung zugehört (28 vs. 8 Fälle). Offenbar verschickten also nicht alle Altanbieter nach der Kündigung des bestehenden Vertrags eine Bestätigung, zumindest nicht zeitnah.

Andersherum gab es auch Fälle, in denen den Kunden zwar eine Kündigungsbestätigung vorlag, die Auftragsbestätigung jedoch ausblieb. Wie die folgende Schilderung aus dem Frühwarnnetzwerk verdeutlicht, mussten die Betroffenen in einem solchen Fall zunächst weitere Nachforschungen anstellen, um überhaupt gegen den Vertrag vorgehen zu können. Weiterhin zeigt der Fall, dass das verspätete oder ganz ausbleibende Verschicken einer Kündigungsbestätigung bei einigen Anbietern durchaus Kalkül sein könnte.



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucher bekam vor einiger Zeit einen unerlaubten Werbeanruf wegen eines Stromanbieterwechsels; er hat abgelehnt. Jetzt schrieb ihm sein derzeitiger Anbieter, dass sein Vertrag gekündigt worden sei. Der Verbraucher hat ansonsten keinerlei schriftliche Unterlagen erhal-

ten. Er hat deshalb bei seinem aktuellen Anbieter nachgefragt, wer die Kündigung erklärt habe und wer eigentlich der neue Anbieter sei. Es wurde ihm [Energieversorger xxx] genannt, bei dem er daraufhin ebenfalls anrief. Dort wurde ihm nur gesagt, dass er aus dem Vertrag sowieso nicht mehr herauskomme, weil die 14-tägige Widerrufsfrist schon längst verstrichen sei.“

In manchen Fällen berichteten Verbraucher sogar, dass sie weder eine Auftrags- noch eine Kündigungsbestätigung erhalten hatten, sondern erst durch Abschlagsforderungen oder im Extremfall sogar erst durch Mahnungen bzw. die erste Jahresabrechnung von dem angeblichen neuen Vertrag erfahren hatten. Andere Betroffene wurden auf den Wechsel aufmerksam, weil sie von ihrem bisherigen Lieferanten telefonisch kontaktiert und gefragt wurden, ob der Wechsel tatsächlich ihrem Wunsch entspreche.

Ein weiteres, durchaus übliches Szenario bestand zudem darin, dass der neue Anbieter ohne gesonderte Ankündigung anfang, die monatlichen Abschläge vom Bankkonto des Kunden abzubuchen und dadurch die Aufmerksamkeit des Kunden auf sich zog. Dieses Vorgehen sorgte bei betroffenen Verbrauchern häufig für besondere Empörung, weil sie sich zugleich sicher waren, kein SEPA-Lastschriftmandat erteilt zu haben.

Wie solche Abbuchungen sowie das Ausbleiben von Auftrags- oder Kündigungsbestätigung rechtlich zu bewerten sind, wird in den Abschnitten 8.1.4 bzw. 8.1.5 dargestellt.

... 5.3 GELINGT ES VERBRAUCHERN, SICH GEGEN UNTERGESCHOBENE VERTRÄGE ZUR WEHR ZU SETZEN?

Bei der Beantwortung dieser Frage ist zunächst zu beachten, dass die Ergebnisse der Erhebung in der Beratung an dieser Stelle nur bedingt Rückschlüsse ermöglichen. In aller Regel wenden sich Strom- und Gaskunden zu einem Zeitpunkt an die Verbraucherzentrale, zu dem sie den untergeschobenen Vertrag gerade erst bemerkt haben und noch nicht dagegen vorgegangen sind. Dementsprechend konnten nur wenige Verbraucher zu ihren Erfahrungen mit Widerruf, Anfechtung oder den anderen in Abschnitt 4.2 beschriebenen Optionen befragt werden.

Durch die gemeinsame Betrachtung von Erhebung in der Beratung, Verbraucheraufruf und Frühwarnnetzwerk ließen sich dennoch einige wiederkehrende Beschreibungen und Erfahrungen ausmachen. Dabei zeigte sich, dass Verbraucher bei ihren Versuchen, sich gegen untergeschobene Verträge zur Wehr zu setzen, teilweise auf erhebliche Probleme stießen. Konkret berichteten die Betroffenen beispielsweise, dass ihr Widerruf als verspätet zurückgewiesen wurde, obwohl sich die Verbraucher sicher waren, sich noch innerhalb der 14-tägigen Frist zu befinden. In einigen Fällen wurde der Widerruf auch mit Hinweis auf Überschreiten der 14-tägigen Frist abgelehnt, obwohl die Betroffenen nicht ordnungsgemäß über ihr Widerrufsrecht belehrt worden waren und sie den Vertrag somit noch länger hätten widerrufen können.⁴⁸

Zudem reagierten die Anbieter teilweise erst auf wiederholte Nachfragen der Kunden und erklärten dann, dass die ersten Schreiben nicht angekommen seien und es nun zu spät sei, das Widerrufsrecht noch auszuüben.⁴⁹ Im folgenden Beispiel trat dieses Problem sogar auf, obwohl die Verbraucherin den Widerruf vorsorglich gleich zweimal ausgesprochen hatte:



FALLBEISPIEL AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Verbraucherin hat den Vertrag per E-Mail und per Brief widerrufen. Sie bekam aber keine schriftliche Bestätigung ihres Widerrufs, obwohl sie darum gebeten hatte. Auf ihre spätere telefonische Anfrage hin wurde ihr mitgeteilt, dass der Widerruf angeblich weder per Brief noch per E-Mail bei [Energieversorger xxx] eingegangen sei.“

Zudem gab es Fälle, in denen die Anbieter trotz mehrfacher Kontaktversuche überhaupt nicht auf die Nachrichten der Verbraucher reagiert und einfach die Belieferung aufgenommen haben. Möglich ist dies, da sich die Zuordnung einer Marktlokation, wie in Kapitel 4.2.1 dargestellt, allein nach der Anmeldung beim Netzbetreiber richtet. Nach einer erfolgreichen Netzanmeldung

⁴⁸ Zur Dauer der Widerrufsfrist vgl. Ausführungen in Abschnitt 4.2.2

⁴⁹ Durch einen Versand per Einschreiben haben Verbraucher die Möglichkeit, den fristgerechten Widerruf auch dann nachzuweisen, wenn ein Unternehmen den Eingang des Schreibens bestreitet. Wurde die Mitteilung dagegen mit einem einfachen Brief oder per E-Mail verschickt, ist ein Nachweis deutlich schwieriger.

wird sämtlicher Strom- und Gasverbrauch automatisch dem neuen Versorger zugeschrieben. Auf diese Weise kann der Neulieferant auch ohne Zutun des betroffenen Verbrauchers Fakten schaffen.

Der Kunde kann dieser Situation auch nicht einfach durch Nichtzahlung der Abschläge entgehen, sondern muss auf die unter Punkt 4.2 beschriebenen rechtlichen Mittel zurückgreifen, um die Auflösung des angeblichen Vertrags zu erreichen. Andersfalls drohen ihm Mahnkosten oder im schlimmsten Fall ein Gerichtsverfahren. Nicht zuletzt fanden sich in den ausgewerteten Verbraucherbeschwerden auch Fälle, bei denen die neuen Versorger ihren angeblichen Kunden wegen Zahlungsrückständen mit einer Sperrung des Strom- oder Gasanschlusses drohten.

Weitere Beispiele zeigten, dass manche Anbieter sich letztlich zwar bereit erklären, den angeblichen Vertrag aufzulösen, dafür jedoch eine Gegenleistung verlangen:



FALLBEISPIELE AUS DEM FRÜHWARNNETZWERK

„Untergeschobener Vertrag am Telefon; der Verbraucher will von [Energieversorger xxx] aus Vertrag entlassen werden. Dieser bietet an, den Vertrag gegen Zahlung der Jahresgrundgebühr aufzuheben.“

„Verbraucher erhielt Werbeanruf zu Stromtarifen und war mit der Zusendung von Informationsmaterial einverstanden. Nun erhält er ein Begrüßungsschreiben, in dem die Belieferung ab September angekündigt wird. Telefonisch wurde ihm nun gesagt, dass die Widerrufsfrist verstrichen sei und er 96 Euro zahlen müsse, wenn er jetzt widerrufe.“

5.4 WELCHE FOLGEN HAT DER EINGELEITETE WECHSELPROZESS?

Im vorausgegangenen Abschnitt wurde bereits auf viele Probleme eingegangen, mit denen Verbraucher konfrontiert sind, nachdem sie den untergeschobenen Vertrag bemerkt und versucht haben, dagegen vorzugehen. Um zusätzlich zu diesen unmittelbaren Folgen auch die weniger offensichtlichen bzw. langfristig angelegten Konsequenzen in den Blick nehmen zu können, wurde bei der Erhebung in der Beratung zudem gezielt danach

gefragt, welcher Aufwand, welche Kosten und welche weiteren Probleme durch den Wechsel entstanden sind.

Der Großteil der Betroffenen (28 der 42 Fälle) verwies an dieser Stelle auf einen finanziellen Aufwand, etwa durch die Kosten einer Beratung (27 Fälle) und/oder Rechtsdurchsetzung (12 Fälle). Etwa jeder dritte Betroffene (15 Fälle) berichtete von einer Beeinträchtigung des Wohlbefindens, jeder Vierte (11 Fälle) von einem zeitlichen Aufwand. Beeinträchtigtes Wohlbefinden äußerte sich insbesondere in Form von Stress, vereinzelt aber auch in körperlichen Symptomen wie Übelkeit, Magenschmerzen oder schlechtem Schlaf.

Eine weitere finanzielle Belastung kann sich aus der Tatsache ergeben, dass Verbraucher, wie unter Punkt 4.2.5 dargestellt, in der Regel nicht einfach ihren alten Vertrag fortführen können, sondern einen neuen Vertrag schließen müssen. Die meisten Kunden möchten nach diesen Erfahrungen zu ihrem bisherigen Lieferanten zurückkehren. Einzelne Schilderungen aus dem Frühwarnnetzwerk deuten jedoch darauf hin, dass ihnen die Altlieferanten keinesfalls immer dieselben Konditionen gewähren wie vor dem Wechsel, sondern sich zusätzliche Kosten ergeben können. Zudem könnten die Betroffenen durch das vorzeitige Ende ihres bisherigen Vertrags den Anspruch auf Bonuszahlungen verlieren, die an eine bestimmte Belieferungsdauer gebunden sind.

Zu berücksichtigen ist außerdem, dass GPKE und GeLi Gas im Fall eines erfolgreichen Widerrufs oder einer Auflösung des neuen Vertrags keine automatische Benachrichtigung des Altanbieters vorsehen. Der Kunde muss selbst aktiv werden und seinem bisherigen Anbieter mitteilen, dass er weiterhin von diesem beliefert werden möchte. Anderenfalls fällt er automatisch in die sogenannte Ersatzversorgung, die mit den gleichen Kosten wie die Grundversorgung verbunden und somit im Vergleich zu anderen Tarifen meist besonders teuer ist.

Weiterer Schaden kann für die Verbraucher dadurch entstehen, dass der Neulieferant die Auflösung des Vertrags wie in Abschnitt 5.3 beschrieben an finanzielle Forderungen koppelt. Zudem finden sich im Frühwarnnetzwerk auch einige Schilderungen, in denen beschrieben wird, dass der Versorger den angeblichen Vertrag von sich aus gekündigt, zugleich jedoch Schadensersatz gefordert hat:

**FALLBEISPIELE AUS DEM
FRÜHWARNNETZWERK**

„Verbraucher wurde Vertrag am Telefon untergeschoben. Er hat auf alle Schreiben des Anbieters nicht reagiert, woraufhin dieser das unterstellte Vertragsverhältnis fristlos, wegen mangelnder Mitwirkung des Verbrauchers kündigte und einen Kündigungsschadenersatz in Höhe von 501,12 Euro geltend macht.“

In einem weiteren Fall, eingegangen über den Verbraucheraufruf auf der Website der Marktwächter, berichteten die Betroffenen sogar, dass ihnen der Lieferant mit einer Betrugsanzeige gedroht habe.

6. BEVÖLKERUNGSUMFRAGE: UNSERIÖSE VERTRIEBSMETHODEN AUF DEM ENERGIEMARKT

Um die detaillierten Einzelfallanalysen aus dem vorangegangenen Kapitel zu ergänzen und zu überprüfen, ob sich einzelne Beobachtungen auch bei einer breiteren Datengrundlage bestätigen, hat der Marktwächter Energie wie eingangs beschrieben das Meinungsforschungsinstitut forsa mit einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage beauftragt. Die Erhebung fand im Frühjahr 2018 statt; Details sind im Methodensteckbrief dargestellt.

Im Zentrum der Befragung standen die Erfahrungen, die Verbraucher mit unerwünschten Werbeanrufen und -besuchen bei sich zu Hause gemacht haben. Wie beschrieben, sind dies die beiden häufigsten Wege, die zu einem ungewollten Anbieterwechsel führen.

Bei den Werbeanrufen handelt es sich laut den Erfahrungen aus der Verbraucherberatung sehr oft um unerlaubte Telefonwerbung, da die Verbraucher der Kontaktaufnahme nicht zugestimmt haben. Da die rechtlichen Einzelheiten für Verbraucher jedoch oftmals schwer zu überblicken sind und es zudem fraglich ist, ob sich Betroffene stets an alle erteilten Einwilligungen erinnern, erschien es nicht sinnvoll, bei der Bevölkerungsumfrage gezielt nach unerlaubter Telefonwerbung zu fragen. Stattdessen wurde mit der Umschreibung gearbeitet, ob die Befragten schon einmal zu Werbezwecken im Energiebereich kontaktiert wurden, ohne dafür zuvor ihr Einverständnis gegeben zu haben (im Folgenden: ungewollte Werbung). Diese Ergebnisse geben zwar keinen exakten Hinweis auf den juristischen Status der Kontaktaufnahme, nähern sich dem Thema jedoch allgemeinverständlich an und erlauben zugleich wichtige Aussagen darüber, ob die Kontaktaufnahme grundsätzlich erwünscht war oder nicht.



