
Deutscher Industrie- und Handelskammertag

Entwurf eines Gesetzes für faire Verbraucherverträge (Referentenentwurf vom 23.01.2020)

Das BMJV hat am 23.01.2020 den Entwurf eines Gesetzes für faire Verbraucherverträge vorgelegt, mit dem Verbraucher vor diversen Kostenfallen geschützt werden sollen. Die Vorschläge betreffen Telefonwerbung bei Energielieferwechseln inkl. Dokumentationspflichten, AGB-Klauselverbote bzgl. Vertragslaufzeiten und Abtretungsausschlüssen sowie eine Anpassung der Mängelhaftung bei gebrauchten Sachen. Dem vorangegangen war im Frühjahr 2019 ein Eckpunktepapier zum Schutz vor Kostenfallen, zu dem sich der DIHK bereits positioniert hatte.

I. Änderungen im AGB-Recht

1. § 308 BGB: Klauselverbot für Abtretungsverbote

Die Argumentation im Referentenentwurf zum Ausschluss der Übertragbarkeit von Geldforderungen in Verträgen mit Verbraucherbeteiligung ist aus unserer Sicht nachvollziehbar. Tatsächlich leuchtet unter sachlichen Gesichtspunkten nicht ein, warum die Übertragung von Geldforderungen bei Handelsgeschäften nicht wirksam ausgeschlossen werden darf, wohl aber gegenüber Verbrauchern.

Weniger einleuchtend erscheint die Aufnahme eines Klauselverbots für Abtretungsverbote außerhalb des Bereichs der Geldforderung. Hier gibt es Fälle, bei denen ein sachlicher Grund für ein Abtretungsverbot kaum oder nicht erkennbar ist, aber auch Fälle, bei denen dies sehr wohl nachvollziehbar ist. Man denke bspw. an den Verkauf von Eintrittskarten zu Auswärtsspielen von Mannschaften in der Fußball-Bundesliga, bei denen es ein Interesse geben könnte, gewaltbereite Fans vom Stadionbesuch fernzuhalten. Ein weiteres Beispiel wäre der Versuch der Bekämpfung des Schwarzmarkts rund um Eintrittskarten zu attraktiven Veranstaltungen.

Für die im Gesetz angelegte Differenzierung kann die Rechtsprechung schon bisher über die Generalklausel des § 307 BGB sorgen. Wird die anhand der Generalklausel entwickelte Rechtsprechung allerdings im § 308 BGB kodifiziert, könnte dies als Signalwirkung weg von einer fairen Interessenabwägung zwischen Verbraucher- und Unternehmerinteressen verstanden werden. Ergebnis könnte ein Klauselverbot sein, bei dem allenfalls für den Fall extrem überwiegender Unternehmerinteressen eine Ausnahme zugebilligt wird.

2. § 309 Nr. 9 BGB: Klauselverbot zu Laufzeitvereinbarungen

Bereits jetzt beinhaltet § 309 Nummer 9 BGB eine massive Beschränkung der Vertragsfreiheit. Die Formulierung in Ziffer 1, Absatz 2 der Begründung des Referentenentwurfs wirkt so, als würde es als Missbrauch angesehen werden, wenn Unternehmen und Verbraucher vom ohnedies schon engen zeitlichen Rahmen der Laufzeitbefristung für Verträge Gebrauch machen. Was die Aussage des Referentenentwurfs anbelangt, dass in vielen Bereichen, in denen unbefristete Verträge früher üblich waren, heute Verbrauchern zu guten Konditionen oft nur noch Verträge mit zweijähriger Laufzeit angeboten werden, die sich automatisch um ein weiteres Jahr verlängern, wenn der Verbraucher sie nicht rechtzeitig kündigt, wäre interessant, welche rechtstatsächlichen Erkenntnisse es dazu gibt. Kann diese Veränderung wirklich belegt werden? Für die Annahme, dass Verbraucher – ganz im Gegenteil – eine 2-jährige Laufzeit bei Dauerschuldverhältnissen für eine Vielzahl von Rechtsgeschäften als angemessen ansehen, spricht vielmehr die geringe Wechselquote bei Versorgungsverträgen. Dies zeigt, dass Verbraucher durchaus ein Interesse an langen Laufzeiten und stabilen Konditionen haben. Den Verbrauchern stehen zudem in fast allen Bereichen Alternativen zur Verfügung. Es ist ihnen z. B. bei einem Mobilfunkvertrag unbenommen, auch kürzere Laufzeiten zu vereinbaren. Auch etwa Strom- und Gaslieferanten haben unterschiedliche Verträge mit verschiedenen Vertragslaufzeiten im Angebot, zwischen denen der Verbraucher frei wählen kann. Einen transparenten Überblick zu den verschiedenen Angeboten geben Vergleichsportale im Internet, die Verbraucher im Übrigen auch rechtzeitig vor Vertragsablauf auf Wechselmöglichkeiten aufmerksam machen. Die Verkürzung der Erstlaufzeit würde die Angebotsvielfalt für Verbraucher im Markt deutlich einschränken, ohne dass dem ein erkennbarer Verbrauchervorteil gegenüberstünde.

