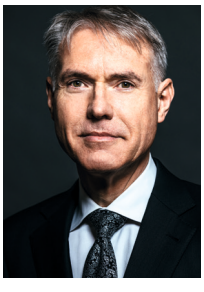
Digitalisierung des Vertriebs im Leasing-Geschäft

Rechtliche Aspekte im Fokus

Der digitale Fortschritt erstreckt sich auch auf den Vertrieb in der Leasing-Branche. Das wirft einige juristische Fragen auf. Der Autor ist Experte für Leasing-Recht und gibt Antworten auf die wichtigsten Punkte. Als Beispiel hat er den Abschluss eines Leasing-Vertrages via E-Mail gewählt. In seinen Ausführungen geht er unter anderem auf die Aspekte Vertragsabschluss und Allgemeine Geschäftsbedingungen ein. In einem zweiten Schritt thematisiert er den Verbraucherschutz und Online-Portale beziehungsweise Plattformen. (Red.)

Digitalisierung meint im Folgenden nicht lediglich das Umwandeln analoger Werte in digitale, sondern, in einem weiteren Sinn, allgemein den digitalen Wandel in der Wirtschaft weg von analogen Formaten hin zu digital-elektronischen Technologien, die zumindest teilweise auch automatisch funktionieren können.

Im Leasing-Markt haben sich unterschiedliche Vertriebswege etabliert. Beim Direktvertrieb setzt die Leasing-Gesellschaft in normalen Zeiten auf den eigenen Außendienst und auf Marketingaktionen, wie zum Beispiel Messeauftritte, Anzeigen und Kundenveranstaltungen. Nach wie vor von großer Bedeutung für den eigenen (indirekten) Vertrieb der Leasing-Gesellschaft ist der Einsatz von Handelsvertretern.



DR. EBERHARD NORDEN, M.C.J.

ist Rechtsanwalt und Of Counsel bei Kleiner Rechtsanwälte mit Büros in Stuttgart, Mannheim und Düsseldorf. Zu seinen Schwerpunkten gehört neben der Prozessführung die Beratung im Bank- und Kapitalmarktrecht sowie im Leasing-Recht.

E-Mail:
enorden@kleiner-law.com

Verschiedene Vertriebswege

Von Hersteller-Leasing spricht man, wenn die Initiative für den Abschluss eines Leasing-Vertrags vom Hersteller ausgeht – beziehungsweise vom Händler; zur Vereinfachung ist nachfolgend gleichwohl nur vom Hersteller die Rede. In diesem Fall ist Leasing ein Instrument der Absatzförderung für den Hersteller. Dieser arbeitet entweder regelmäßig mit einer oder mehreren Leasing-Gesellschaften zusammen oder gründet seine eigene Leasing-Gesellschaft. Zwischen dem Eigenvertrieb durch die Leasing-Gesellschaft und dem Hersteller-Leasing steht die Vermittlung von Leasing-Verträgen durch Banken.

Der Hersteller kann im Übrigen auch unmittelbar Leasing-Geber sein, also ohne zwischengeschaltete Leasing-Gesellschaft. Auf diese Konstellation wird hier aber nicht besonders eingegangen, da sie selten ist und für sie beim Gegenstand dieses Beitrags auch nichts anderes als beim Eigenvertrieb der Leasing-Gesellschaft gilt.

Der Beitrag beleuchtet einzelne rechtliche Aspekte, die die Digitalisierung für den Vertrieb im engeren Sinne mit sich bringt. Die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Marketing, die Vertragsabwicklung und weitere Prozesse im Backoffice, zum Beispiel Compliance, sowie andere Spezialthemen, wie beispielsweise Blockchain, Datenschutz oder Immobilien-Leasing, sind nicht Gegenstand dieser Untersuchung oder allenfalls am Rande. Im Vordergrund stehen vielmehr zunächst Fragen in Zusammenhang mit dem Vertragsschluss, der Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen sowie Sicherheiten. Modell ist ein (Mobilien-)Leasing-Vertrag, der via E-Mail abgeschlossen werden soll. Auf den Verbraucherschutz sowie Online-Portale beziehungsweise Plattformlösungen wird anschließend besonders eingegangen.

Form des Vertragsschlusses

Zwischen Unternehmern im Sinne von § 14 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) ist ein (Mobilien-)Leasing-Vertrag grundsätzlich formfrei. Formvorschriften im weiteren Sinne oder ergänzende Informationspflichten folgen auch nicht aus § 312i BGB, obwohl es in der Ausgangssituation wohl um einen Vertragsschluss im elektronischen Geschäftsverkehr geht.[1] Erfolgt die Kommunikation wie hier aber ausschließlich[2] durch E-Mail, handelt es sich um sogenannte individuelle Kommunikation, bei der die in § 312i BGB geregelten Pflichten wegen § 312i Absatz 2 Satz 1 BGB überwiegend nicht gelten. Allerdings hat das Leasing-Unternehmen schon nach § 25a Absatz 1 Satz 6 Nummer 2 Kreditwesengesetz (KWG) für eine vollständige Dokumentation seiner Geschäftstätigkeit zu sorgen, die eine lückenlose Überwachung durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht ermöglicht. Die hiernach

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH

erforderlichen Aufzeichnungen sind ungeachtet handelsrechtlicher Vorschriften mindestens fünf Jahre aufzubewahren.