UNTERSUCHUNGSMETHODE: REPRÄSENTATIVE BEVÖLKERUNGSUMFRAGE

Vorgehen:

Computergestützte Telefoninterviews (Computer Assisted Telephone Interview; CATI) anhand eines strukturierten Fragebogens auf Basis einer Dual-Frame-Stichprobe; Rekrutierung über telefonische Mehrthemenumfrage und anschließende telefonische Exklusivbefragung

Erhebungszeitraum:

28.03.–03.05.2018

Grundgesamtheit:

In Privathaushalten in Deutschland lebende deutschsprachige Personen ab 18 Jahren

Stichprobe:

10.713 Personen der Grundgesamtheit, darunter 1.009 Personen, die ungewollt am Telefon oder an der Haustür zum Thema Energie kontaktiert wurden (Nettostichprobe)

Auswahlverfahren:

Systematische Zufallsauswahl (mehrstufige geschichtete Stichprobe)

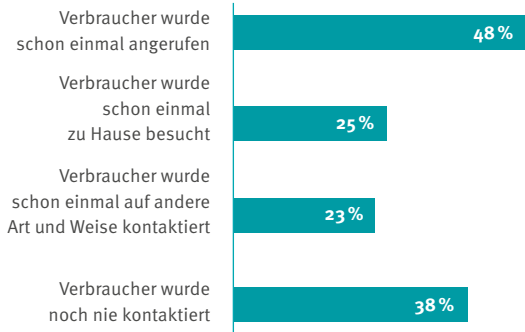
Statistische Fehlertoleranz:

Max. +/- 3 Prozentpunkte in der Nettostichprobe

Durchführendes Institut:

forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH

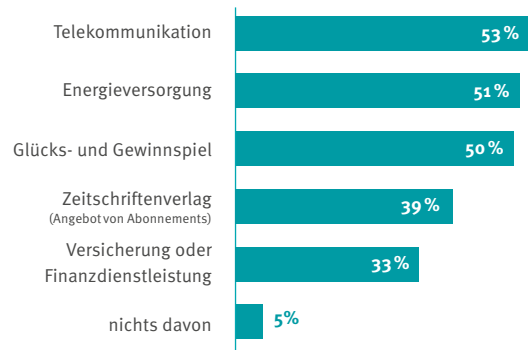
3 WIE VERBREITET SIND UNERWÜNSCHTE WERBEKONTAKTE?



Basis: Alle Befragten (n = 10.713)

Wortlaut der Frage: „Nun geht es um das Thema Verbraucherschutz. Sind Sie schon einmal von einer Person kontaktiert worden, die Ihnen am Telefon, an der Haustür oder auf andere Art und Weise Produkte oder Dienstleistungen angeboten hat, ohne dass Sie für die Kontaktaufnahme vorher Ihr Einverständnis gegeben haben?“ (Mehrfachnennungen möglich)

4 ZU WELCHEN THEMEN WERDEN VERBRAUCHER UNGEWOLLT ANGERUFEN?



Basis: Alle Befragten, die schon einmal unerwünschte Werbeanrufe erhalten haben (n = 5.129)

Wortlaut der Frage: „Und zu welchen der folgenden Themen wurden Sie schon mal ungewollt angerufen?“ (Mehrfachnennungen möglich)

6.1 WIE VERBREITET SIND TELEFONWERBUNG UND HAUSTÜRGESCHÄFTE IM BEREICH ENERGIE?

Insgesamt zeigte sich, dass unerwünschte Vertriebsmethoden bei Energieverträgen sehr verbreitet sind: Gut jeder vierte Deutsche ab 18 Jahren (28 %) hat es schon einmal erlebt, dass er ohne sein Einverständnis am Telefon oder an der Haustür kontaktiert wurde und ihm Produkte oder Dienstleistungen aus dem Bereich Energie angeboten wurden.⁵⁰

Besonders verbreitet ist unerwünschte Telefonwerbung: Knapp jeder Zweite (48 %) wurde schon einmal ungewollt angerufen (vgl. Abbildung 3), davon wiederum jeder Zweite (51 %) zum Thema Energieversorgung. Insgesamt sind damit in Bezug auf die volljährige Gesamtbevölkerung 24 Prozent schon einmal ungewollt zum Thema Energie angerufen worden. Damit gehören Energielieferverträge zu jenen Produkten, für die am häufigsten am Telefon geworben wird. Lediglich auf

unerwünschte Werbeanrufe für Telekommunikationsprodukte verwiesen die Betroffenen noch geringfügig häufiger (vgl. Abbildung 4).

Auffällig bei den unerwünschten Werbeanrufen zum Thema Energie war, dass der Großteil der Befragten (87 %) berichtete, der letzte Anruf dieser Art liege noch nicht länger als ein Jahr zurück.⁵¹ Weitert man die Perspektive auf zwei Jahre aus, steigt der Anteil sogar auf 95 Prozent. Ungewollte Telefonwerbung zum Thema Energie scheint somit ein Problem zu sein, das gerade auch in jüngerer Vergangenheit vermehrt aufgetreten ist.

Ein Großteil der Betroffenen (87 %) gab zudem an, im Laufe des vergangenen Jahres gleich mehrfach angerufen worden zu sein, viele davon sogar nicht nur einige wenige Male, sondern bis zu zehnmal oder darüber hinaus (die Details sind in Abbildung 5 dargestellt).⁵²

Haustürwerbung zum Thema Energie ist insgesamt etwas weniger verbreitet als Werbekontakte am Telefon, jedoch ebenfalls durchaus üblich: 25 Prozent der Deutschen ab 18 Jahren wurden laut der Umfrage schon ein

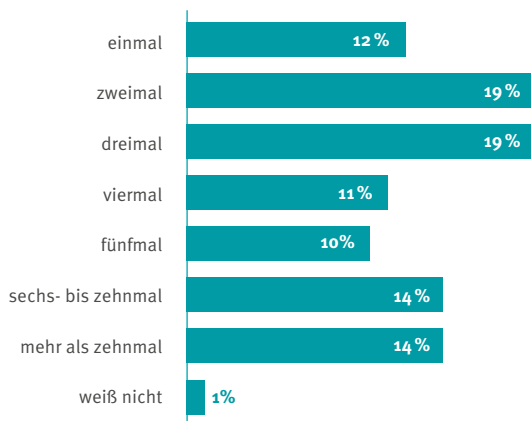
⁵⁰ Da mit diesen ersten, sehr allgemein gehaltenen Fragen zugleich jene Personen ermittelt wurden, die im Folgenden zu den Details der Werbekontakte befragt werden konnten (Screening bzw. Rekrutierung), beziehen sich die an dieser Stelle aufgeführten Ergebnisse auf eine Stichprobe von mehr als 10.000 Personen (n = 10.713). Wenn sich die Stichprobengröße ändert, wird dies im Text kenntlich gemacht.

⁵¹ Basis: Alle Befragten, die zuvor angegeben hatten, schon einmal unerwünscht zum Thema Energie angerufen worden zu sein; n = 923

⁵² Basis: Alle Befragten, die zuvor angegeben hatten, in den vergangenen zwölf Monaten schon einmal unerwünscht zum Thema Energie angerufen worden zu sein; n = 805

5

WIE OFT WURDEN VERBRAUCHER IM VERGANGENEN JAHR UNGEWOLLT ZUM THEMA ENERGIE ANGERUFEN?



Basis: Alle Befragten, die in den vergangenen zwölf Monaten unerwünschte Werbeanrufe zum Thema Energie erhalten haben (n = 805)

Wortlaut der Frage: „Wie häufig wurden Sie in den vergangenen 12 Monaten zum Thema Energieversorgung unangefordert kontaktiert? Wenn Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte.“

mal ungewollt zu Werbezwecken besucht, davon etwa jeder Dritte (30 %) zum Thema Energieversorgung. Insgesamt sind also acht Prozent der volljährigen Verbraucher schon einmal ungewollt zum Thema Energie aufgesucht worden.

6.2 WIE LAUFEN DIE GESPRÄCHE AB?

Nachdem zunächst die grundsätzliche Verbreitung von unerwünschter Werbung für Energieprodukte ermittelt worden war, wurden im nächsten Teil der Bevölkerungsumfrage die Details der Gespräche in den Blick genommen (Hauptbefragung). Dazu wurden 1.009 Personen, die schon einmal unerwünscht zum Thema Energie kontaktiert worden waren (Haustür oder Telefon), zu ihren Erfahrungen befragt. Welcher Kommunikationskanal im Einzelnen betrachtet wurde, richtete sich danach, welche Art des Kontakts als Letztes stattgefunden hatte. Insgesamt wurden auf diese Weise 878 Interviews zum Thema Telefonwerbung und 131 Befragungen zu Werbung bei Haustürkontakten durchgeführt.

Wie auch bei der Erhebung in der Beratung wurden die Verbraucher zunächst gefragt, wie der Beginn der Gespräche aussah. Am häufigsten stellten sich die Wer-

benden als Vertreter eines Energieversorgers (36 %), als Energieberater (24 %) oder als Vermittler (11 %) vor. Als Grund für die Kontaktaufnahme wurde zumeist ein konkretes Angebot genannt (42 %); zum Teil wurde aber auch nur mit vagen Umschreibungen wie „Preisvergleich“, „Energieberatung“ oder „Aussicht auf Kostenersparnis“ gearbeitet (29 %, 11 % bzw. 10 %). Damit ergibt sich grundsätzlich ein ähnliches Bild wie bei der Erhebung über die Beratungsstellen.⁵³

Eine weitere Parallele zu den Ergebnissen der Erhebung in der Beratung zeigte sich bei der Frage, ob den Werbenden zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme bereits persönliche Daten des Verbrauchers vorlagen: Dies wurde von mehr als der Hälfte der betroffenen Verbraucher bejaht (53 %). In den meisten Fällen handelte es sich um den Namen des Kunden, danach folgten die Adresse, der Name des bisherigen Energieversorgers und der Energieverbrauch. Die Details sind in Abbildung 6 auf der nächsten Seite dargestellt.

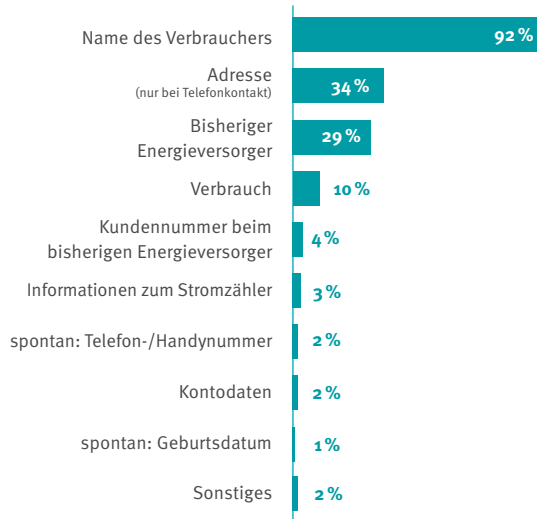
Vor allem die telefonische Kontaktaufnahme schien oft sehr gezielt zu erfolgen – hier lag der Anteil der Fälle, in denen den Werbenden bereits Daten bekannt waren, bei 56 Prozent; bei den Haustürsituationen waren es dagegen lediglich 30 Prozent. Bezüglich der Art der vorliegenden Daten zeigten sich keine grundsätzlichen Unterschiede zwischen den Kontaktwegen; auffällig war lediglich, dass der bisherige Energieversorger bei Besuchen zu Hause etwas häufiger bekannt war (43 %) als bei telefonischen Kontakten (27 %).⁵⁴ Aufgrund der geringen Fallzahlen bei den Haustürkontakten kann dies jedoch lediglich als Tendenz gewertet werden.

⁵³ Zu berücksichtigen ist, dass bei der Erhebung in der Beratung wie beschrieben ausschließlich Verbraucher befragt wurden, denen ein Strom- oder Gasvertrag untergeschoben worden war. Die Bevölkerungsumfrage richtet sich dagegen an alle Verbraucher, die mit ungewollter Energiewerbung konfrontiert waren.

⁵⁴ Basis: Alle Befragten, die zuvor angegeben hatten, dass dem Gesprächspartner beim letzten Werbekontakt an der Haustür (n = 42) bzw. am Telefon (n = 488) bereits Daten bekannt waren

6

WELCHE INFORMATIONEN LAGEN DEM WERBER BEREITS VOR?



Basis: Alle Befragten, die zuvor angegeben hatten, dass die Werbenden bereits persönliche Informationen hatten (n = 531)

Wortlaut der Frage: „Welche der folgenden Informationen lagen dem Anrufer/Vertreter an der Haustür bereits vor?“ (Mehrfachnennungen möglich)

6.3 WIE EMPFINDEN VERBRAUCHER DEN KONTAKT AM TELEFON / AN DER HAUSTÜR?

Insgesamt fällt auf, dass viele Verbraucher das Werbegespräch als ein Erlebnis beschreiben, bei dem ihnen nicht alle erforderlichen Informationen übermittelt wurden oder es an der nötigen Zeit fehlte, um Entscheidungen zu treffen. So gaben beispielsweise 63 Prozent der Befragten an, dass sie sich durch die Situation überfordert fühlten.⁵⁵ 58 Prozent waren der Ansicht, dass

⁵⁵ Die Wahrnehmung der Situation wurde mithilfe von Aussagen abgefragt, denen die Befragten anhand einer 4er-Skala entweder zustimmen oder die sie ablehnen konnten. Dabei gab es sowohl für die Zustimmung als auch für die Ablehnung jeweils zwei Abstufungen („stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“ bzw. „stimme ganz und gar nicht zu“ und „stimme eher nicht zu“). In den Ausführungen im Text werden diese beiden Ausprägungen jeweils zusammengefasst; einen detaillierten Überblick über den Grad der Zustimmung bzw. Ablehnung liefert Abbildung 7.

sich ihr Gesprächspartner nicht ausreichend vorgestellt hatte. Und etwa jeder Vierte (28 Prozent) hat nicht alles verstanden, was während des Gesprächs erklärt wurde.

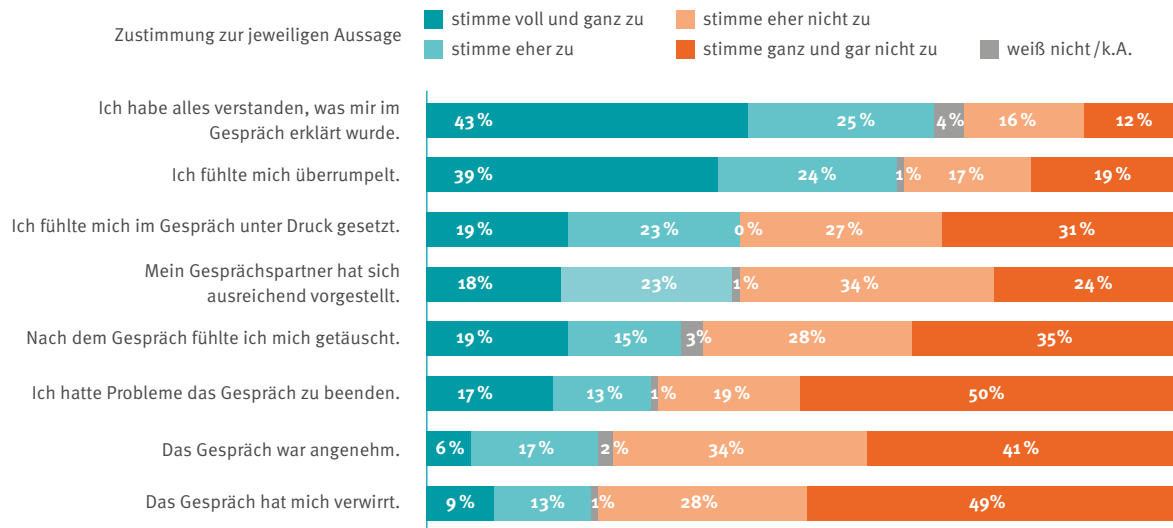
Zudem wurde der Werbekontakt vielfach als eine Situation beschrieben, die mit negativen Emotionen verbunden war. Besonders hervor sticht in diesem Zusammenhang, dass 75 Prozent der Befragten das Gespräch nicht als angenehm empfanden. 41 Prozent gaben zudem an, dass sie sich im Gespräch unter Druck gesetzt fühlten. Fast jeder Dritte (30 %) hatte Probleme, das Gespräch zu beenden. Bei vielen Betroffenen blieb zudem auch im Anschluss an den Kontakt ein negatives Gefühl zurück. So gaben 35 Prozent der Befragten an, dass sie sich nach dem Gespräch getäuscht fühlten.