Es ist nicht erkennbar, warum Verbraucher nicht in der Lage sein sollten, Verpflichtungen von zwei Jahren einzugehen. Nicht selten gehen längere Laufzeiten mit einem günstigeren Preisangebot einher. Erhält der Verbraucher im Rahmen eines Dauerschuldverhältnisses z. B. auch Hardware (Smartphone, Router, Ladeeinrichtungen, etc.), wird diese meist in den Preis der Dienstleistung eingerechnet. Die Abgabe der Hardware ist für den Verbraucher günstig. Der Verbraucher hat den Vorteil, dass er bei Zweijahresverträgen für zwei Jahre die Leistung für einen gleichbleibenden und günstigen Preis erhält, da der Aufwand des Anbieters auf zwei Jahre verteilt wird. Werden die Laufzeiten verkürzt, wird der Zeitraum der Hardwareamortisation ebenfalls verkürzt. Die Vertragskosten werden dann für den Verbraucher höher. Wir können nicht erkennen, dass dies im Sinne und zum Nutzen des Verbrauchers sein soll. Der Verbraucher kann auch ein Interesse an einem Vertrag mit

einer längeren Laufzeit haben, um sich vor Preisschwankungen der Märkte, wie z. B. bei den Energiepreisen, zu schützen.

Weiter wird unterstellt, dass für die Verbraucher eine automatische Verlängerung von Verträgen nicht mehr interessengerecht und häufig gegen ihren Willen erfolge. Auch insoweit wäre von Interesse, ob es dazu belastbare Untersuchungen gibt. Genauso gut wäre denkbar, dass es eine große Zahl von mündigen Verbrauchern gibt, die sehr bewusst mit solchen Verträgen umgeht und es als angenehm empfindet, nicht ständig in kurzen Abständen über neue Verträge entscheiden zu müssen. Der jährliche Abschluss neuer Verträge würde auch für die Unternehmen mit einem erhöhten bürokratischen Aufwand einhergehen und auf Kosten der Planungssicherheit gehen.

An dem Phänomen, dass Verbraucher Kündigungsfristen vergessen, ändert sich im Übrigen auch nichts bei kürzeren Verlängerungszeiträumen. Auch jetzt kann der Verbraucher sofort kündigen, wenn ihm die Fristverlängerung auffällt. Er muss nicht ein Jahr warten.

II. Einführung der Bestätigungslösung für telefonisch geschlossene Fernabsatzverträge über Energielieferungen

Die Bestätigungslösung für im Rahmen von Telefonwerbung geschlossenen Verträgen ist schon lange und immer wieder im Gespräch. Der DIHK hat sich seit vielen Jahren dezidiert dagegen ausgesprochen, wobei die Argumente nach wie vor aktuell sind. Im Ergebnis wird auch durch die Bestätigungslösung unerlaubte Telefonwerbung nicht verhindert, zumal wenn die Verbraucher gar nicht wissen, dass sie bestätigen müssen. Für seriöse Unternehmen – selbst mit Einwilligung in Telefonwerbung – wird der telefonische Abschluss von Verträgen so erschwert, dass dieser Kommunikationsweg letztlich stillgelegt wird.

Der jetzige Vorschlag betrifft zwar „nur“ die Wirksamkeit telefonischer Vertragsschlüsse im Zusammenhang mit dem Wechsel des Energielieferanten und nicht alle Branchen. Allerdings ist die Ausweitung auf andere Branchen schon angelegt, da die Bestätigungslösung nur „vorerst“ auf die Energiebranche beschränkt werden soll. Dies wird auch in der politischen Diskussion offen ausgesprochen.

