

Neuer Trick bei Haustürgeschäften

Wenn das Widerrufsrecht ausgehebelt wird

SR, Dienstag, 6. Dezember 2005

Ein Beitrag von Jörg Lefèvre

Bei vielen Verbrauchern hat es sich längst herumgesprochen: Bei so genannten Haustürgeschäften, das sind Verträge, die zu Hause beim Verbraucher in der Wohnung geschlossen werden, haben sie ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Doch immer öfter versuchen windige Verkäufer, dieses Recht auszuhebeln - mit fadenscheinigen Methoden.

Die Sache mit dem Garagentor

Langenselbold bei Hanau, das Haus der Familie D. Vor drei Jahren haben sie es gekauft und renoviert. Was immer noch fehlt, ist eine ordentliche Garage. Die alte Garage ist zu klein und nicht gerade ein Schmuckstück.

In der Zeitung fällt Ralph D. dann eine Anzeige auf. Supergünstige Garagen aus Firmenpleiten und Messen, heißt es dort. Nur geklaut ist billiger, wirbt der Anbieter. Familie D. ruft bei der angegebenen Nummer an und will mehr Informationen. Die gibt es zwar nicht, aber wenige Tage später meldet sich ein Mitarbeiter der Firma dann telefonisch und verabredet einen Hausbesuch. Den Kaufvertrag bringt er gleich mit.

Ralph D. bestellt schließlich eine Doppelgarage für 6.800 Euro, und beschreibt die Situation mit dem Verkäufer bei ihm zu Hause so: „Ich hab mich in der Hinsicht gedrängt gefühlt, in dem er gesagt hat, er hat nach uns noch drei Termine und hat nur noch drei Garagen zur Verfügung. Und das hat bei mir den Eindruck erweckt, dass für mich dann keine Garage mehr übrig ist, wenn er seine restlichen drei Kundentermine wahrgenommen hat.“

Das böse Erwachen

Doch wenige Tage später stellt sich heraus: Solche Garagen gibt es bei anderen Anbietern ganz regulär erheblich billiger. Ralph D. will den Vertrag stornieren. Doch die Garagenfirma sieht das anders. Das Haustür-Widerrufsrecht gelte in diesem Fall nicht. Ihr Argument: Der Vertreter sei schließlich bestellt gewesen. Außerdem verlangt sie Schadensersatz. Das will Ralph D. sich nicht gefallen lassen und geht zum Anwalt.

Rechtsanwalt Herbert Schächtele sieht den Fall ganz eindeutig: „Das Perfide war nach meiner Auffassung also in diesem Fall, dass es sich um ein typisches Lockvogelangebot gehandelt hat. Was sich schon daraus ergibt, dass diese angeblichen Insolvenzverkäufe, die hier gescheitert sein sollen oder die gescheiterten Aufträge, dass die in einer Vielzahl von Zeitungsveröffentlichungen, in Anzeigenblättern und in Tageszeitungen wieder vorgebracht worden sind, und dass man auf diese Art und Weise den Leuten suggeriert hat, sie könnten etwas ganz besonders Günstiges, also ein Schnäppchen, erwerben.“

Die Firma wollte schließlich 1.700 Euro als entgangenen Gewinn geltend machen. Vor Gericht stellte sich dann aber heraus, dass sie die Garage selbst erst nach Vertragsabschluss bei einem Hersteller geordert hatte - und mit happigem Aufschlag weiterverkaufen wollte. Von wegen günstige Ware aus Firmenpleiten. Die Klage wurde zwar abgewiesen, hat aber Ralph D. doch viel Zeit und Nerven gekostet.