Somit kann ein Leasing-Vertrag grundsätzlich auch mündlich geschlossen werden, um formwirksam zu sein (zur Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen siehe noch unten). Dabei handelt es sich aber nur um eine theoretische Option, da im Leasing-Geschäft Willenserklärungen, wenn schon nicht in der strengen Schriftform des § 126 BGB, so doch zumindest auf einem dauerhaften Datenträger abgegeben werden. Dafür ist es grundsätzlich egal, ob die Willenserklärungen einer E-Mail als PDF beigefügt werden oder unmittelbar im Text der E-Mail enthalten sind. In beiden Fällen kann damit auch der Dokumentationspflicht nach dem KWG genügt werden.

Völlig ausgeschlossen sind mündliche Vereinbarungen aber dennoch nicht. Gerade unter Kaufleuten und außerhalb des Massengeschäfts können mündliche Absprachen sehr wohl eine Rolle spielen, beispielsweise bei Nebenabreden oder Vertragsänderungen. Wegen des Prinzips der Formlosigkeit des Leasing-Vertrags sind solche mündlichen Abreden ohne Weiteres wirksam. Das ist zunächst allerdings kein spezifisches Problem der Digitalisierung. Vielmehr ist es bei solchen mündlichen Absprachen zunächst einmal an den Mitarbeitern der Leasing-Gesellschaft, sie, wenn schon nicht im weitesten Sinne schriftlich zu bestätigen, so doch zumindest intern in einem Aktenvermerk mehr oder weniger formlos zu dokumentieren; ein Zettel oder handschriftlicher Vermerk in der Akte genügt. Bei zunehmender Digitalisierung auf dem Weg in das papierlose Büro besteht aber die Gefahr, dass es für solche Vermerke keinen Ort mehr gibt beziehungsweise dass solche Vermerke elektronisch nicht dokumentiert werden.

Kommt es zwischen den Vertragsparteien zum Streit, kann die Digitalisierung auch an anderer Stelle zu Problemen führen, so wenn es darum geht, behauptete Willenserklärungen einer Vertragspartei oder Vereinbarungen auch zu beweisen. Der vom Leasing-Nehmer auf Papier unterschriebene Leasing-Antrag oder gar der von beiden Vertragsparteien unterschriebene Leasing-Vertrag sind, wenn sie im Original vorlegt werden, Privaturkunden nach § 416 Zivilprozessordnung (ZPO) mit voller Beweiskraft. Der Beweiswert des bloßen Ausdrucks einer elektronischen Datei, beispielsweise im PDF-Format, oder gar nur einer E-Mail ist geringer. Der Gesetzgeber hat den daraus für die Praxis entstehenden Problemen mit § 371a ZPO Rechnung getragen. Diese Vorschrift stellt elektronische Dokumente, die mit einer qualifizierten elektronischen Signatur versehen sind, Privaturkunden gleich. Diese Gleichstellung ist im elektronischen Geschäftsverkehr von besonderer Bedeutung, geht es doch bei der Beweiskraft schriftlicher Äußerungen nicht nur um deren Inhalt, sondern auch um deren Authentizität. Gerade die spezifischen Täuschungsmöglichkeiten im elektronischen Geschäftsverkehr erschweren es, die Identität des Kommunikationspartners zuverlässig festzustellen.

> »Kommt es zwischen den Vertragsparteien zum Streit, kann die Digitalisierung zu Problemen führen.«

Letzteres leitet zu einem verwandten Aspekt über, der aber nur mittelbar mit der Form des Vertragsschlusses zu tun hat. So sind Leasing-Gesellschaften schon nach dem Geldwäschegesetz (GwG) gehalten, zumindest die Identität des Vertragspartners und für ihn auftretender Personen sowie gegebenenfalls wirtschaftlich Berechtigter zu ermitteln und zu überprüfen (§§ 10 fortfolgende GwG). Während sich die Identifizierung des Leasing-Nehmers und, in bestimmten Fällen, auch des wirtschaftlich Berechtigten[3] sowie die Identitätsüberprüfung juristischer Personen auf Leasing-Nehmerseite elektronisch meist gut darstellen lassen, ist dies bei der Identitätsüberprüfung natürlicher Personen, auf der Seite des Leasing-Nehmers oder der für ihn auftretenden Person, schwieriger.