Die vom BMVJ vorgeschlagene Bestätigungslösung führt zu einem enormen bürokratischen Aufwand und zu neuen Informationspflichten der (Energiliefer-)Unternehmen. Bereits bei Vertragsschluss am Telefon muss gegenüber dem Verbraucher auf das Bestätigungserfordernis hingewiesen werden, da ihm dieses nicht bekannt sein wird. Die neuen Hürden beim Vertragsschluss werden zu viel Unverständnis auf Verbraucherseite und damit trotz Interesse des Geworbenen zum Abbruch des Vertragsschlusses führen. Es ist zu erwarten, dass die Notwendigkeit einer Rückmeldung durch aktives Tun des Kunden ein Grund für das Scheitern sehr vieler Verträge darstellen wird. Für den Unternehmer stellt sich zudem die Frage, wie er mit fehlenden Rückmeldungen umgehen soll. Für ihn ist das Geschäft noch schwebend, solange keine Absage kommt. Darf der Verbraucher

dann noch einmal mit berechtigtem Interesse kontaktiert werden, um Rechtssicherheit für beide Seiten zu schaffen?

Zudem führt die gewählte Regelung, dass die Genehmigung des Vertrags als verweigert gilt, wenn der Verbraucher sie nicht innerhalb von zwei Wochen nach Empfang der Aufforderung zur Genehmigung erklärt, zu einem höheren Aufwand bei den Unternehmen, da diese "überwachen" müssen, ob die Genehmigung rechtzeitig vorliegt. Es ist außerdem unnötig kompliziert, den Vertrag nach dem Telefonat in Textform zu übermitteln, damit er anschließend erst vom Verbraucher wiederum in Textform genehmigt wird. Dies verzögert den Vertragsschluss und ist mit dem Grundgedanken des BGB, schnell, unkompliziert und mündlich Verträge schließen zu dürfen, nicht vereinbar und führt faktisch zu einem Formerfordernis für den Vertragsschluss.

Unklar ist auch das Verhältnis der Bestätigungslösung zum Widerrufsrecht des Verbrauchers, welches damit dem Grunde nach überflüssig wäre. Der Verbraucher würde durch die Bestätigungslösung unnötigerweise doppelt geschützt und der Unternehmer doppelt belastet. Der Unternehmer wäre insgesamt vier Wochen lang unsicher, ob der Vertrag wirksam geschlossen wurde. Nach der geplanten Regelung hätte der Verbraucher zwei Wochen Zeit, den Vertrag zu genehmigen. Danach hätte er zwei weitere Wochen Zeit, den Vertrag zu widerrufen. Der Verbraucher dürfte sich widersprüchlich verhalten. An seinem Widerrufsrecht würde sich nichts ändern, da der Vertragsschluss ausschließlich unter Verwendung von Fernkommunikationsmitteln geschlossen würde. Unklar ist auch das Verhältnis zu § 141 BGB. Das durch den Widerruf ex tunc nichtig gewordene Rechtsgeschäft wurde zuvor bestätigt.

Der Referentenentwurf sieht auf S. 10 die Bestätigung als Bevollmächtigung nach § 312h BGB und Genehmigung des Geschäfts in einem Akt an. Die Bevollmächtigung würde allerdings vollkommen ausreichen. Auch hier zeigt sich wieder der unnötige doppelte Schutz. Würde die Bevollmächtigung verweigert, könnte dies als konkludente Widerrufserklärung auszulegen sein.

Die Zusendung des Angebotes in Textform, also per elektronischer Post, und deren Annahme in Textform, betrifft einen ganz anderen Kommunikationskanal als die telefonische Kontaktabbahnung. Die Bestätigung in Textform stellt zum Telefonat einen Medienbruch dar.

Unterstreichen möchten wir ebenfalls den Aspekt, dass die Bestätigungslösung nicht nur einen Mehraufwand für den Unternehmer, sondern auch für den Verbraucher bedeutet. Die Einfachheit eines telefonischen Vertragsschlusses wird von vielen Verbrauchern geschätzt. Die Bestätigungslösung führt jedoch dazu, dass sich die Hürden für beide Vertragsseiten erhöhen. Die Folge wird eine deutliche Verringerung telefonisch geschlossener Verträge sein. Ob Unternehmer, die auf diese Art des Vertragsschlusses angewiesen sind, diesen Umsatzeinbruch an anderer Stelle kompensieren können, ist fraglich.

Problematisch erscheint auch, dass die Zusendung des Angebotes in Textform per E-Mail nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG potenziell unzulässig ist, denn eine nachweisbare Einwilligung in die Zusendung des Angebots liegt in diesen Fällen gerade nicht vor. Dem Unternehmer würde also mit der Verpflichtung zur Zusendung des Angebots in Textform ein unkalkulierbares rechtliches Risiko aufgebürdet. Theoretisch müsste, damit die Bestätigungslösung funktioniert, das Verbot der Zusendung unverlangter elektronischer Werbung in § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG abgeschafft oder modifiziert werden. Dies wäre nur auf europäischer Ebene möglich, da diese Regelung auf europäischen Rechtsvorgaben beruht.