Trotz des Unbehagens vieler Verbraucher kommen die Anrufer und Besucher bei den Werbekontakten offenbar recht oft an ihr Ziel: So ergab die Bevölkerungsumfrage, dass 35 Prozent der Befragten, die schon einmal einen unerwünschten Kontakt zum Thema Energie an der Haustür oder am Telefon erlebt haben (n = 1.009), während des Gesprächs ein konkretes Angebot gemacht wurde. Dies spricht zugleich dafür, dass ein erheblicher Teil der Befragten das Gespräch nicht direkt nach der Begrüßung bzw. Vorstellung beendete, sondern die werbenden Akteure Gelegenheit bekamen, ihr Anliegen genauer zu beschreiben. Zudem gaben von den Personen, die ein konkretes Angebot erhalten hatten (n = 349), 15 Prozent an, dem Angebot zugestimmt zu haben. Allerdings zeigen die Ergebnisse auch, dass rund die Hälfte der Betroffenen mit dieser Entscheidung im Nachhinein unzufrieden war.⁵⁶ Dieser Wert kann aufgrund der geringen Fallzahlen jedoch lediglich als Tendenz gesehen werden.

⁵⁶ Basis: Alle Befragten, die zuvor angegeben hatten, dass ihnen während des Gesprächs ein konkretes Angebot gemacht wurde und die dieses angenommen haben; n = 50

7

WIE EMPFANDEN DIE VERBRAUCHER DAS GESPRÄCH?



Basis: Alle Befragten, die schon einmal einen unerwünschten Kontakt zum Thema Energie an der Haustür oder am Telefon erlebt haben (n=1.009)

Wortlaut der Frage: „Im Folgenden geht es darum wie Sie das Gespräch erlebt haben. Daher gibt es keine richtigen oder falschen Antworten – es geht um Ihre Wahrnehmung der Situation. Ich lese Ihnen einige kurze Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, ob Sie diesen Aussagen voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht oder ganz und gar nicht zustimmen.“

7. ANBIETERBEFRAGUNG: ERFAHRUNGEN MIT DEM WECHSELPROZESS

Im letzten Teil der Untersuchung wurde schließlich die Anbieterseite zu ihren Erfahrungen mit dem Wechselprozess im Allgemeinen und insbesondere mit ungewollten Wechseln befragt. Wie eingangs bereits beschrieben, handelte es sich in erster Linie um eine ergänzende Betrachtung mit Blick auf mögliche weitere Untersuchungen; dementsprechend floss nur eine begrenzte Anzahl von Schilderungen in die Auswertung ein. Insgesamt wurden 41 Energieversorger kontaktiert; 19 Unternehmen beteiligten sich an der Befragung und schickten den Fragebogen ausgefüllt zurück.⁵⁷

Die Auswahl der angeschriebenen Energieversorger folgte dem Grundsatz, zum einen eine möglichst breite regionale Streuung⁵⁸, zum anderen aber auch eine Mischung von verschiedenen Unternehmenstypen zu erreichen. Um die Rücklaufquote der Fragebögen zu erhöhen, wurden zunächst jene 31 Anbieter kontaktiert, die bei der Erhebung in der Beratung als Altanbieter angegeben worden waren. Es handelte sich also um Unternehmen, bei denen gewisse Erfahrungswerte mit ungewollten Wechseln zu erwarten waren, da sie erwiesenermaßen schon einmal Kunden aufgrund eines untergeschobenen Vertrags verloren hatten bzw. zu verlieren drohten. Ergänzt wurde diese Datenbasis um weitere bundesweite Anbieter und Grundversorger aus Bundesländern, die in der zuvor erwähnten Gruppe der 31 Anbieter noch nicht repräsentiert waren. Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass nicht nur Lieferanten aus allen 16 Bundesländern, sondern auch die vier größten deutschen Energieversorger E.ON, RWE, EnBW und Vattenfall in der Vorauswahl vertreten waren.

Da Fragen zu den Geschäftsprozessen sehr speziell sind und in der Regel nur von einem kleinen Personenkreis innerhalb der Unternehmen beantwortet werden können, wurde vor der schriftlichen Befragung telefonisch der richtige Ansprechpartner ermittelt.⁵⁹ Zudem ist darauf hinzuweisen, dass sämtliche Fragen so angelegt waren, dass sie die Unternehmen ausschließlich in ihrer Rolle als „Geschädigte“ ansprachen. Das heißt, die Lieferanten sollten Auskunft über die Erfahrungen geben, die sie gemacht haben, wenn andere Anbieter versucht haben, ihnen Kunden mit unseriösen Methoden abzuwerben. Grundsätzlich ist zwar vorstellbar, dass die befragten Unternehmen oder ihre Vertriebspartner im ungewollten Wechselprozess auch schon einmal eine andere Rolle eingenommen und selbst auf unlautere Werbemethoden zurückgegriffen haben. Diese Perspektive muss bei einer solchen Befragung jedoch zwangsläufig außen vor bleiben, da kaum zu erwarten ist, dass sich betroffene Unternehmen selbst belasten würden.

.....
57 Eine Liste der befragten Unternehmen findet sich im Anhang auf Seite 60.

58 Die Erfahrungen aus der Verbraucherberatung zeigen, dass es beim ungewollten Anbieterwechsel immer wieder zu regionalen Häufungen kommt, beispielsweise weil sich Haustürvermittler auf bestimmte Städte oder Stadtteile konzentrieren. Da nicht alle Energieversorger bundesweit liefern, sollte über die regionale Streuung der Anbieter sichergestellt werden, dass ein möglichst umfassendes Bild der Situation gewonnen wird.

.....
59 In den Frageformulierungen wurde jeweils ein Unternehmensbezug hergestellt, um Angaben zu vermeiden, die sich nur auf das Handeln der antwortenden Person beziehen. Gewisse Unschärfen sind hier jedoch nicht auszuschließen.



**UNTERSUCHUNGSMETHODE:
ANBIETERBEFRAGUNG**

Vorgehen:

Schriftliche Befragung mithilfe eines Fragebogens

Erhebungszeitraum:

08.06. – 27.06.2018

Grundgesamtheit:

41 ausgewählte Energieversorger in Deutschland

Nettostichprobe:

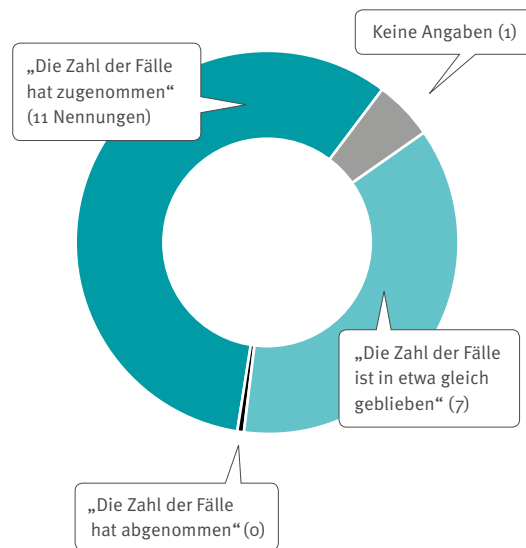
19 Energieversorger (darunter 15 Anbieter, deren Namen bei der Erhebung in der Beratung genannt worden waren, und 4 Anbieter, die unabhängig davon kontaktiert wurden)

Interpretierbarkeit der Ergebnisse

Aufgrund der geringen Fallzahl keine Ableitungen auf alle Energieversorger in Deutschland möglich

8

WIE BEURTEILEN ANBIETER DIE ENTWICKLUNG DES UNGEWOLLTEN ANBIETERWECHSELS?



Basis: Energieversorger aus Deutschland (n=19)

Wortlaut der Frage: „Wie beurteilen Sie die Entwicklung des ungewollten Anbieterwechsels in den letzten drei Jahren (ebenfalls bezogen auf Ihr Unternehmen)?“



7.1 WIE SCHÄTZEN ENERGIEVERSORGER DAS PROBLEM DES UNGEWOLLTEN ANBIETERWECHSELS EIN?

Auch bei der Anbieterbefragung bestätigte sich, dass untergeschobene Verträge ein verbreitetes Problem sind: 18 der 19 befragten Energieversorger gaben an, dass es in ihrem Unternehmen Erfahrungen mit dem Thema gibt und Kunden von entsprechenden Problemen berichten. In 14 Fällen handelte es sich nach Angabe der Versorger um gelegentliche Hinweise, vier Lieferanten äußerten sogar, dass ihre Kunden *häufig* auf ungewollte Wechsel verweisen.

Weiterhin war auffällig, dass eine Mehrheit der Lieferanten (11) angab, die Zahl der ungewollten Wechsel habe sich in den vergangenen drei Jahren erhöht. Sieben Versorger sprachen von einer gleichbleibenden Fallzahl; eine rückläufige Tendenz sah keines der befragten Unternehmen (vgl. Abbildung 8).



7.2 WELCHE MÖGLICHKEITEN HABEN VERSORGER, GEGEN UNGEWOLLTE WECHSEL VORZUGEHEN?

Von besonderem Interesse war bei der Anbieterbefragung, ob die Versorger schon einmal von der Möglichkeit Gebrauch gemacht haben, sich im Rahmen des Wechselprozesses eine **Kündigungsvollmacht vorlegen zu lassen**. Wie unter Punkt 4.1 beschrieben, sehen GPKE und GeLi Gas zwar vor, dass auf das Übersenden der Vollmacht im Regelfall zu verzichten ist, jedoch findet sich in den Geschäftsprozessen auch der Hinweis, dass die Vollmacht „in begründeten Einzelfällen“ durchaus angefordert werden kann.

Wie die Ergebnisse der Anbieterbefragung zeigen, scheint diese Regelung in der Praxis aktuell jedoch fast keine Rolle zu spielen: So gab eine Mehrheit der Anbieter (13) an, von der Möglichkeit zur Vollmachtsanforderung noch nie Gebrauch gemacht zu haben. Auf die

Frage nach den Gründen verwiesen sie zumeist darauf, dass Eingriffe in die automatisierten Abläufe aus ihrer Sicht zu aufwendig seien bzw. den Kunden auf andere Weise besser geholfen werden könne (vgl. Antwortbeispiele im nachfolgenden Kasten).



BEISPIEL: ANTWORTEN AUS DEN FRAGEBÖGEN

Warum hat Ihr Unternehmen noch nie eine Kündigungsvollmacht angefordert?

„Es handelt sich um einen automatisierten Prozess. Der Prüfaufwand wäre zu hoch.“

„Der vollautomatisierte Prozess müsste gestoppt werden. Das ist zu aufwendig.“

„Wir helfen den Kunden mit dem Widerruf, sofern er den Wechsel nicht wollte, das reicht in der Regel.“

Sechs der 19 befragten Unternehmen haben nach eigenen Angaben schon einmal eine Vollmacht angefordert. Dies sei zumeist in Situationen geschehen, in denen sich der Kunde gemeldet und darauf hingewiesen habe, dass kein Wechsel gewünscht war, oder in denen die Kündigung von einem Anbieter ausgesprochen wurde, über den sich Verbraucher in der Vergangenheit bereits wegen untergeschobener Verträge beschwert hatten.

Weiter zeigen die Ergebnisse, dass die Altlieferanten nach Anforderung der Vollmacht selten eine zufriedenstellende Antwort erhielten: So gaben lediglich zwei der sechs Anbieter, die schon einmal eine Vollmacht angefordert haben, an, dass sie anhand der übermittelten Unterlagen immer oder fast immer erkennen konnten, ob der Kunde den Lieferantenwechsel tatsächlich gewollt hatte. Drei Unternehmen hatten zumindest in einem Teil der Fälle Zweifel; eines war gar der Ansicht, dass die Unterlagen diesen Schluss nie oder so gut wie nie zuließen.

Hintergrund dieser Unsicherheit scheint die Tatsache zu sein, dass GPKE und GeLi Gas keine Vorgaben machen, wie die übermittelte Vollmacht genau auszusehen hat. Geregelt ist wie beschrieben lediglich, dass

Kündigungsvollmachten in Textform erteilt werden müssen.⁶⁰ Wie unter Punkt 4.1 ausgeführt, bedeutet dies jedoch keineswegs, dass immer ein unterschriebenes Dokument vorliegen muss – die Textform kann beispielsweise auch bei einem Vertragsschluss im Internet gewährt werden, etwa durch das Anklicken eines entsprechenden Auswahlfeldes, wenn die Erklärung zugleich dauerhaft abgespeichert werden kann.⁶¹

Wie in einem solchen Fall die an den Altlieferanten übermittelte Vollmachtsurkunde aussehen müsste, ist jedoch nicht näher beschrieben oder standardisiert. Zudem ist zu berücksichtigen, dass sich selbst bei einer unterschriebenen Vollmachtserklärung nicht ohne weiteres feststellen lässt, ob die Kündigung dem Wunsch des Kunden entspricht: Im schlechtesten Fall könnte die Unterschrift auch gefälscht worden sein; dies würde jedoch erst beim Vergleich von verschiedenen Dokumenten auffallen.

Wie schwierig die Beurteilung der übermittelten Vollmachten im Einzelfall zu sein scheint, zeigt sich auch daran, dass der Wechselprozess laut Angaben der Anbieter selbst bei erheblichen Zweifeln nicht zwangsläufig beendet wird: So gaben nur drei der sechs befragten Lieferanten, die schon einmal eine Vollmacht angefordert haben, an, dass sie die Kündigung in Fällen, in denen sie die übermittelte Vollmacht nicht beurteilen konnten, abgelehnt haben. Ein Unternehmen stimmte der Kündigung offenbar trotzdem zu, zwei weitere suchten den Kontakt mit dem betroffenen Verbraucher und damit eine Lösung außerhalb der in den Geschäftsprozessen vorgesehenen Abläufe.

Relativ eindeutig scheint die Situation aus Sicht der Altlieferanten lediglich, wenn der Neulieferant trotz Anforderung keine Vollmacht übermittelt: Sechs Befragte gaben an, dies schon einmal erlebt zu haben; fast alle lehnten daraufhin auch die Kündigung ab. Bei all diesen Ergebnissen muss jedoch stets die geringe Fallzahl berücksichtigt werden, aufgrund derer keine Verallgemeinerung auf alle Energieversorger in Deutschland möglich ist.