Zwar hat der Gesetzgeber auch verschiedene elektronische (Online-)Identifizierungssysteme zur Identitätsüberprüfung, auch mittels Dienstleister, bereitgestellt (§§ 12 ff. GwG). Stehen diese der betroffenen natürlichen Person aber nicht zur Verfügung, bleibt nichts anderes als die Einsicht in das im Original vorgelegte Ausweisdokument beziehungsweise der Gang zur Post- oder Bankfiliale. Der elektronische Weg wird oft auch dann verlassen werden müssen, wenn komplexere Fallgestaltungen oder verstärkte Sorgfaltspflichten detaillierte Prüfungen erforderlich machen, sofern in solch einem Fall das Engagement nicht ohnehin vom Leasing-Geber abgelehnt wird.

Abgabe und Zugang von Willenserklärungen

Willenserklärungen, beispielsweise der Leasing-Antrag, werden mit ihrer Abgabe existent. Eine Abgabe wird angenommen, wenn eine willentliche Entäußerung in Richtung des Empfängers so erfolgt, dass unter normalen Verhältnissen mit ihrem Zugang zu rechnen ist. Problematisch sind in der Praxis sogenannte abhandengekommene Willenserklärungen. Eine solche liegt beispielsweise vor, wenn der Leasing-Nehmer eine von ihm vorbereitete E-Mail, deren Versand er sich noch vorbehalten hatte, versehentlich abschickt. Nach wohl herrschender Meinung ist in einem solchen Fall des unabsichtlichen Inverkehrbringens eine wirksame Abgabe der Erklärung anzunehmen, sodass der Leasing-Nehmer im Beispielsfall an sein Leasing-Angebot nach § 145 BGB gebunden wäre und auf dieser Basis auch ein Leasing-Vertrag wirksam zustande gekommen sein kann. Dieser ist dann allenfalls anfechtbar.[4]

Für den Zugang von Willenserklärungen unterscheidet das Gesetz, ob sie gegenüber einem Anwesenden oder einem Abwesenden abgegeben werden.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH

Durch E-Mail übermittelte Willenserklärungen zählen zu denen unter Abwesenden. Eine solche wird wirksam, wenn sie der anderen Vertragspartei zugeht. Dies wird angenommen, wenn die Willenserklärung so in den Machtbereich des Empfängers gelangt ist, dass eine Kenntnisnahme durch ihn möglich und nach den Gepflogenheiten des Rechtsverkehrs auch zu erwarten ist. Erklärungen durch E-Mail, einschließlich ihrer Anhänge, gelangen dann in den Machtbereich des Empfängers, wenn sie entweder in seiner eigenen Datenverarbeitungsanlage oder im elektronischen Empfängerbriefkasten seines Providers (Mailbox) abrufbar gespeichert sind. Vorausgesetzt, der Empfänger hat durch sein Auftreten im Rechtsverkehr mit seiner E-Mail-Adresse signalisiert, dass er zur Entgegennahme von E-Mails bereit ist.[5)]

Für die Frage, wann in solch einem Fall auch mit Kenntnisnahme zu rechnen ist, wird zwischen Geschäftsleuten und Privatpersonen unterschieden: Von Geschäftsleuten kann die regelmäßige Einsicht in den elektronischen Posteingang erwartet werden. Nachrichten, die während der Geschäftszeiten abgerufen werden, sind im selben Moment zugegangen, sonst bei Öffnung des Geschäfts. Anders bei Privatpersonen. Zwar kann auch bei ihnen von einer zumindest täglichen Kontrolle ihrer E-Mails ausgegangen werden, wenn sie sich über E-Mail im Rechtsverkehr betätigen. Anders als Geschäftsleute haben sie aber keine typischen Öffnungszeiten. Auch gibt es – anders als bei der Briefpost – keinen Zeitraum, in dem Nachrichten gewöhnlich eingehen oder eingesehen werden. Es wird deshalb vorgeschlagen, den Zugang auf den der Abrufbarkeit nachfolgenden Tag zu verschieben.[6)] Auf die Fiktion in § 312i Absatz 1 Satz 2 BGB kommt es daher gar nicht erst an.

Allerdings kann der Absender bekanntlich nicht ohne Weiteres davon ausgehen, dass eine abgesandte E-Mail auch tatsächlich den Empfänger erreicht, zumal sich viele Empfänger über Firewalls und Spamfilter vor unerwünschten Nachrichten schützen, wodurch aber auch durchaus erwünschte Kommunikation blockiert sein kann. Die Beweislast für den Zugang trägt aber grundsätzlich derjenige, der sich auf ihn beruft. In der Praxis sollte deshalb stets sichergestellt werden, dass der Zugang einer E-Mail bei der Gegenseite dokumentiert wird, und zwar mindestens durch Anfordern einer Lesebestätigung, die nach verbreiteter Meinung zumindest einen ersten Anscheinsbeweis für den Zugang begründet.