.....

60 § 312h BGB

61 Vgl. BGH, NJW 2014, 2857

Befragte Anbieter machen von juristischen Möglichkeiten wenig Gebrauch

Neben der Ausnahmeregelung in den Geschäftsprozessen wurden bei der Befragung auch einige andere Maßnahmen in den Blick genommen, mit denen Anbieter gegen ungewollte Wechsel vorgehen können. So wurden die Lieferanten beispielsweise nach **juristischen Konsequenzen** gefragt. Hintergrund: Da das Anwerben von Kunden mit unlauteren Mitteln einen Wettbewerbsverstoß darstellt, haben neben den betroffenen Kunden auch ihre bisherigen Lieferanten die Möglichkeit, rechtlich dagegen vorzugehen.⁶² Allerdings zeigen die Ergebnisse, dass dies anscheinend eher wenig verbreitet ist: Eine knappe Mehrheit der befragten Unternehmen (10 von 19) gab an, bei untergeschobenen Verträgen keine rechtlichen Schritte einzuleiten. Sechs weitere tun dies nur in Einzelfällen. Lediglich zwei Anbieter berichteten, bei ungewollten Wechseln immer oder fast immer wettbewerbsrechtlich gegen den beteiligten Neulieferanten vorzugehen. Als Gründe für die Zurückhaltung wurden zumeist die schwierige Beweisführung, der hohe Aufwand und die geringen Erfolgsaussichten genannt.

Ein gänzlich anderes Bild ergab sich bei der Frage, ob die Unternehmen sonstige, das heißt im Fragebogen nicht weiter vorgegebene, Maßnahmen ergreifen, um gegen untergeschobene Verträge vorzugehen: Dies wurde von 14 der 19 Anbieter bejaht. Die Reaktionen unterstreichen erneut, welchen Stellenwert das Problem des ungewollten Anbieterwechsels auch aus Perspektive der Anbieter hat. Als häufigste Maßnahmen wurden Aktivitäten aus dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit genannt (8 Antworten, beispielweise Kundeninformationen, Flyer und Pressemitteilungen über aktuelle Vorfälle), danach folgten die Unterstützung des Verbrauchers beim Widerruf und Nachfragen, ob der Kunde den Wechsel tatsächlich gewollt hat (jeweils 3 Nennungen). Es handelt sich also sowohl um präventive Maßnahmen als auch um Schritte, die erst eingeleitet werden können, nachdem es bereits zu ersten Auffälligkeiten gekommen ist.

.....
⁶² Grundlage hierfür ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Wichtig für das Verständnis: Anders als die in Abschnitt 4.2 dargestellten Möglichkeiten, sich rechtlich gegen ungewollte Wechsel zur Wehr zu setzen, zielt ein Vorgehen im Rahmen des UWG ausschließlich darauf ab, dass das wettbewerbswidrige Verhalten eingestellt wird. Das Verfahren hat also keine direkten Auswirkungen auf das Vertragsverhältnis des betroffenen Kunden.

Ein weiteres interessantes Ergebnis der Befragung war, dass sechs Anbieter angaben, ihren Kunden keine **Kündigungsbestätigung** zu schicken, nachdem der Vertrag von einem anderen Lieferanten gekündigt wurde. Bei vier weiteren erfolgt der Versand üblicherweise nicht in den ersten zwei Tagen nach der Bestätigung gegenüber dem Neulieferanten, sondern erst einige Tage später. Damit passen die Antworten zu den Ergebnissen der Erhebung in der Beratung, bei der viele Verbraucher berichtet hatten, keine Kündigungsbestätigung ihres bisherigen Versorgers erhalten zu haben.

Wie beschrieben, war der späte Versand der Kündigungsvollmacht einer der Gründe, warum die Kunden den untergeschobenen Vertrag oft relativ spät bemerkten und erst mit Verzögerung gegen diesen vorgehen konnten. Damit wird zugleich deutlich, dass der (schnelle) Versand einer Kündigungsbestätigung letztlich auch zu den im vorherigen Abschnitt genannten Strategien gegen einen ungewollten Wechsel gezählt werden kann: Erhält der Kunde zeitnah einen Hinweis, dass sein bisheriger Vertrag beendet wurde, ist er frühzeitig gewarnt und kann notwendige Schritte einleiten. Dieser Zusammenhang scheint jedoch vielen Anbietern nicht bewusst zu sein – dafür spricht zumindest die Tatsache, dass ein schneller Versand der Kündigungsbestätigung nicht ein einziges Mal bei den sonstigen Maßnahmen gegen einen ungewollten Wechsel aufgeführt wurde.

Änderung der Geschäftsprozesse wird unterschiedlich beurteilt

Ergänzend zu den bisher geschilderten Nachfragen wurden die Anbieter zudem um Vorschläge gebeten, wie die Geschäftsprozesse beim Lieferantenwechsel so verändert werden könnten, dass sich die Zahl der ungewollten Wechsel verringert. Da sich bei den Antworten kein einheitliches Bild abzeichnete, werden die Hinweise an dieser Stelle nicht weiter vertieft, sondern fließen in die Betrachtungen im Abschnitt 8.2 ein. Festgehalten werden sollte jedoch, dass sieben der 19 befragten Anbieter ausdrücklich darauf hinwiesen, dass sie keine Veränderungsmöglichkeiten innerhalb der Geschäftsprozesse sehen bzw. die Prozesse so bleiben sollten, wie sie sind. Konkrete Änderungsvorschläge wurden von sechs Versorgern unterbreitet.

Abschließend wurde der Frage nachgegangen, welche Konditionen die befragten Versorger Verbrauchern gewähren, wenn diese weiterhin von ihnen beliefert werden möchten, der Vertrag aber bereits gekündigt wurde. Bei der Auswertung der Antworten fiel auf, dass die befragten Anbieter fast durchgehend auf sehr viel Entgegenkommen verwiesen und zumeist von individuellen

Lösungen im Sinne der Betroffenen sprachen. Da hier jedoch ebenfalls die eingangs erwähnte Einschränkung zu beachten ist, dass die Versorger bei einer solchen Befragung naturgemäß ein gewisses Interesse an einer positiven Darstellung des eigenen Unternehmens haben, ist insgesamt fraglich, wie belastbar die Ergebnisse in Bezug auf diese spezielle Frage tatsächlich sind.

8. RECHTLICHE BEWERTUNG UND SCHLUSSBETRACHTUNG

... 8.1 WELCHE ZUSÄTZLICHEN PROBLEMFELDER HAT DIE UNTERSUCHUNG AUFGEZEIGT?

Wie sich bei der Darstellung der verschiedenen Untersuchungsergebnisse immer wieder gezeigt hat, ist der ungewollte Anbieterwechsel ein vielschichtiges Problem, das ganz unterschiedliche Rechtsfragen berührt. Die wichtigsten Abläufe und Hintergründe wurden bereits in Kapitel 4 dargestellt. Im Rahmen der Untersuchung und Analyse haben sich jedoch noch einige besondere Fallgestaltungen ergeben, die zusätzliche rechtliche Fragen aufwerfen und zu denen daher im Folgenden ebenfalls eine kurze Einordnung vorgenommen werden soll:

8.1.1 Fehlende bzw. unwirksame Werbeeinwilligung

Wie die Auswertung der Erhebung in der Beratung zeigt, werden die meisten Verträge am Telefon untergeschoben. In vielen Fällen war offenbar bereits der Anruf selbst unzulässig, da die betroffenen Verbraucherangaben, zuvor keine Werbeeinwilligung erteilt zu haben. Auch wenn dies nicht in jedem Fall überprüfbar ist und eine gewisse Fehlertoleranz aufgrund von falschen Erinnerungen stets einkalkuliert werden muss, ist die Gesamttendenz deutlich: Untergeschobene Verträge gehen offenbar sehr oft auf unerlaubte Werbeanrufe zurück. Dafür sprechen auch die Resultate der Bevölkerungsumfrage.

Die Ergebnisse werfen die Frage auf, welche Folgen die unerlaubte Kontaktaufnahme für die Wirksamkeit eines Vertrags hat bzw. für die Möglichkeiten, sich gegen diesen zur Wehr zu setzen. Die Antwort lautet: nach derzeitiger Rechtslage faktisch keine. Auch ein Vertrag, der im Rahmen von unerlaubter, wettbewerbswidriger Werbung zustande gekommen ist, kann wirksam sein. Über das Vorliegen und die Wirksamkeit der Einwilligung kann im Einzelfall zwar durchaus gestritten werden, auf das Vertragsverhältnis des einzelnen Verbrauchers hat dies jedoch keine Auswirkungen.

8.1.2 Versand von Nachrichten während eines Telefonats

Ein ähnliches Bild wie bei der Werbeeinwilligung zeigte sich bei der Vollmacht zur Kündigung des bisherigen Liefervertrags. Auch hier gaben viele der befragten Verbraucher an, eine entsprechende Vollmacht nie erteilt zu haben. Zum Teil berichteten die Betroffenen auch, dass ihnen während eines Werbeanrufs Nachrichten per E-Mail oder SMS geschickt wurden, die offenbar dem Ziel dienten, die Vollmacht zu beschaffen. Diese Beobachtung war aus juristischer Perspektive besonders interessant, da sie die Frage aufwarf, ob bei einer solchen Art der Informationsübermittlung das Kriterium der Textform erfüllt ist.⁶³

Wie eingangs dargestellt, bedeutet der Begriff Textform, dass es sich um eine lesbare Erklärung handeln muss, in der die Person des Erklärenden genannt ist und die auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt wird.⁶⁴ Zusätzlich muss, auch wenn diese Voraussetzung im Gesetz nicht ausdrücklich genannt ist, deutlich werden, wo sich das Ende der Erklärung befindet, beispielsweise durch die Angabe von Name oder Datum.⁶⁵

Ob die von den Verbrauchern beschriebenen Mitteilungen bzw. Vorgehensweisen diesen Anforderungen genügten, erschien in vielen Fällen eher fraglich. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass die Vollmacht durch bloßes Betätigen des Antwort- bzw. Sende-Buttons, also durch eine leere E-Mail oder SMS, erteilt werden sollte. Auch eine Rückmeldung, die einzig aus dem Wort „Ja“ besteht, erscheint zweifelhaft, zumindest wenn unter oder über der Antwort nicht zugleich die Ursprungsnachricht aufgeführt ist, aus der sich der Kontext ergibt. Zu all diesen Detailfragen ist bisher jedoch keine Rechtsprechung ersichtlich.

.....
⁶³ Nicht eingegangen wird an dieser Stelle auf die Frage, ob die Verbraucher über den Inhalt der Nachrichten getäuscht und mit einem Vorwand zu deren Beantwortung gebracht wurden. Liegen solche Umstände vor, könnte dies ein Anlass für die in Abschnitt 4.2.3 beschriebene Anfechtung des Vertrags sein.

⁶⁴ § 126b BGB

⁶⁵ Vgl. Palandt/Ellenberger, BGB, 77. Aufl. 2018, § 126b Rn. 5

Lediglich die grundsätzliche Möglichkeit der Wahrung der Textform mittels SMS oder E-Mail wird in der Rechtsprechung erwähnt. So verweist der Bundesgerichtshof beispielsweise darauf, dass E-Mails in der Regel ausreichend sind, um die Textform der Kündigung bzw. der Vollmacht zur Kündigung zu wahren.⁶⁶ Voraussetzung dafür dürfte allerdings sein, dass das Anliegen des Kunden aus dem Text klar hervorgeht. Dasselbe wird wohl bei einer klar formulierten SMS gelten, die dem Verbraucher als Absender zugeordnet werden kann.

Erhält der Verbraucher eine E-Mail mit einem Link, den er anklicken soll, ist die Situation wiederum anders zu bewerten: Das alleinige Anklicken genügt der Textform wohl nicht. Denn der Unternehmer wird kaum in der Lage sein, den Vorgang so zu dokumentieren, dass sich der Kontext und die Person des Verbrauchers zweifelsfrei ergibt. Führt der Link dagegen zu einem Bestellformular auf der Internetseite des Anbieters, kommt es darauf an, wie dieses genau gestaltet ist und welche Informationen letztlich an den Anbieter übermittelt werden.

Neben Nachrichten, mit denen eine Kündigungsvollmacht erteilt werden sollte, erhielten die Verbraucher auch vereinzelt Mitteilungen, in denen sie dazu aufgefordert wurden, den Vertragsschluss zu bestätigen. Da der Vertragsschluss selbst an keine bestimmte Form gebunden ist, also zum Beispiel auch mündlich erfolgen kann, sind hier deutlich geringere Anforderungen zu stellen. Damit könnte nahezu jede Erklärung, die der Verbraucher infolge einer Nachricht während des Werbeanrufs abgibt, als Zustimmung zum Vertragsschluss gewertet werden. Einzig die Aussagekraft der oben beschriebenen SMS- bzw. E-Mail-Nachrichten ohne eigenen Inhalt dürfte weiterhin fraglich sein.

8.1.3 Ausbleiben einer Auftrags- bzw. Vertragsbestätigung

Die Untersuchung zeigte außerdem, dass Energieversorger zum Teil die Belieferung aufnahmen, ohne dem Verbraucher zuvor eine Auftragsbestätigung zu schicken oder den Lieferbeginn mitzuteilen.

Dieses Vorgehen steht im Widerspruch zu gleich mehreren gesetzlichen Vorschriften, da eine Bestätigung in Textform in verschiedenen Regelungen anklingt bzw. ausdrücklich erwähnt wird: So ist im Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) beispielsweise klar vorgegeben, dass Verträge über die Belieferung von Haushaltskunden mit Energie einfach und verständlich sein und bestimmte Angaben enthalten sein müssen.⁶⁷ Da sich schon aus praktischen Gründen ergibt, dass die Vielzahl der dort genannten Informationen nicht mündlich am Telefon übermittelt bzw. vom Verbraucher überblickt werden können, scheint eine nachträgliche Bestätigung in Textform unumgänglich.

Zusätzlich fordert Paragraph 20a des EnWG, dass bei einem Lieferantenwechsel der neue Lieferant dem Letztverbraucher unverzüglich in Textform zu bestätigen hat, ob und zu welchem Termin er die gewünschte Belieferung aufnehmen kann. Die Strom- und Gasgrundversorgungsverordnungen geben zudem vor, dass ein Vertragsschluss, der nicht in Textform erfolgt ist, dem Kunden unverzüglich in Textform bestätigt werden muss.⁶⁸ Auch hier wird auf eine Reihe von Informationen verwiesen, die in der Bestätigung enthalten sein müssen.⁶⁹

Gerade für an der Haustür oder am Telefon geschlossene Verträge werden Anbietern zudem verschiedene nachvertragliche Informationspflichten auferlegt.⁷⁰ Hervorzuheben ist hier insbesondere Paragraph 312f des BGB, der eine Bestätigung des Vertrags auf einem dauerhaften Datenträger bzw. auf Papier verlangt.

Direkte Folgen für die Wirksamkeit des Vertrags ergeben sich aus diesen Regelungen allerdings nicht. Das bedeutet: Stellt das Unternehmen keine Vertragsbestätigung zur Verfügung und verletzt somit seine Informationspflichten, wird der Vertrag damit nicht automatisch unwirksam. Allerdings kommt aus Verbrauchersicht in solchen Fällen ein Schadensersatzanspruch⁷¹ oder ein Rücktrittsrecht⁷² in Frage. Beides dürfte in der Praxis jedoch nur schwer durchzusetzen sein und kaum eingefordert bzw. ausgeübt zu werden.

.....

67 § 41 Abs. 1 EnWG

68 § 2 Abs. 1 StromGKV bzw. GasGKV

69 § 2 Abs. 3 StromGKV bzw. GasGKV

70 §§ 312 ff. BGB und Art. 246 ff. des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB)

71 § 280 Abs. 1 BGB und § 241 BGB

72 § 324 BGB

.....
66 BGH, NJW 2010, 3566, OLG Schleswig, Beschluss vom 25.01.2012 - 2 W 57/11

Praktisch relevant ist die Vertragsbestätigung allerdings im Zusammenhang mit einem möglichen Widerruf des Verbrauchers. Wie unter Punkt 4.2.2 beschrieben, erfolgen Widerrufsbelehrungen am Telefon oft verkürzt. Die 14-tägige Widerrufsfrist beginnt damit üblicherweise erst dann, wenn der Verbraucher die Widerrufsbelehrung noch einmal in Textform erhält – also in der Regel mit der Vertragsbestätigung.

Insgesamt ergeben sich also zahlreiche Gründe, warum der neue Lieferant den Vertragsschluss in Textform bestätigen kann und muss. Dennoch hat das Ausbleiben einer solchen Bestätigung keine Folgen, von denen Verbraucher nennenswert profitieren könnten.

8.1.4 Schadensersatzforderungen

Ein weiterer Sonderfall, der im Rahmen der Untersuchung zu Tage trat, war die Tatsache, dass einige Versorger von Verbrauchern Schadensersatz verlangten, wenn diese den untergeschobenen Vertrag vorzeitig beenden wollten.

Da aus den Beschreibungen nicht genau hervorging, auf welche Rechtsgrundlage die Schadensersatzansprüche gestützt wurden, ist eine Bewertung grundsätzlich schwierig. Denkbar sind sowohl die unter Punkt 4.2 beschriebenen Wertersatzforderungen für bereits gelieferte Energie als auch ein sogenannter Nichterfüllungsschaden, der sich daraus ergibt, dass ein Vertragspartner (hier: der Verbraucher) seinen vertraglichen Verpflichtungen nicht wie vereinbart nachgekommen ist. Ein Beispiel für Letzteres wäre etwa die fehlende Mitwirkung des Kunden, wie sie in einer der Schilderungen aus dem Frühwarnnetzwerk angeführt wurde.

Allerdings scheidet ein Nichterfüllungsschaden im Fall eines ungewollten Anbieterwechsels in der Regel schon deshalb aus, weil kein Vertrag besteht, auf den sich der Neulieferant berufen könnte. Zudem könnte der Verbraucher damit argumentieren, dass der Energieversorger sich selbst nicht rechtstreu verhalten hat.

In einem weiteren Beispiel aus dem Frühwarnnetzwerk wurden die Forderungen nach Schadensersatz indirekt mit dem Thema Widerruf verquickt. Auch dies ist nicht zulässig: Nach einem wirksamen Widerruf können keine Schadensersatzforderungen gegenüber dem Ver-

braucher geltend gemacht werden. Andernfalls würde das gesetzlich garantierte Widerrufsrecht praktisch ausgehebelt.

8.1.5 Abbuchungen ohne SEPA-Lastschriftmandat

Die letzte Beobachtung, auf die an dieser Stelle näher eingegangen werden soll, betrifft ebenfalls die finanziellen Belastungen, die sich in Folge eines untergeschobenen Vertrags ergeben können: Einige Verbraucher berichteten, dass die neuen Lieferanten damit begannen, Abschlagszahlungen von ihren Bankkonten abzubuchen, obwohl sich die Kunden sicher waren, kein entsprechendes SEPA-Lastschriftmandat erteilt zu haben. Ein solches Vorgehen wäre eindeutig rechtswidrig; Abbuchungen dürfen nur mit entsprechender Autorisierung vorgenommen werden.

Die genauen Abläufe bei der Erteilung eines Lastschriftmandats sind in den Regelwerken der europäischen Kreditwirtschaft sowie den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Banken und Sparkassen geregelt. Die rechtlichen und technischen Vorgaben gehen auf eine EU-Verordnung zurück.⁷³

Praktisch sieht der Ablauf so aus, dass der Zahler (hier: der Verbraucher) einem Zahlungsempfänger, also beispielsweise einem Unternehmen, mit dem Mandat schriftlich die Erlaubnis erteilt, Zahlungen von seinem Konto abzubuchen. Zugleich wird der Zahlungsdienstleister des Kunden (die jeweilige Bank oder Sparkasse) angewiesen, die Lastschrift einzulösen. Jedem Unternehmen, das Zahlungen einziehen darf, wird von der Bundesbank eine Gläubiger-Identifikationsnummer zugeteilt. Das Unternehmen wiederum vergibt für jede Einzugsermächtigung eine Referenznummer.

Kommt es zu falschen oder überhöhten Abbuchungen, haben Verbraucher grundsätzlich acht Wochen Zeit, die Abbuchung ohne größeren Aufwand rückgängig zu machen bzw. sich den Betrag erstatten zu lassen.⁷⁴ Dies gilt jedoch nur in Fällen, in denen tatsächlich eine

73 Vgl. Verordnung (EU) Nr. 260/2012 des europäischen Parlaments und des Rates vom 14. März 2012 zur Festlegung der technischen Vorschriften und der Geschäftsanforderungen für Überweisungen und Lastschriften in Euro und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 924/2009 (ABl. L94/22 vom 30.03.2012)

74 § 675x BGB

Einzugsermächtigung vorliegt. In den bei der Untersuchung beschriebenen Konstellationen war die Ausgangslage wie dargestellt oftmals eine andere, da sich die Kunden sicher waren, kein entsprechendes Mandat erteilt zu haben. In einem solchen Fall haben Verbraucher ab der Abbuchung sogar 13 Monate Zeit, um ihre Bank oder Sparkasse über den nicht autorisierten Vorgang zu informieren und diesen rückgängig machen zu lassen.⁷⁵

8.2 HANDLUNGSOPTIONEN: WELCHE REGELUNGEN KOMMEN IN BETRACHT, UM VERBRAUCHER BESSER VOR UNTERGESCHOBENEN VERTRÄGEN ZU SCHÜTZEN?

Nachdem die Problematik des ungewollten Anbieterwechsels analysiert und sowohl die Ursachen als auch die Folgen detailliert betrachtet wurden, soll zum Schluss der Untersuchung schließlich der Frage nachgegangen werden, wie Verbraucher in Zukunft besser vor untergeschobenen Verträgen geschützt werden können. Aus diesem Grund werden im Folgenden verschiedene Ansätze diskutiert, mit denen die bisherigen Abläufe beim Anbieterwechsel bzw. beim Vertragsabschluss verändert werden könnten. Wichtig ist dabei zu beachten, dass es sich lediglich um Optionen handelt, die sich in ihrer Zielrichtung unterscheiden und zum Teil ebenfalls mit offenen Fragen verbunden sind. Aus diesem Grund werden in jedem Abschnitt das Für und Wider des jeweiligen Ansatzes gegenübergestellt.

8.2.1 Übersendung von Kündigungsvollmachten als Regelfall

Eine der Hauptursachen für den ungewollten Anbieterwechsel besteht wie beschrieben darin, dass Energieversorger die bisherigen Strom- und Gasverträge von Verbrauchern kündigen können, ohne gegenüber dem Altversorger nachweisen zu müssen, dass sie dazu auch tatsächlich bevollmächtigt sind. Ein naheliegender Ansatz wäre daher zunächst, die Geschäftsprozesse beim Lieferantenwechsel so zu verändern, dass die Kündigungsvollmacht nicht wie bisher nur in Ausnahmefällen angefordert werden darf, sondern dass die Übermittlung und Prüfung zum Regelfall wird. Damit würden für Energielieferverträge dieselben Grundsät-

ze gelten wie für andere Vertragsarten und das im BGB festgeschriebene Textformerfordernis könnte wie beabsichtigt⁷⁶ dazu beitragen, dass Verbraucher von Zahlungspflichten nicht überrascht, sondern durch umfassende Dokumentation geschützt werden. Bisher sieht die Rechtslage so aus, dass GPKE und GeLi Gas die zivilrechtlichen Schutzvorschriften faktisch aushebeln.

Unklar ist allerdings, inwieweit sich eine generelle Übermittlung der Kündigungsvollmacht mit den automatisierten Geschäftsprozessen und Datenübertragungen beim Anbieterwechsel vereinbaren lässt. Wie beschrieben, kommunizieren Energieversorger untereinander nicht über individuelle Schreiben, sondern über ein spezielles elektronisches System zur Übermittlung von Daten im Geschäftsverkehr, das auf die massenhafte Abwicklung von Wechselvorgängen ausgelegt ist.⁷⁷ Ohne detailliertere Einblicke in dieses System ist schwer zu beurteilen, ob und unter welchen Bedingungen die Einbindung der Vollmachten gelingen kann. Diese Frage könnte jedoch Gegenstand einer weiteren Untersuchung sein, in deren Mittelpunkt die technische Umsetzung steht.

Die Untersuchungsergebnisse des Marktwächters Energie lassen den Schluss zu, dass mit einer Optimierung der Geschäftsprozesse gegebenenfalls Abhilfe geschaffen werden könnte. Zu beachten ist aber, dass der generelle Versand der Kündigungsvollmacht wohl nur dann zum gewünschten Erfolg führen kann, wenn zugleich die Art, wie das übermittelte Dokument auszu-sehen hat, stärker vorgegeben und standardisiert wird. Nur so wäre sichergestellt, dass der Altlieferant die vorgelegte Vollmacht tatsächlich beurteilen kann und bei seiner Entscheidung über eine mögliche Ablehnung der Kündigung Rechtssicherheit hat. Wie die Ergebnisse der Anbieterbefragung zeigen, ist dies aktuell nur in Ausnahmefällen der Fall.

Regelungen, die eine längere Wartezeit oder ähnliche Probleme nach sich ziehen, sind zwar grundsätzlich kritisch zu sehen. Bei einer standardisierten Vorlage und Übermittlung der Kündigungsvollmacht könnte aber unter Umständen auch eine effiziente und – sofern technisch umsetzbar – automatisierte Prüfung der Vollmacht erfolgen.

⁷⁵ §§ 675u und 676b Abs. 1 und 2 BGB

⁷⁶ Vgl. BT-Drucks. 17/13637, S. 55

⁷⁷ Vgl. Abschnitt 4.1

8.2.2 Übersendung von Kündigungsvollmachten weiterhin nur in Ausnahmefällen, jedoch mit stärkerer Standardisierung

Auch der nächste Ansatz bezieht sich auf die Kündigungsvollmacht und führt somit die Überlegungen des Abschnitts 8.2.1 fort: Denkbar wäre grundsätzlich auch, die Geschäftsprozesse so zu ändern, dass die Vollmacht weiter nur in begründeten Ausnahmefällen übermittelt, ihre genaue Ausgestaltung jedoch wie oben beschrieben genauer vorgegeben und somit für die Altlieferanten besser überprüfbar wird.

Der Vorteil dieser Option wäre, dass weniger Änderungen erforderlich wären als bei einer kompletten Aufgabe der Ausnahmeregelung. Die Eingriffe in die Geschäftsprozesse und in das elektronische System zur Datenübertragung wären somit geringer. Gleichzeitig würde es für die beteiligten Versorger praktikabler und lohnender, die Ausnahmeregelung auch tatsächlich zu nutzen und eine Vollmacht anzufordern.

Als Nachteil ist jedoch zu sehen, dass die Prüfung der Kündigungsvollmacht weiterhin von einem konkreten Verdacht abhängig wäre und somit nur punktuell erfolgen könnte. Untergeschobene Verträge, die von bislang unauffälligen Anbietern ausgehen und bei denen sich der Verbraucher nicht mit dem Hinweis, dass es zu einer unerwünschten Vertragsbeendigung kommen könnte, an seinen Versorger wendet, würden somit vermutlich nicht rechtzeitig auffallen.

8.2.3 Strengere Vorgaben zur Identifizierung der Marktlotation

Neben der fehlenden Kontrolle der Kündigungsvollmacht gibt es wie dargestellt noch eine zweite zentrale Ursache für ungewollte Lieferantenwechsel: die Identifizierung der Marktlotation anhand von Daten, die ausgespäht werden können. Dies wirft die Frage auf, ob der Missbrauch des Wechselprozesses eingedämmt werden könnte, wenn die Anforderungen im Identifizierungsprozess erhöht werden. Konkret könnte dies beispielsweise bedeuten, dass die relativ leicht – und teilweise unter Umgehung des Verbrauchers – zu ermittelnden Daten Zählernummer, Name des bisherigen Energieversorgers und Kundennummer beim bisherigen Energieversorger nicht länger genutzt werden. In der Folge wäre die Identifizierung der Lieferstelle nur

noch über eine einzige Datenkombination möglich: Name des Kunden + Adresse der Marktlotation + Identifikationsnummer der Marktlotation. Einen solchen Vorschlag hatte auch einer der Energieversorger unterbreitet, die im Rahmen der Anbieterbefragung nach ihren Anregungen gefragt worden waren.

Der Vorteil der MaLo-ID besteht darin, dass diese anders als die Zählernummer in der Regel nicht auf dem Strom- und Gaszähler angegeben wird, da sie lediglich für die elektronische Kommunikation zwischen den Anbietern relevant ist. Dementsprechend kann sie von unseriösen Werbern auch nicht einfach abgeschrieben werden. Zudem ist die ID in der Regel länger als die Zählernummer und deutlich weniger bekannt – der Versuch, sie beispielsweise am Telefon unter einem Vorwand abzufragen, könnte eher das Misstrauen der betroffenen Verbraucher wecken, als dies gegenwärtig der Fall ist.