Mitwirkung Dritter

Schaltet der Leasing-Geber im Direktvertrieb seinen eigenen Außendienst ein, ergeben sich wegen der Digitalisierung keine rechtlichen Besonderheiten. Erfolgt die Kommunikation über diesen, sind die allgemein hier diskutierten Grundsätze zu beachten. Anders kann es beim Hersteller-Leasing und beim Vertrieb via Handelsvertreter sein. Regelmäßig ist der Hersteller als Gehilfe in die Anbahnung des Leasing-Vertrags eingeschaltet. Er überlässt dem Leasing-Nehmer die Antragsformulare des Leasing-Gebers. Grundsätzlich ist er aber nicht bevollmächtigter Vertreter des Leasing-Gebers, auch nicht über die Konstruktion einer Duldungs- oder Anscheinsvollmacht. Vielmehr gibt er dem potenziellen Leasing-Nehmer nur Gelegenheit, ein Angebot auf Abschluss eines Leasing-Vertrags abzugeben. Wenn er anschließend den – gegebenenfalls formularmäßig ausgefüllten – Leasing-Antrag an den Leasing-Geber weiterleitet, ist er insoweit nur Bote. Um eine Vertretungsmacht in jeder Form auszuschließen, sehen die branchentypischen Antragsformulare in der Regel auch vor, dass sich der Leasing-Geber die Annahme des Antrags vorbehält. Das heißt, der Hersteller gibt keine Willenserklärung im Namen des Leasing-Gebers ab. Macht er Zusagen, binden sie den Leasing-Geber nicht.

Uneingeschränkt gelten diese Grundsätze nach Meinung des Verfassers allerdings nur bei einem solchen Hersteller-Leasing, bei dem der Hersteller mit einer fremden Leasing-Gesellschaft – wenn auch regelmäßig – zusammenarbeitet. Bei einer etablierten Zusammenarbeit zwischen einem Hersteller und einer eigenen Leasing-Gesellschaft können die Unterschiede beider Rechtsträger für den Vertragspartner auch im kaufmännischen Verkehr durchaus verschwimmen, sodass eine Vertretungsmacht des Herstellers für den Leasing-Geber über das Institut der Anscheins- oder Duldungsvollmacht eher in Betracht kommen kann. Ähnlich ist das auch bei der Einschaltung eines Handelsvertreters. Zwar wird dieser regelmäßig schon so deutlich anders firmieren als der Leasing-Geber, dass eine Verwechslung des Handelsvertreters mit dem Leasing-Geber eigentlich ausgeschlossen ist. Andererseits kann einem Handelsvertreter schon nach dem gesetzlichen Leitbild sehr wohl Vertretungsmacht eingeräumt sein.

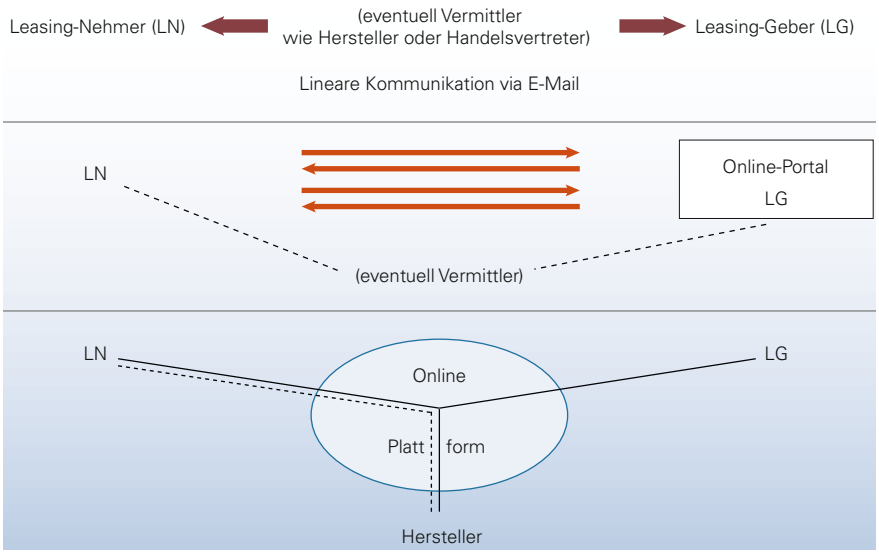
Das Risiko einer ungewollten Anscheins- oder Duldungsvollmacht zugunsten des Herstellers mit eigener Leasing-Gesellschaft beziehungsweise zugunsten des Handelsvertreters kann im elektronischen Geschäftsverkehr noch größer sein. Das ist insbesondere dann der Fall, wenn – wie so häufig – beispielsweise bei der Kommunikation mittels E-Mail die Rollen nicht sorgfältig auseinandergehalten werden und keine präzisen Funktionsbezeichnungen und Signaturen verwandt werden.

Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen

Gegenüber Unternehmern als Leasing-Nehmern werden Allgemeine Geschäftsbedingungen grundsätzlich schon dann Vertragsbestandteil, wenn der Leasing-Geber ausdrücklich oder gar nur schlüssig auf seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen verweist und der Leasing-Nehmer ihnen nicht widerspricht. Der E-Mail oder dem in der E-Mail enthaltenen Dokument, das auf die Allgemeinen Geschäftsbedingungen verweist, müssen diese nicht beigefügt sein. Es genügt, wenn sie dem Leasing-Nehmer auf Wunsch übersandt oder sonst zugänglich gemacht werden. Bei Kommunikation über E-Mail erfährt dieser Grundsatz jedoch in § 312i Absatz 1 Nummer 4 BGB eine

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH

Digitale Varianten der Vertragsanbahnung



Quelle: Dr. E. Norden

Einschränkung. Danach hat der Leasing-Geber als Verwender der Allgemeinen Geschäftsbedingungen dem Leasing-Nehmer die Möglichkeit zu verschaffen, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern. Nach allgemeiner Auffassung ändert ein Verstoß hiergegen zwar nichts daran, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gegenüber einem unternehmerischen Leasing-Nehmer dennoch Vertragsbestandteil wurden. Dieser kann aber gegebenenfalls Schadensersatzansprüche gegen den Leasing-Geber geltend machen. Zur Vermeidung sollten Allgemeine Geschäftsbedingungen deshalb stets zugänglich gemacht werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen müssen auch für den unternehmerischen Durchschnittskunden verständlich sein. Kaum lesbare oder verwirrend angeordnete Allgemeine Geschäftsbedingungen werden nicht Vertragsbestandteil.[7)] Das dürfte auch gegenüber Unternehmern zur Folge haben, dass es nicht zu schwer sein darf, überhaupt zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu gelangen, beispielsweise wegen zahlreicher Links und gar noch auf verschiedene Regelwerke. Vermutlich dürfen Allgemeine Geschäftsbedingungen, die über E-Mail und Internet übermittelt werden, auch trotz der Möglichkeit des Ausdrucks nicht zu lang sein.[8)]

Sicherheiten

Aus Platzgründen geht dieser Beitrag nur auf Personalsicherheiten ein, und auch nur auf zwei typische. Zum einen sind die möglichen Sachsicherheiten zu vielfältig, als dass sie hier sinnvoll behandelt werden könnten. Zum anderen können gerade bei den Personalsicherheiten beitragsspezifische Fragen auftreten. Tritt ein weiterer Unternehmer, zum Beispiel ein Konzernunternehmen, der Schuld des Leasing-Nehmers bei, gilt nichts Besonderes. Die bisherigen Ausführungen gelten entsprechend für ihn. Anders ist es, wenn es sich bei dem Beitretenden um einen Verbraucher handelt. Die für einen Leasing-Nehmer, der Verbraucher ist, maßgeblichen Schutzvorschriften (dazu näher unten) sind auch zugunsten des Beitretenden anwendbar und deshalb auch unter den besonderen Bedingungen des elektronischen Rechtsverkehrs zu beachten. Wichtig ist, dass dies auch dann gilt, wenn es sich bei dem Beitretenden um ein Organmitglied oder einen Allein- oder Mehrheitsgesellschafter einer juristischen Person handelt, die den Leasing-Vertrag als Leasing-Nehmer unterzeichnet. Mehr noch: Sobald ein Verbraucher als Mitverpflichteter einen Leasing-Vertrag unterzeichnet, „infiziert" seine Verbrauchereigenschaft das gesamte Vertragsverhältnis, also auch dann, wenn der Leasing-Vertrag an sich nur mit einem Unternehmer geschlossen wird. Das bedeutet, dass der gesamte Leasing-Vertrag als Verbrauchergeschäft behandelt wird.[9)]

Verbürgt sich ein Unternehmer, ist die Bürgschaft formfrei möglich (§ 350 Handelsgesetzbuch). Die Bürgschaftserklärung eines Verbrauchers hingegen bedarf nach § 366 Satz 1 BGB zwingend der Schriftform des § 126 BGB. Das heißt, die Bürgschaftserklärung muss im Original vom Bürgen unterzeichnet sein. Im rein elektronischen Geschäftsverkehr ist das nicht möglich. Auch hier gilt wieder, dass für die Bürgschaft von Organen juristischer Personen nichts anderes gilt; auch diese sind zwingend schriftlich abzufassen. Anders als beim Schuldbeitritt gelten für die Bürgschaft die Verbraucherschutzvorschriften in solch einem Fall aber nicht und wohl auch dann nicht, wenn den Leasing-Vertrag nicht ein Unternehmer schließt, sondern ein Verbraucher.[10)] Die Bürgschaft birgt damit weniger Gefahren.