Allerdings zeigen die Ergebnisse der Untersuchung, dass unseriöse Werber und Vermittler durchaus kreativ sind, wenn es darum geht, die Abfrage von Daten gegenüber Verbrauchern zu begründen. Insofern besteht die Gefahr, dass auch für das Ausspähen der MaLo-ID spezielle Strategien entwickelt würden. Dies ist auch bei der ebenfalls vorstellbaren Variante zu bedenken, dass neben der MaLo-ID noch weitere Kriterien zur Identifizierung der Marktlotation festgelegt werden.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass die MaLo-ID vielen Verbrauchern gegenwärtig noch nicht bekannt sein dürfte. Da sie wie beschrieben erst im Februar 2018 eingeführt wurde, wird sie Verbrauchern voraussichtlich erst nach und nach mit der Jahresrechnung mitgeteilt werden.⁷⁸

.....
78 Dies ergibt sich zumindest aus den Empfehlungen, die der Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) für Energieversorger erarbeitet hat. Gesetzliche Grundlage könnte perspektivisch § 40 Abs. 2 Nr. 3 EnWG sein. An dieser Stelle wird gegenwärtig noch darauf verwiesen, dass die Zählpunktbezeichnung in Energierechnungen angegeben werden muss. Da diese jedoch wie beschrieben künftig an Bedeutung verliert und die MaLo-ID zur zentralen Identifikationsnummer im Wechselprozess wird, ist zu erwarten, dass das Gesetz an dieser Stelle angepasst wird. Der BDEW empfiehlt zudem schon jetzt, die Regelung so auszulegen, dass sowohl die Zählpunktbezeichnung als auch die MaLo-ID genannt werden müssen. Vgl. BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V. (2017): S. 10

Des Weiteren sollte berücksichtigt werden, dass jede Vorgabe, die die Identifizierung für Unbefugte erschweren soll, auch ein potentiell Hindernis für den normalen Anbieterwechsel darstellen kann. So steigt mit der Komplexität der geforderten Information nicht nur die Gefahr von Zahlendrehern und anderen Übertragungsfehlern, sondern auch das Risiko, dass sich letztlich sogar der betroffene Verbraucher nicht mehr sicher ist, um welche Daten und Informationen es sich handelt und wo er diese nachlesen kann.

8.2.4 Möglichkeit der rückwirkenden Netzanmeldung

Eine weitere denkbare Handlungsoption betrifft die Frage, wie mit Kunden zu verfahren ist, die sich erfolgreich gegen einen ungewollten Anbieterwechsel zur Wehr setzen konnten. Hat der neue Lieferant in einem solchen Fall bereits die Belieferung aufgenommen, können sich für Verbraucher wie beschrieben zwei Folgeprobleme ergeben: zum einen müssen sie unter Umständen Wertersatz für die bereits gelieferte Energie leisten, zum anderen werden sie ihren bisherigen Strom- oder Gasvertrag in aller Regel nicht fortführen können.

Hintergrund beider Probleme ist, dass GPKE und GeLi Gas, von wenigen Ausnahmen abgesehen, keine Rückabwicklung des Lieferantenwechsels ermöglichen, also keine nachträglichen Netzanmeldungen oder -abmeldungen. Wären entsprechende Prozesse vorhanden, könnte die unberechtigte Netzanmeldung eines Neulieferanten gewissermaßen rückwirkend überschrieben und die Belieferungs- und Vertragssituation damit so verändert werden, als sei die entsprechende Lieferstelle durchgehend dem bisherigen Energieversorger zugeordnet gewesen. Eine solche Rückabwicklung innerhalb der Geschäftsprozesse wurde auch von einem der im Rahmen der Untersuchung befragten Anbieter angeregt. Für den Verbraucher hätte dies den Vorteil, dass er keinen Wertersatz an ein Unternehmen zahlen müsste, das gegen seinen Willen die Belieferung aufgenommen hat. Wie die Erfahrungen aus dem Beratungsalltag der Verbraucherzentralen zeigen, stoßen solche finanziellen Forderungen oftmals auf großes Unverständnis, da bei den Betroffenen der Eindruck zurückbleibt, dass sich unseriöse Vertriebsmethoden letztlich auch noch bezahlt machen.

Als Nachteil ist bei dieser Option allerdings anzuführen, dass es sich um keine generelle Strategie gegen das Problem des ungewollten Anbieterwechsels handelt, sondern lediglich um einen Ansatz, mit dem bei einer bestimmten Gruppe von Betroffenen die Folgen abgemildert werden könnten.

8.2.5. Keine Weitergabe des Altanbieternamens durch Netzbetreiber

Auch die nächste Handlungsoption setzt direkt bei den Abläufen an, die in GPKE und GeLi Gas beschrieben werden. Konkret geht um die Frage, ob und in welchen Fällen der Name des Altlieferanten an andere Versorger weitergegeben wird.

Um den aktuellen Vertrag eines Kunden zu kündigen, muss der Neulieferant den Namen des bisherigen Anbieters in jedem Fall kennen; andernfalls ist eine Kontaktaufnahme nicht möglich. Dies klingt zunächst nach einer zusätzlichen Hürde für den ungewollten Wechsel, weil der Werbende neben den Daten zur Identifizierung der Marktlotation eine weitere Information beim Kunden erfragen muss.⁷⁹ Über einen kleinen Umweg in den Geschäftsprozessen kann er diesen jedoch auch in Erfahrung bringen, ohne dass der Kunde beteiligt ist.

Hintergrund ist der Prozess der Netzanmeldung: Liegen einem Versorger Identifikationsdaten wie Name, Adresse und Zählernummer, nicht aber der Name des bisherigen Anbieters vor, kann sich der Neulieferant damit zunächst an den Netzbetreiber wenden und zu einem beliebigen Termin eine Netzanmeldung vornehmen. Der Netzbetreiber prüft daraufhin, ob ihm eine korrespondierende Netzabmeldung des Altlieferanten vorliegt. Ist dies nicht der Fall, informiert der Netzbetreiber den Neulieferanten darüber und teilt ihm zugleich den Namen des Altlieferanten mit.⁸⁰ Daraufhin kann sich der neue Anbieter direkt an den Altlieferanten wenden, im Namen des Kunden die Kündigung aussprechen und nach Bestätigung des Kündigungstermins eine erneute, diesmal erfolgreiche Netzanmeldung vornehmen.

⁷⁹ Dies gilt zumindest in jenen Fällen, in denen die Identifizierung über die ersten beiden auf Seite 15 dargestellten Datenkombinationen vorgenommen wird. Beschreibt der Neuanbieter die Marktlotation anhand der dritten möglichen Kombination, ist ihm der Name des bisherigen Versorgers ohnehin bekannt.

⁸⁰ Der entsprechende Prozessschritt wird als „Information über existierende Zuordnung“ bezeichnet; vgl. Bundesnetzagentur (2016): GPKE, S. 35 bzw. Bundesnetzagentur (2016): GeLi Gas, S. 33

Die Ablehnung des ersten Anmeldeversuchs hat dabei keine weiteren Folgen.

Vor diesem Hintergrund ist zu überlegen, die Geschäftsprozesse so zu verändern, dass in der beschriebenen Konstellation keine Weitergabe des Anbieternamens durch den Netzbetreiber erfolgen soll. Praktische Relevanz hat dieses Szenario beispielsweise in Fällen, in denen sich eine unbefugte Person Zugang zu einem Mehrparteienhaus verschafft und dort Namen, Adressen und Zählernummern abschreibt. Nach den bisherigen Regelungen wäre dies bereits ausreichend, um einen ungewollten Wechsel für eine oder sogar mehrere Marktlokationen einzuleiten. Nach der beschriebenen Änderung von GPKE und GeLi Gas müsste der betreffende Akteur dagegen zusätzlich mit den Bewohnern des Hauses in Kontakt treten und die Namen der Altanbieter erfragen. Damit würde das Einleiten der ungewollten Wechsel erschwert und die Kunden wären unter Umständen gewarnt.

Unklar ist allerdings, wie häufig der Umweg über die (absehbar nicht erfolgreiche) Netzanmeldung in der Praxis tatsächlich genutzt wird. Hier könnten weitere Untersuchungen Aufschluss geben, beispielsweise eine Befragung von Netzbetreibern. Zudem ist zu beachten, dass sich die Bundesnetzagentur bei der Ausarbeitung der Geschäftsprozesse offenbar einen Vorteil davon versprochen hat, wenn die beiden beteiligten Versorger nach einer gescheiterten Netzanmeldung miteinander in Kontakt treten und offene Punkte bilateral klären können. Diese direkte Kontaktmöglichkeit würde bei einer Änderung der Geschäftsprozesse entfallen.

8.2.6 Aufwertung der Rolle des Netzbetreibers im Wechselprozess

Auch die nächste mögliche Veränderung bezieht sich auf die Rolle der Netzbetreiber: Um eine zusätzliche Kontrollinstanz im Wechselprozess zu schaffen, wäre es theoretisch denkbar, dass die Netzbetreiber aktiver in die Abläufe eingebunden werden und weitere Aufgaben erhalten. Eine solche Ausweitung der Handlungsmöglichkeiten wurde auch von einem der im Rahmen der Untersuchung befragten Anbieter vorgeschlagen. Konkret könnte dies beispielsweise bedeuten, dass sich die Netzbetreiber unter bestimmten Umständen direkt an die Verbraucher wenden und erfragen, ob ein Wechsel tatsächlich gewollt war. Denkbar sind dabei im Grund-

de alle Szenarien, in denen es bei der Netzanmeldung zu Auffälligkeiten kommt, die auf einen ungewollten Wechsel hindeuten. Dies könnten beispielsweise sein:

- eine besondere Häufung von Netzanmeldungen aufgrund von Lieferantenwechseln in einem bestimmten Stadtteil/einer bestimmten Straße (Indiz für Haustürgeschäfte)
- eine Netzanmeldung, die zum einen von einem Anbieter ausgeht, der in der Vergangenheit bereits häufig durch untergeschobene Verträge aufgefallen ist,⁸¹ und zum anderen überhaupt nicht zum bisherigen Nutzungsverhalten der Verbraucher zu passen scheint (Beispiel: der Kunde befindet sich seit vielen Jahren in der Grundversorgung)
- eine hohe Zahl von Netzanmeldungen durch ein und denselben Versorger, bei denen es jeweils an einer korrespondierenden Netzabmeldung fehlt (vgl. Ausführungen in Abschnitt 8.2.5).

Der Vorteil an einer gezielten Nachfrage durch die Netzbetreiber wäre, dass in Zweifels- und Konfliktfällen eine dritte Instanz herangezogen wird, die keine eigenen Interessen im Wechselprozess verfolgt.⁸² Dies ist sicherlich transparenter als wenn sich – wie beispielsweise bei der Anbieterbefragung vereinzelt beschrieben – der Altanbieter selbst noch einmal mit dem Kunden in Verbindung setzt und fragt, ob ein Wechsel tatsächlich gewollt war.

Ein Nachteil an dem beschriebenen Vorgehen könnte allerdings sein, dass viele Kunden ihren Netzbetreiber nicht kennen und durch die Kontaktaufnahme irritiert sein könnten. Zudem ist davon auszugehen, dass die Netzbetreiber bei ihrer Prüfung auch auf Konstellationen stoßen würden, die zwar auf den ersten Blick auffällig erscheinen, hinter denen tatsächlich aber

81 Aktuelle Informationen, zu welchen Versorgern viele Beschwerden wegen ungewollter Wechsel vorliegen, könnte zum Beispiel die Bundesnetzagentur zur Verfügung stellen.

82 Dies gilt zumindest so lange, wie die Netzbetreiber nicht mit den beteiligten Energieversorgern identisch sind. Eine solche Trennung zwischen Netzen und Vertrieb, das sogenannte Unbundling, ist wie in Abschnitt 4.1 beschrieben grundsätzlich vorgesehen. Allerdings ist der Vollständigkeit halber darauf hinzuweisen, dass bei sehr kleinen Netzbetreibern Ausnahmeregelungen gelten. Unter bestimmten Umständen kann es demnach durchaus eine enge Verbindung zwischen dem Netzbetreiber und dem örtlichen Grundversorger geben. Ist Letzterer am Wechsel beteiligt, müssten also unter Umständen abweichende Regelungen greifen.

ein normaler, vom Kunden gewollter Anbieterwechsel steht. In solchen Fällen würde den Verbrauchern durch die Beantwortung der Anfrage ein unnötiger Aufwand entstehen.

Abschließend ist zudem darauf hinzuweisen, dass auch diese Option nicht zu einem grundsätzlichen Schutz vor untergeschobenen Verträgen führen würde, sondern es würde nur bei bestimmten Auffälligkeiten eine zusätzliche Prüfung erfolgen.

8.2.7 Nachträgliche Bestätigung telefonisch geschlossener Verträge

Da ungewollte Anbieterwechsel wie dargestellt in den meisten Fällen am Telefon angebahnt werden, erscheint es zudem sinnvoll, über besondere Regelungen für diesen Vertriebsweg nachzudenken. So wird etwa seit einigen Jahren darüber diskutiert, die Wirksamkeit eines telefonisch geschlossenen Vertrags von einer nachträglichen Verschriftlichung abhängig zu machen. Hintergrund ist die in vielen Branchen anhaltend hohe und zuletzt sogar noch einmal deutlich gestiegene Zahl von Verbraucherbeschwerden über unerlaubte Telefonwerbung.⁸³

Bislang gilt, dass am Telefon geschlossene Verträge ohne schriftliche Bestätigung des Verbrauchers gültig sind – der Kunde kann seine Zustimmung also grundsätzlich auch mündlich zum Ausdruck bringen. Einzige Ausnahme sind Verträge, mit denen Verbrauchern die Teilnahme an Gewinnspielen und Lotterien vermittelt wird – für diese wurde 2013 ein generelles Textformerfordernis eingeführt.⁸⁴ Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert seit Langem, diese strengeren Vorgaben auch auf andere Vertragsarten auszuweiten. Konkret wird dabei eine sogenannte Bestätigungslösung vorgeschlagen, bei der ein telefonisch besprochener Vertrag erst dann wirksam wird, wenn ihn der Verbraucher nachträglich in Textform bestätigt.⁸⁵

Der Bundesrat hat im Jahr 2018 eine Gesetzesinitiative verabschiedet, die in eine ähnliche Richtung geht, sich allerdings in den juristischen Feinheiten ein wenig un-

83 Laut Jahresbericht der Bundesnetzagentur lag die Zahl der schriftlichen Beschwerden über unerlaubte Telefonwerbung im Jahr 2017 bei 57.426 Hinweisen. 2016 waren es 29.298, ein weiteres Jahr zuvor 24.455. Vgl. Bundesnetzagentur (2018), S. 70

84 Vgl. Bundesgesetzblatt (2013), S. 3714 ff. Die entsprechende Regelung ist in § 675 Abs. 3 BGB festgehalten.

85 Vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband (2010), S. 1 f.

terscheidet (die sogenannte Genehmigungslösung).⁸⁶ Die Unterschiede zwischen beiden Modellen sollen an dieser Stelle nicht weiter vertieft werden, da sie für die grundsätzliche Bewertung erst einmal nachrangig sind. Kern des Vorschlags ist auch hier, dass bei einem Werbeanrufer geschlossene Verträge nur dann wirksam werden, wenn der Verbraucher seine Zustimmung zum Vertragsschluss später noch einmal in Textform wiederholt, also beispielsweise per E-Mail. Von Verbrauchern selbst ausgehende telefonische Bestellungen wären weiterhin ohne eine solche Genehmigung möglich.

In der Praxis hätten beide Ansätze zur Folge, dass Verbraucher nicht mehr am Telefon überrumpelt werden könnten. Vielmehr erhielten sie die Möglichkeit, eine überlegte und reflektierte Entscheidung zu treffen. Wie die Ergebnisse der Bevölkerungsumfrage zeigen, fehlt es den Betroffenen häufig genau an dieser Bedenkzeit. Im konkreten Fall des ungewollten Anbieterwechsels könnte sich durch die Bestätigungs- oder Genehmigungslösung für Kunden eine weitere Möglichkeit ergeben, sich gegen den vermeintlichen Vertragsschluss zur Wehr zu setzen.

Allerdings ist an dieser Stelle auch zu bedenken, dass allein die Änderung der zivilrechtlichen Vorschriften nicht zwangsläufig das Problem lösen würde, dass Neulieferanten aufgrund der Regelungen in GPKE und GeLi Gas faktisch ohne wirksamen Vertrag die Belieferung aufnehmen können und sich somit das Problem der Rückabwicklung des Vertragsverhältnisses bzw. eines möglichen Wertersatzes ergeben kann.⁸⁷ GPKE und GeLi Gas müssten daher entsprechend angepasst werden. Zudem gilt auch hier, dass der Ansatz nicht vor ungewollten Wechseln schützt, die an der Haustür angebahnt werden.

8.2.8 Stärkere Sanktionierung von unerlaubten Werbeanrufen

Auch die letzte Handlungsoption, auf die in diesem Abschnitt eingegangen werden soll, bezieht sich ausschließlich auf Verträge, die am Telefon untergeschoben wurden: Wie im Abschnitt 4.2.4 dargestellt, stellen unerlaubte Werbeanrufe eine Ordnungswidrigkeit dar, die von der Bundesnetzagentur mit einem Bußgeld

86 Vgl. Deutscher Bundestag (2018), Drucksache 19/2538

87 Vgl. Schulte-Nölke et al. (2017), S. 188 f.

geahndet werden kann.⁸⁸ Um die abschreckende Wirkung des Bußgeldverfahrens zu erhöhen, käme eine Erhöhung des maximal möglichen Betrags oder eine häufigere Verhängung von hohen Bußgeldern in Frage. Damit würde nicht nur insgesamt der wirtschaftliche Anreiz für entsprechende Geschäftspraktiken nachlassen, sondern es würden auch genau jene Unternehmen sanktioniert, die erwiesenermaßen gegen das Gesetz verstoßen haben.

Theoretisch kann die Bundesnetzagentur schon jetzt ein Bußgeld von bis zu 300.000 Euro verhängen.⁸⁹ Ein Blick in die Praxis zeigt jedoch, dass die Geldbußen oft deutlich geringer ausfallen.⁹⁰ Dies liegt unter anderem daran, dass eine volle Ausschöpfung des Bußgeldrahmens nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen in Betracht kommt, beispielsweise bei einem vorsätzlichen Handeln des Unternehmens oder einer hohen Anzahl von Einzelverstößen. Ein weiterer Grund für die oft geringeren Beträge ist die Tatsache, dass betroffene Unternehmen Einspruch gegen den Bußgeldbescheid erheben können. Daraufhin wird das Bußgeld vom Amtsgericht Bonn überprüft und gegebenenfalls herabgesetzt. Die Kontrolle findet in der Regel ohne Einbeziehung der Bundesnetzagentur statt; zudem werden die Beschlüsse des Gerichts meist nicht begründet.⁹¹

Senkt das Gericht die ursprünglich vorgesehene Geldbuße, kann die Bundesnetzagentur gegen diese Entscheidung kein Rechtsmittel einlegen. In einer

.....
88 § 20 UWG

89 Zunächst lag der Bußgeldrahmen für unerlaubte Werbeanrufe bei 50.000 Euro, mit dem Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken vom 01.10.2013 wurde er auf 300.000 Euro erhöht. Vgl. Bundesgesetzblatt (2013), S. 3714 ff.

90 Vgl. Schulte-Nölke et al. (2017), S. 98 ff.

91 Vgl. Schulte-Nölke et al. (2017), S. 103; gesetzliche Grundlage ist § 72 Abs. 6 Ordnungswidrigkeitengesetz (OWiG)

Stellungnahme aus dem Jahr 2016 wies die Bundesnetzagentur darauf hin, dass es ihrer Einschätzung nach in der Vergangenheit „tendenziell“ zu einer solchen Herabsetzung gekommen ist – zum Teil auch in einer signifikanten Größenordnung.⁹²

Hinzu kommt, dass das Amtsgericht Bonn im Jahr 2012 eine Entscheidung getroffen hat, die großen Einfluss auf die Festlegung aller Bußgelder hat: Anknüpfungspunkt für die Bemessung ist seitdem nicht mehr jeder einzelne Anruf eines Unternehmens, sondern nur der einmalige Auftrag, derartige Anrufe durchzuführen. Konnte also vor der Entscheidung für jeden nachgewiesenen Anruf ein Bußgeld verhängt werden, ist nun nur noch ein Bußgeld möglich – unabhängig davon, wie viele Anrufe tatsächlich durchgeführt wurden.⁹³

Insgesamt zeigt sich also, dass die vom Gesetz vorgesehenen Bußgelder gegen unerlaubte Werbeanrufe zwar verhängt werden, in der Praxis jedoch häufig geringer ausfallen, als es der rechtliche Rahmen zulässt. Eine stärkere Sanktionierung erscheint daher sinnvoll. Gleichzeitig muss die Überprüfbarkeit der Bußgelder durch unabhängige Gerichte gewährleistet bleiben. Die bloße Anhebung des Bußgeldrahmens wird deshalb wohl nicht zum Ziel führen. Sinnvoller wäre es, dass Bußgeldverfahren dahingehend abzuändern, dass eine stärkere Einbindung der Bundesnetzagentur gesichert ist und die Begründung der Entscheidungen durch das Amtsgericht zum Regelfall wird. Zudem sollte die Bundesnetzagentur die Möglichkeit erhalten, die Entscheidungen des Amtsgerichts Bonn von einem anderen Gericht überprüfen zu lassen.

.....
92 Eine ausführliche Darstellung dieser Problematik findet sich in einem Bericht zur Evaluierung des Gesetzes gegen unseriöse Geschäftspraktiken, der vom BMJV in Auftrag gegeben und 2017 veröffentlicht wurde. Vgl. Schulte-Nölke et al. (2017), S. 103

93 Schulte-Nölke et al. (2017), S. 101

9. ZUSAMMENFASSUNG

Untergeschobene Verträge für Strom und Gas sind ein Problem, das die Verbraucherzentralen schon seit Jahren begleitet. Immer wieder melden sich in den Beratungsstellen Verbraucher, die berichten, dass es ohne ihre Zustimmung zu einem Wechsel des Energieversorgers gekommen ist bzw. dieser eingeleitet wurde. Im Rahmen der vorliegenden Studie mit mehrstufigem methodischen Ansatz (Auswertung des Frühwarnnetzwerkes, Erhebung in der Beratung, Verbraucheraufruf, Anbieterbefragung) war es dem Marktwächter Energie nun möglich, sich ein umfassendes Bild von der Problematik zu machen und sich den Ursachen und Folgen des ungewollten Anbieterwechsels zu nähern. Dabei zeigte sich schnell: Untergeschobene Verträge sind ein sehr vielschichtiges Problem. Es gibt nicht die eine Situation oder die eine Konsequenz, die einen unerwünschten Wechsel kennzeichnen. Vielmehr handelt es sich bei der ungewollten Beendigung des bisherigen Liefervertrags um eine Art Oberthema, das aus Sicht der Betroffenen mit einer Vielzahl von Folgeerscheinungen und Teilproblemen verbunden sein kann. Und genau das macht aus Sicht der Verbraucher oftmals die Schwierigkeit aus.

Wie schwer das Thema aus Kundensicht zu greifen ist, lässt sich oft schon an der Frage ablesen, wie die Betroffenen auf den ungewollten Wechselprozess aufmerksam werden: Wie die Auswertung der Verbraucherbeschwerden zeigte, erhalten die Verbraucher zumeist eine Kündigungsbestätigung ihres bisherigen Versorgers oder eine Auftragsbestätigung des neuen Lieferanten. Es gibt jedoch auch Fälle, in denen entsprechende Unterlagen ganz ausbleiben und die Betroffenen erst durch Abbuchungen von ihrem Konto, Mahnungen oder andere Auffälligkeiten Verdacht schöpfen. Auf diese Weise verlieren sie oftmals wertvolle Zeit, sich gegen den untergeschobenen Vertrag zur Wehr zu setzen.

Verträge werden zumeist am Telefon untergeschoben

Ein ähnlich uneinheitliches Bild ergibt sich, wenn sich die betroffenen Verbraucher im Anschluss die Frage stellen, wie es zu dem untergeschobenen Vertrag kommen konnte. Als generelle Tendenzen ließ sich hier lediglich festhalten, dass dem ungewollten Anbie-

terwechsel zumeist ein Anruf vorausgegangen ist und dass es sich bei den untergeschobenen Verträgen überwiegend um Stromverträge handelt. Haustürkontakte kommen ebenfalls als Ursache in Betracht, scheinen jedoch deutlich seltener vorzukommen.

Der genaue Ablauf der Kontakte sieht sehr unterschiedlich aus: In einigen Fällen ist für Verbraucher bereits von Anfang an zu erkennen, dass es in dem Gespräch um das Thema Energieversorgung gehen soll. Andere Betroffene berichteten dagegen, dass sie unter einem Vorwand angesprochen wurden und bis zum Ende des Gesprächs nicht zu erkennen war, worin die wahren Absichten ihres Gegenübers bestanden. Dies zeigten sowohl die Ergebnisse der Erhebung in der Beratung als auch die Auswertung des Frühwarnnetzwerkes.

Insgesamt lassen sich auf Seiten der Werber drei grobe Gesprächsstrategien ausmachen: zum einen der offene Hinweis, dass für einen Energieliefervertrag geworben bzw. ein entsprechendes Angebot unterbreitet werden soll, zum anderen Gesprächseröffnungen, die nur einen vagen inhaltlichen Bezug zum Thema Energie haben und schließlich solche, in denen ein komplett anderer Anlass genannt wird. Diese Beobachtung wurde auch durch die Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsumfrage bestätigt.

Am häufigsten von den drei genannten Vorgehensweisen waren die beiden zuerst genannten zu beobachten. Dies spricht dafür, dass viele Werber eine Art Doppelstrategie verfolgen: Zunächst versuchen sie, Verbraucher bei einem Werbegespräch zu einem freiwilligen Vertragsschluss zu bewegen. Hat dies keinen Erfolg, bietet der Austausch zugleich die Möglichkeit, unauffällig auf die bisherige Belieferungssituation zu sprechen zu kommen und dabei jene Daten in Erfahrung zu bringen, die erforderlich sind, um den Wechselprozess ohne Zustimmung des Kunden in die Wege leiten zu können. Insbesondere der aus Kundensicht meist unverdächtige Vorschlag, im Nachgang zu einem telefonischen Kontakt noch einmal ein schriftliches Angebot zuzuschicken, führt dabei oft dazu, dass Verbraucher sensible Daten herausgeben.

Verbraucher werden wohl nicht zufällig kontaktiert, sondern gezielt ausgewählt

Begünstigt wird der Versuch des Werbers, die für einen Anbieterwechsel erforderlichen Informationen zusammenzutragen, offenbar dadurch, dass vielen Akteuren bereits im Vorfeld der Gespräche Daten der Verbraucher vorliegen. Zu den bekannten Informationen zählen sowohl allgemeine Angaben wie Name und Adresse, als auch energiespezifische Daten wie etwa der Name des bisherigen Versorgers. Dies zeigen die Ergebnisse aus der Erhebung in der Beratung und der Bevölkerungsumfrage übereinstimmend – und leiten damit zugleich zu der zweiten zentralen Erkenntnis der vorliegenden Untersuchung über: Offenbar handelt es sich bei vielen Gesprächen nicht um Zufallskontakte, sondern die Ansprache der Betroffenen erfolgt zielgerichtet. Verbraucher scheinen es bei untergeschobenen Energieverträgen also oft mit einem Gegenspieler zu tun zu haben, der sich durch ein hohes Maß an Professionalisierung auszeichnet und offenbar über feste Strukturen und Netzwerke verfügt, innerhalb derer ein Datenhandel oder andere Wege zur Beschaffung von persönlichen Informationen möglich sind.

Energieprodukte werden besonders häufig am Telefon beworben

Da ungewollten Anbieterwechseln wie beschrieben in aller Regel ein telefonischer Kontakt oder ein Besuch an der Haustür vorausgeht, wurden diese beiden Werbeformen im Rahmen der Untersuchung besonders intensiv in den Blick genommen. Dabei zeigte sich, dass insbesondere unerwünschte Telefonwerbung sehr verbreitet ist: Laut den Ergebnissen der Bevölkerungsumfrage haben 48 Prozent der Deutschen ab 18 Jahren schon einmal einen unerwünschten Werbeanruf erhalten. Energieprodukte sind dabei eines der Themen, für das am häufigsten ohne Zustimmung geworben wird; insgesamt wurde fast jeder vierte Erwachsene schon einmal zu diesem Thema angerufen (24 %). Auffällig war dabei, dass ein Großteil der Betroffenen berichtete, dass der letzte Kontakt dieser Art noch nicht länger als ein Jahr zurückliegt (87 %). Es handelt sich also um ein Problem, das gerade in jüngerer Vergangenheit vermehrt aufgetreten ist.

Weiterhin zeigte die Bevölkerungsumfrage, dass viele Verbraucher das Werbegespräch als eine Situa-

tion empfinden, in der sie sich nicht wohl fühlen: So gaben beispielsweise 63 Prozent der Befragten, die schon einmal einen unerwünschten Kontakt zum Thema Energie an der Haustür oder am Telefon erlebt haben (n = 1.009), an, dass sie sich durch den Kontakt überrumpelt und 41 Prozent, dass sie sich während des Gesprächs unter Druck gesetzt fühlten. Dreiviertel der Befragten sagten zudem ausdrücklich, dass sie das Gespräch nicht als angenehm empfanden.

Verbraucher haben Probleme, gegen untergeschobene Verträge vorzugehen

Ein Teil der Untersuchung, bei dem ebenfalls von vielen negativen Erfahrungen berichtet wurde, war die Frage, ob es Strom- und Gaskunden gelingt, sich gegen einen ungewollten Anbieterwechsel zur Wehr zu setzen. Auch an dieser Stelle waren die beschriebenen Reaktionen und Konsequenzen grundsätzlich sehr unterschiedlich. Als gemeinsames Merkmal lässt sich jedoch festhalten, dass Verbraucher immer wieder Schwierigkeiten haben, den ungewollten Wechsel abzuwenden, und – wenn überhaupt – oft erst nach wochenlanger Unsicherheit an ihr Ziel gelangen.