Verbraucherschutz

Ist bei einem (Finanzierungs-)Leasing-Vertrag der Leasing-Nehmer ein Verbraucher, sind nach § 506 Absatz 1 und 2 BGB besondere Förmlichkeiten und Informationspflichten zu beachten. Nicht einschlägig sind hingegen die Vorgaben aus § 312j BGB, da das Finanzierungs-Leasing zu den Finanzdienstleistungen zählt, die nach ihrem Absatz 5 von der Vorschrift ausgenommen sind. Dabei sind die sich aus §§ 506 Absatz 1 und 2, 492 BGB, Artikel 247 § 12 Absatz 1 Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche (EGBGB) ergebenden Pflichtangaben im Rahmen der Digitalisierung nicht das besondere Problem. Dasselbe gilt für § 312d BGB, wenn man diese Vorschrift daneben für anwendbar hält.

Entscheidend ist vielmehr, dass der Leasing-Vertrag nebst seinen Pflichtangaben und der Belehrung des Verbrau-

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH

chers über das ihm in diesem Fall gesetzlich zustehende Widerrufsrecht der Schriftform bedarf. Eine Erleichterung besteht lediglich insoweit, als dass die Annahmeerklärung des Leasing-Gebers mithilfe einer automatischen Einrichtung erfolgen kann. Dem genügt neben der strengen Schriftform des § 126 BGB an sich auch die elektronische Form des § 126a BGB. Soweit selbst in neuerer Leasing-Literatur die Auffassung vertreten wird, die elektronische Form sei nicht ausreichend, liegt dieser vermutlich noch die alte Fassung von § 492 Absatz 1 BGB zugrunde.

Tatsächlich haben zumindest derzeit aber noch die wenigsten Verbraucher Zugang zu einer qualifizierten Signatur. Damit ist der Vertragsschluss mit einem Verbraucher allein im elektronischen Geschäftsverkehr meist ausgeschlossen, wenn man von der – letztlich aber unbefriedigenden – Möglichkeit der Heilung durch Übergabe des Leasing-Gegenstands absieht. Nötig ist somit in der Regel, dass wenigstens der Leasing-Nehmer eine unterschriebene Originalurkunde mit seinem Leasing-Antrag einreicht.

Anders als im Verhältnis zu einem Unternehmer werden Allgemeine Geschäftsbedingungen gegenüber einem Verbraucher nur dann Vertragsbestandteil, wenn der Leasing-Geber auf sie ausdrücklich hinweist und die Möglichkeit verschafft, in zumutbarer Weise von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen. Letzteres wird im elektronischen Geschäftsverkehr meist schon wegen § 312i Absatz 1 Nummer 4 BGB gewährleistet sein, der auch für Unternehmer gilt. Nachdem auch im unternehmerischen Geschäftsverkehr Allgemeine Geschäftsbedingungen verständlich sein müssen, bleibt der Hauptunterschied der bei Verbrauchern geforderte ausdrückliche Hinweis auf die Geltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Da aber auch im Geschäftsverkehr mit Unternehmern auf die Geltung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Leasing-Gebers aus Gründen der Vorsicht ausdrücklich hingewiesen werden sollte, wird sich in der Praxis die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen zwischen Unternehmern und Verbrauchern im elektronischen Geschäftsverkehr kaum unterscheiden.

Online-Portale und Plattformlösungen

Bei einem Online-Portal, also einem Webshop, bietet die Leasing-Gesellschaft auf ihrer Webseite den Abschluss eines Leasing-Geschäfts zu den schon dort oder später genannten Konditionen an. Dabei wird es sich zumindest derzeit in der Regel nicht nur um standardisierte Verträge handeln, sondern auch um – je nach Leasing-Gesellschaft – beschränkte Produktgruppen und Höchstsummen. Nach Eingabe der jeweiligen Parameter und weiterer Informationen durch den potenziellen Leasing-Nehmer und anschließender Prüfung der Kreditwürdigkeit erhält der Leasing-Nehmer vom Leasing-Geber elektronisch ein als „Leasing-Antrag" tituliertes Formular. Bei diesem Leasing-Antrag handelt es sich rechtlich um ein vom Leasing-Nehmer gegenüber dem Leasing-Geber abzugebendes Angebot, während es sich bei der Übermittlung dieses Antragsformulars seitens des Leasing-Gebers noch um eine rechtlich unverbindliche sogenannte Invitatio ad Offerendum handelt.

In den Plattformkonstellationen stellt typischerweise der Hersteller eine elektronische Geschäftsplattform, also eine Online-Plattform, zur Verfügung, auf der er selbst zunächst seine eigene Ware feilbietet. Nachdem die Ware ausgewählt beziehungsweise konfiguriert wurde, ermöglicht die Geschäftsplattform es dem Kunden, mit der Leasing-Gesellschaft wegen des Abschlusses des Leasing-Vertrags direkt in Kontakt zu treten. Kommt es über die Vertriebsplattform zum Abschluss des Leasing-Vertrags, kann gleichzeitig auch der Kaufvertrag zwischen der Leasing-Gesellschaft und dem Hersteller elektro-

BERATUNG FÜR FACTORING-UNTERNEHMEN
Professionelles Know-how aus den Business- und IT-Bereichen des Factoring.

Wir sind ein anerkanntes Beratungsunternehmen für Factoringgesellschaften.

Mit über 25 Jahren Branchen-Erfahrungen aus den Business- und den IT-Bereichen als Geschäftsführer, COO und CIO bürgen wir für professionelle und in der Praxis überzeugende Beratungsleistungen.

Kümmern Sie sich um Ihr Kerngeschäft und wir kümmern uns komplett um Ihre Projekte und deren Management, M&A-Betreuung, um Workflowanalysen und Fachkonzeptionen, Einführung oder Änderung von Factoring-Softwarelösungen, Betreuung von Factoring-Software, Factoring-Organisation, Strategien, Prozessmanagement, Re-Organisation, IT-Management, MaRisk, Compliance, BAIT, Mitarbeiterausbildung oder um z.B. den Komplettaufbau eines Factoringunternehmens/Factoringabteilung u.v.m.

HANACEK FACTORING
Consulting & Solutions e.K.
Henning Hanacek
Im Hag 12
D-55559 Bretzenheim (Germany)
Tel.: 0049 (0)671 2984 69-28
Fax: 0049 (0)671 2984 69-81
Mobil: 0049 (0)160 9680 4734
Mail: Henning@HanacekFCS.de
Web: www.HanacekFCS.de
Mitglied im Factoring-Competence-Center.de

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH

nisch geschlossen werden. Im Verhältnis zwischen Leasing-Gesellschaft und Leasing-Nehmer unterscheidet sich diese Konstellation nicht von den bereits beschriebenen – ausschließlich zweiseitigen – Online-Portalen, da der Leasing-Nehmer ja auch nur einen Vertrag, nämlich den mit der Leasing-Gesellschaft, schließt. Im Verhältnis Leasing-Gesellschaft/Hersteller wird in der Regel ein Rahmenvertrag vorliegen, auf den aus Platzgründen hier genauso wenig eingegangen werden kann wie auf die rechtlichen Besonderheiten, die sich aus der Plattformkonstellation für das Verhältnis Leasing-Geber/Hersteller ergeben.[11)]

Sind Leasing-Geber und Leasing-Nehmer Unternehmer im Sinne von § 14 BGB, sind – zusätzlich zu der Konstellation ausschließlicher Kommunikation über E-Mail – die sich aus § 312i Absatz 1 Nummer 1 bis 3 BGB ergebenden Pflichten zu berücksichtigen. Diese betreffen die Möglichkeit zur Korrektur von Eingabefehlern, die Informationspflichten nach Maßgabe von Artikel 246c EGBGB sowie den Versand einer Eingangsbestätigung nach Erhalt des Leasing-Antrags. Die darüber hinaus in § 312i Absatz 1 Nummer 4 BGB vorgeschriebene Möglichkeit, die Vertragsbedingungen einschließlich Allgemeiner Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern, muss hier genauso wie bei der Kommunikation via E-Mail bestehen. Wohlgemerkt, diese Pflichten treffen die Leasing-Gesellschaft auch dann, wenn der Leasing-Nehmer Unternehmer ist.

Für die Form des Vertragsschlusses besteht bei der Nutzung von Online-Portalen oder Online-Plattformen, mithin bei der Verwendung elektronisch erzeugter (automatisierter) Willenserklärungen, im Vergleich zu bloß elektronisch übermittelten Willenserklärungen wie E-Mails keine Besonderheit. Zwischen Unternehmern gibt es keine Formvorgabe, schon aus Beweisgründen wird aber hier wie da nicht nur ein dauerhafter Datenträger anzustreben sein, sondern – idealiter – eine qualifizierte elektronische Signatur zumindest des Leasing-Antrags. Der Leasing-Antrag eines Verbrauchers bedarf ohnehin der Schriftform, zumindest in der elektronischen Form. Das heißt umgekehrt, dass ausschließlich elektronisch/automatisiert operierende Online-Portale oder Online-Plattformen zumindest derzeit nur zwischen Unternehmern funktionieren, nicht jedoch, wenn es sich beim Leasing-Nehmer um einen Verbraucher handelt. Bis auf Weiteres wird bei Letzterem die persönliche Unterschrift unter dem vom Leasing-Nehmer selbst ausgedruckten oder ihm sonst übermittelten Leasing-Antrag und dessen Rücksendung an die Leasing-Gesellschaft im Original erforderlich bleiben.