Zwar sieht die Rechtslage grundsätzlich so aus, dass Verbrauchern verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung stehen, um gegen die untergeschobenen Verträge vorzugehen. In der Praxis fällt es den Betroffenen jedoch oft schwer, diese Rechte auch durchzusetzen. So berichteten die Verbraucher beispielsweise von Briefen, die einfach ignoriert, und von Widerrufserklärungen, die zu Unrecht als verspätet zurückgewiesen wurden. Zudem stellten die Neulieferanten mitunter sogar zusätzliche Forderungen und verlangten beispielsweise Schadensersatz, weil der Verbraucher seinen vertraglichen Verpflichtungen nicht nachgekommen sei. Wiederum andere Anbieter begannen damit, Abschlagszahlungen vom Konto der Verbraucher abzubuchen, obwohl sie dazu nicht autorisiert waren.

Wie die rechtliche Bewertung der entsprechenden Beobachtungen zeigte, ist ein solches Vorgehen juristisch zumeist nicht haltbar. Allein können die betroffenen Verbraucher dies jedoch oft nicht erkennen. Zudem befinden sie sich gegenüber dem beteiligten Energieversorger tendenziell in einer schwächeren Position, da dieser aufgrund von speziellen Regelungen beim Anbieterwechsel, den sogenannten Geschäftsprozes-

sen, auch gegen den Willen des Kunden die Belieferung aufnehmen und somit quasi Fakten schaffen kann. Für den Kunden wird die Situation dadurch noch komplizierter, da er, sogar im Fall einer späteren Vertragsauflösung, unter Umständen für die bereits gelieferte Energie zahlen muss.

Zudem wird deutlich, dass der Verbraucher – obwohl völlig unfreiwillig in den Wechselprozess hineingeraten – in jedem Fall selbst aktiv werden muss, um sich gegen die ungewollte Belieferung zu wehren. Weigert sich der Versorger trotz aller Einwände, von dem angeblichen Vertrag Abstand zu nehmen, bleibt dem Verbraucher letztlich nur der Weg zum Gericht.

Vor diesem Hintergrund überrascht es wenig, dass viele Betroffene Hilfe in Anspruch nehmen, beispielsweise in Form einer Beratung oder Unterstützung bei der Rechtsdurchsetzung. Beide Schritte verursachen jedoch in der Regel Kosten. Zudem zeigte die Auswertung, dass die wiederholte Kontaktaufnahme mit dem Versorger mit einem erheblichen zeitlichen Aufwand verbunden ist. Viele Verbraucher klagten auch über Stress und andere Beeinträchtigungen des Wohlbefindens.

Insgesamt zeigte sich also, dass der ungewollte Anbieterwechsel und der Umgang mit seinen Folgen für Verbraucher aktuell ein großes Problem darstellen. Was Strom- und Gaskunden fehlt, ist nicht nur ein genereller Schutz vor untergeschobenen Verträgen, sondern auch ein praktikables Instrument, um sich schnell und effektiv gegen diese zur Wehr setzen zu können.

Viele Anbieter ergreifen Maßnahmen, um ihre Kunden zu schützen

Dies hat nicht zuletzt auch die Energiewirtschaft selbst erkannt: Wie die Befragung von ausgewählten Energieversorgern im letzten Teil der Untersuchung zeigte, sind unseriöse Abwerbeversuche offenbar so verbreitet, dass viele der Befragten inzwischen Maßnahmen ergriffen haben, um ihre Kunden vor untergeschobenen Verträgen zu warnen. Gleichzeitig gab mehr als die Hälfte der Befragten an, dass die Zahl der ungewollten Anbieterwechsel in den vergangenen drei Jahren zugenommen hat.

Abschließend stellt sich daher die Frage, wie die Anzahl ungewollter Anbieterwechsel langfristig verringert

werden kann, also welche Möglichkeiten Verbraucher, auch mit Unterstützung der Verbraucherzentralen und des Verbraucherzentrale Bundesverbands, haben und wie Politik und Aufsichtsbehörden auf das Problem reagieren könnten.

In Abschnitt 8.2 wurden verschiedene Handlungsoptionen diskutiert. Im Zentrum der Überlegungen standen dabei insbesondere die von der Bundesnetzagentur ausgearbeiteten Geschäftsprozesse zur Abwicklung des Lieferantenwechsels, die die Abläufe zwar grundsätzlich vereinfachen, jedoch zugleich ein erhebliches Missbrauchspotential bergen. Konkret wären daher folgende Änderungen innerhalb der Prozesse denkbar:

- ein genereller Versand der Kündigungsvollmacht
- eine stärkere Standardisierung des Vollmächtdokuments
- die Möglichkeit einer rückwirkenden Netzanmeldung
- Beschränkungen bei der Weitergabe des Anbieternamens
- eine Aufwertung der Rolle des Netzbetreibers

Von Seiten der Politik könnte zudem ein stärkerer Schutz vor telefonisch untergeschobenen Verträgen geprüft werden, etwa durch die Einführung einer nachträglichen Bestätigung von Verträgen, die bei einem Werbeanruf zustande gekommen sind. Auch erscheint es sinnvoll, die Rolle der Bundesnetzagentur bei der Sanktionierung von unerlaubten Werbeanrufen zu stärken, beispielsweise durch zusätzliche Rechte im gerichtlichen Einspruchsverfahren.

Verbraucher selbst werden durch diesen Bericht für das Problem des ungewollten Anbieterwechsels sensibilisiert. Zusätzlich erscheint es sinnvoll, durch weitere Aufklärung, beispielsweise durch die Verbraucherzentralen und den Verbraucherzentrale Bundesverband, konsequent auf das Problem aufmerksam zu machen und Verbrauchern vor Augen zu führen, wie leicht ihnen ein Vertrag untergeschoben werden kann und wie schwierig es ist, im Nachhinein dagegen vorzugehen.

Verbraucher sollten kontinuierlich über ihre Rechte und den Umgang mit Verträgen im Alltag informiert und aufgeklärt werden: Wenn sie bewusst einen Vertrag geschlossen haben, aber auch wenn sie befürchten, dass

ihnen ein Vertrag untergeschoben wurde, sollten sie alle eingehenden Schreiben gründlich kontrollieren, um auszuschließen, dass eine Auftragsbestätigung oder ähnliche Dokumente übersehen werden.

Dass es dazu überhaupt kommt, können Verbraucher auch vermeiden, indem sie sensible Daten, wie etwa die Nummer des Strom- oder Gaszählers, nicht weitergeben und im Zweifel genau nachfragen, wozu diese benötigt werden.

Insgesamt sollten Verbraucher dazu ermutigt werden, deutlich selbstbewusster aufzutreten, sich von Werbern und Anbietern nicht unter Druck setzen lassen und sich im Idealfall auf überraschende Werbegespräche gar nicht erst einzulassen, sondern einfach das Gespräch abubrechen.

LITERATURVERZEICHNIS

Bundesgesetzblatt (2013): Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen.

URL: http://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGB&jumpTo=bgbl11353714.pdf (abgerufen am 20.09.2018)

Bundesnetzagentur (Hrsg.) (2016): Beschluss in dem Verwaltungsverfahren zur Anpassung der Vorgaben zur elektrischen Marktkommunikation an die Erfordernisse des Gesetzes zur Digitalisierung der Energiewende.

Beschluss vom 20.12.2016, Az.: BK6-16-200.

URL: https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Service-Funktionen/Beschlusskammern/1BK-Geschaeftszeichen-Datenbank/BK6-GZ/2016/2016_0001bis0999/BK6-16-200/BK6_16_200_Beschluss.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (abgerufen am 01.10.2018)

Bundesnetzagentur (Hrsg.) (2016): Beschluss in dem Verwaltungsverfahren wegen Anpassung der Vorgaben zur elektronischen Marktkommunikation an die Erfordernisse des Gesetzes zur Digitalisierung der Energiewende.

Beschluss vom 20.12.2016, Az.: BK7-16-142.

URL: https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Service-Funktionen/Beschlusskammern/1BK-Geschaeftszeichen-Datenbank/BK6-GZ/2016/2016_0001bis0999/BK6-16-200/BK7_16_142_Beschluss.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (abgerufen am 01.10.2018)

Bundesnetzagentur (2016): Darstellung der Geschäftsprozesse zur Anbahnung und Abwicklung der Netznutzung bei der Belieferung von Kunden mit Elektrizität (Geschäftsprozesse zur Kundenbelieferung mit Elektrizität, GPKE).

Anlage 1 zum Beschluss BK6-16-200. Anlage zum Beschluss BK6-06-009.

URL: www.bundesnetzagentur.de/DE/Service-Funktionen/Beschlusskammern/1BK-Geschaeftszeichen-Datenbank/BK6-GZ/2016/2016_0001bis0999/BK6-16-200/BK6_16_200_Anlage_1_GPKE_mit_Fehlerkorrektur.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (abgerufen am 17.08.2018)

Bundesnetzagentur (2016): Geschäftsprozesse Lieferantenwechsel Gas (GeLi Gas). Anlage zu dem Beschluss BK7-06-067 vom 20. August 2007. Konsolidierte Lesefassung vom 20.12.2016.

URL: www.bundesnetzagentur.de/DE/Service-Funktionen/Beschlusskammern/1BK-Geschaeftszeichen-Datenbank/BK6-GZ/2016/2016_0001bis0999/BK6-16-200/BK7_16_142_GeLi_Gas_Lesefassung.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (abgerufen am 17.08.2018)

Bundesnetzagentur/ Bundeskartellamt (2017): Monitoringbericht 2017.

URL: https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Bundesnetzagentur/Publikationen/Berichte/2017/Monitoringbericht_2017.pdf?__blob=publicationFile&v=4 (abgerufen am 08.08.2018)

Bundesnetzagentur (2018): Jahresbericht 2017.

URL: https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Bundesnetzagentur/Publikationen/Berichte/2018/JB2017.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (abgerufen am 20.09.2018)

BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V. (2017): Anwendungshilfe. Die neue Marktllokations-Identifikationsnummer. Fragen und Antworten.

URL: https://bdew-codes.de/Content/files/MaLo/2017-10-23-MaLo-ID-FAQ-Version_1.2.pdf (abgerufen am 05.10.2018)

Deutscher Bundestag (2013): Drucksache 17/12637, Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Verbraucher-rechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung.

URL: <https://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/126/1712637.pdf> (abgerufen am 08.08.2018)

Deutscher Bundestag (2018): Drucksache 19/2538, Gesetzentwurf des Bundesrates Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes bei Telefonwerbung.

URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/19/025/1902538.pdf> (abgerufen am 05.10.2018)

Kelle, Udo (2014): Mixed Methods. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden, S. 153 – 166.

Marktwächter Digitale Welt (2018): Auffällige Vertriebsstrategien im Telekommunikationsmarkt. Eine Untersuchung der Verbraucherzentrale.

URL: <https://www.marktwaechter.de/sites/default/files/downloads/dmw-auffaellige-vertriebsstrategien-tk-markt.pdf> (abgerufen am 16.10.2018)

Palandt, O. (Begründer) (2018): Bürgerliches Gesetzbuch. Bearbeitet von Ellenberger, Prof. Dr. J. et al. 77. Auflage, München.

Schulte-Nölke, H., Henning-Bodewig, F., Podszun, R. (2017): Evaluierung der verbraucherschützenden Regelungen im Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken im Auftrag des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz. Schlussbericht.

URL: https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/Service/StudienUntersuchungenFachbuecher/Evaluierung_unserioese_Geschaeftspraktiken_Schlussbericht.pdf?__blob=publicationFile&v=1 (abgerufen am 20.09.2018)

Verbraucherzentrale Bundesverband (2010): Entscheidungsfreiheit sichern – Unerlaubte Telefonwerbung endlich effektiv verhindern!

URL: https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/unerlaubte_telefonwerbung_forderungspapier_14_07_2010.pdf (abgerufen am 20.09.2018)

GESETZESTEXTE

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB): online abrufbar unter <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>

Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB): online abrufbar unter <https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/>

Energiewirtschaftsgesetz (EnWG): online abrufbar unter https://www.gesetze-im-internet.de/enwg_2005/

Gasgrundversorgungsverordnung (GasGVV): online abrufbar unter <https://www.gesetze-im-internet.de/gasgvv/>

Gasnetzzugangsverordnung (GasNZV): online abrufbar unter https://www.gesetze-im-internet.de/gasnzv_2010/

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG): online abrufbar unter https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/

Gesetz über Ordnungswidrigkeiten (OWiG): online abrufbar unter https://www.gesetze-im-internet.de/owig_1968/

Stromgrundversorgungsverordnung (StromGVV): online abrufbar unter <https://www.gesetze-im-internet.de/stromgvv/>

Stromnetzzugangsverordnung (StromNZV): online abrufbar unter <https://www.gesetze-im-internet.de/stromnzv/>

Verordnung (EU) Nr. 260/2012 des europäischen Parlaments und des Rates vom 14. März 2012 zur Festlegung der technischen Vorschriften und der Geschäftsanforderungen für Überweisungen und Lastschriften in Euro und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 924/2009 (ABl. L94/22 vom 30.03.2012)

ANHANG

Energieversorger, die sich an der Anbieterbefragung beteiligt haben:

1. BEV Bayerische Energieversorgungsgesellschaft mbH
2. Emscher Lippe Energie GmbH
3. EnBW Energie Baden-Württemberg AG
4. enercity AG (Stadtwerke Hannover)
5. enwor – energie & wasser vor ort GmbH
6. eprimo GmbH
7. EVH GmbH
8. Gemeindewerke Kleinblittersdorf GmbH & CO. KG
9. innogy SE
10. MAINGAU Energie GmbH
11. Stadtwerke Energie Jena-Pößneck GmbH
12. Stadtwerke Haltern am See GmbH
13. Stadtwerke Leipzig GmbH
14. Stadtwerke Merzig GmbH
15. Stadtwerke Schwerin GmbH
16. Stadtwerke Schwerte GmbH
17. SWE Stadtwerke Erfurt GmbH
18. Stadtwerke München GmbH
19. WEP Wärme-, Energie- und Prozesstechnik GmbH

IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.
Vorstand: Klaus Müller
Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
Tel.: (030) 25800-0
Fax: (030) 25800-518
E-Mail: marktwaechter@vzbv.de

Autoren: Christina Peitz, Tiana Preuschoff

Mitarbeit: Marie Barz, Parsya Baschiri, Uta Büchel, Anne de Vries,
Svenja Gesemann, Mechthild Himmelreich, Claudia Kreft,
Eva Ludwig, Patrick Meyerdierks, Anja Reckleben, Diane Rocke,
Esther Sabokat, Dr. Barbara Saerbeck, Katrin Schiller, Christina Wallraf,
Simone Wilczek

Redaktion: Dániel Fehér, Dr. Barbara Saerbeck

Titelillustration: maryvalery/stock.adobe.com

Gestaltung: Katharina Fiedler

Stand: Dezember 2018

© Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

verbraucherzentrale