Auch die Anforderungen an die Überprüfung der Identität vor allem des Leasing-Nehmers nach dem GwG schränken den Einsatz ausschließlich elektronisch/automatisiert arbeitender Systeme gegenüber Verbrauchern ein. Allerdings bestehen diese Einschränkungen wegen des GwG nicht nur im Verhältnis zu Verbrauchern, sondern stets dann, wenn nach dem Gesetz die Identität natürlicher Personen überprüft werden muss. Im unternehmerischen Geschäftsverkehr werden sich diese Anforderungen aber leichter elektronisch erfüllen lassen.

Für die Abgabe und den Zugang von Willenserklärungen gilt ebenfalls nichts anderes als bei E-Mails (von elektronischen Chat-Funktionen wird in diesem Zusammenhang abgesehen, da diese hier kaum anzunehmen sind). Dem Versenden von E-Mails entspricht bei Online-Portalen beziehungsweise Online-Plattformen der Zeitpunkt des Anklickens auf einer Schaltfläche. Eine elektronisch erzeugte Willenserklärung ist abgegeben, wenn das Programm die Erklärung versendet. Auch für das unabsichtliche Inverkehrbringen und die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen gilt grundsätzlich nichts Besonderes.

Chancen und Herausforderungen

Der Leasing-Vertrieb lässt sich ohne Weiteres digitalisieren. Auch wenn sich je nach Grad der Digitalisierung zusätzliche Anforderungen, insbesondere an die Kundeninformation, ergeben, lassen sich umgekehrt gerade diese aber auch sonst bestehende Informationspflichten mittels digitaler Strukturen sogar noch zuverlässiger erfüllen. Die sich – in Abhängigkeit vom Digitalisierungsgrad – ergebenden rechtlichen Fragen beantworten Literatur und Rechtsprechung, ungeachtet üblicher Differenzen im Einzelnen, mit dem herkömmlichen und etablierten Instrumentarium des Zivilrechts, insbesondere des BGB.

Besonderheiten bestehen vor allem dann, wenn auf Seiten des Leasing-Nehmers ein Verbraucher steht. Das für den Leasing-Antrag bestehende Schriftformerfordernis lässt sich bislang in der Praxis nur mittels strenger Schriftform erfüllen, also auf dem Weg eines vom Leasing-Nehmers selbst unterschriebenen und an den Leasing-Geber im Original zurückgesandten Leasing-Antrags. Oft wird der Verbraucher auch keine Möglichkeit haben, seine Identität elektronisch überprüfen zu lassen. Zwischen Unternehmern ist der Vertrieb hingegen nahezu vollständig digital möglich, wobei aus Beweisgründen die qualifizierte elektronische Signatur auf dem Leasing-Antrag angestrebt werden sollte.

Fußnoten

1) Grüneberg in Palandt, BGB, 79. Auflage 2020, § 312i Rn. 9.
2) „Ausschließlich" soll hier mindestens bedeuten, dass die Grenzen des gewählten individuellen Kommunikationswegs nicht überschritten werden. Allgemeine Geschäftsbedingungen allein können damit aber nicht gemeint sein, da für sie die Ausnahme des § 312i Absatz 2 Satz 1 gar nicht gilt.
3) Zum Transparenzregister siehe zuletzt Jonescheit, FLF 2020, 82.
4) Ellenberger in Palandt, BGB, 79. Auflage 2020, § 130 Rn. 4.
5) Glossner in Münchner Anwaltshandbuch IT-Recht, 3. Auflage 2013, Teil 2 Rn. 34 ff.
6) Hoeren in Computerrechts-Handbuch, Kapitel 143 Stand August 2013, Rn. 16.
7) Grüneberg in Palandt, BGB, 79. Auflage 2020, § 305 Rn. 53.
8) Redeker in Redeker, IT-Recht, 6. Auflage 2017, Rn. 484 f.; zurückhaltender OLG Köln, Urteil vom 19. Februar 2020, 6 U 184/19, BB 2020, 577 (PM).
9) Assies in Graf von Westphalen, Der Leasingvertrag, 7. Auflage 2015, Abschnitt D VII Rn. 54 ff.
10) Assies in Graf von Westphalen, Der Leasingvertrag, 7. Auflage 2015, Rn. 71 f.
11) Mit diesem Verhältnis befasst sich zumindest nach ihrem Wortlaut auch die Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten, ABl. EU 2019, L 186/57, die ab dem 12. Juli 2020 gilt.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Verlag für Absatzwirtschaft GmbH