Dies alles ist unseres Erachtens unnötig, da – wie schon in dem Eckpunktepapier und auch jetzt in der Gesetzesbegründung (S. 10) ausdrücklich festgestellt – das Problem eigentlich im Energielieferantenbereich an einer ganz anderen Stelle und sogar ohne Gesetzesänderung zu lösen wäre. Bei einem Wechsel des Energielieferanten gibt es nämlich schon jetzt die Pflicht, dass der Verbraucher eine Vollmacht für den Neulieferanten zur Kündigung des Altvertrages ausstellen muss (§ 312 h BGB); es wird aber im Verhältnis Neu- zu Altlieferant zwecks eines schnelleren und automatisierten Wechselverfahrens auf die Vorlage dieser Vollmacht verzichtet, und zwar aufgrund einer Festlegung der Bundesnetzagentur. Das führt dazu, dass es immer wieder Fälle gibt, in denen der Neulieferant ohne entsprechende Vollmacht und ohne überhaupt vom Verbraucher dazu ermächtigt worden zu sein den Altvertrag kündigt. Die dafür erforderlichen Daten (Name, Zählernummer, Anschrift) holt er sich häufig per (unerlaubter) Telefonwerbung ein. Dieser Verzicht auf die Vorlage der Vollmacht entgegen dem Gesetzeswortlaut könnte problemlos durch die Bundesnetzagentur als Behörde durch eine Änderung dieser Festlegung beseitigt werden. Es fragt sich ja ohnehin schon, warum durch eine behördliche Festlegung auf gesetzlich vorgeschriebene Anforderungen verzichtet werden kann. Noch mehr ist verwunderlich, dass in der Gesetzesbegründung sogar geschrieben steht, dass alternative Maßnahmen nicht ersichtlich seien, und dies insbesondere bezüglich der Bestätigungslösung (S. 13, III., 1. Absatz).

Selbst wenn man nun eine Bestätigungslösung einführt, wäre dem Verbraucher im Übrigen nicht gedient. Wenn er nämlich den Vertragswechsel nicht bestätigt, ist der Neulieferant nicht mehr zur Energielieferung verpflichtet; beim Altlieferanten lebt aber der alte Vertrag nicht ohne Weiteres wieder auf, so dass der Verbraucher dann in die teure Grundversorgung fallen würde.

Insgesamt plädieren wir dafür, die Probleme dort zu lösen, wo sie angelegt sind, nämlich im Zusammenhang mit der Vollmacht. Wenn diese tatsächlich beim Wechsel geprüft werden müsste und nicht aus Schnelligkeits-Erwägungen darauf verzichtet werden darf, dann wären die untergeschobenen Wechsel nicht mehr möglich.

Sollte trotz all dieser Bedenken die Bestätigungslösung dennoch eingeführt werden, erachten wir es als notwendig, den Unternehmen aufgrund des hohen bürokratischen Aufwands für die Umsetzung ein Jahr Übergangsfrist zuzubilligen.

III. BGB-Anpassungen wegen der EuGH-Entscheidung in Sachen Ferenschild

Die vorgeschlagene Lösung dürfte alternativlos sein, da nach der Ferenschild Entscheidung des EuGH § 476 Abs. 2 BGB insoweit richtlinienwidrig ist, als die Vorschrift beim Verbrauchsgüterkauf über gebrauchte Sachen Vereinbarungen ermöglicht, die die Verjährungsfrist für Mängelansprüche des Käufers auf bis zu einem Jahr zu verkürzen. Die vorgeschlagene Regelung sollte allerdings um eine Rügepflicht ergänzt werden. Dafür spricht, dass anderenfalls nach z. B. 23 Monaten noch (nicht verjährte) Ansprüche geltend gemacht werden könnten mit der Behauptung, die Mängel seien bereits während des ersten Jahres nach Übergabe offenbar geworden.

IV. Einführung von Dokumentationspflicht bei Telefonwerbung

Ergänzend zur Einführung eines § 7a UWG hinsichtlich der Dokumentation einer Einwilligung sei vorab grundsätzlich darauf hingewiesen, dass bereits die DSGVO im Rahmen der Rechenschaftspflicht und Beweislastumkehr die Dokumentation der Verarbeitung personenbezogener Daten erfordert (Art. 5 Abs. 2, Art. 24 Abs. 1 DSGVO). Zwar ist die Einwilligung nach der DSGVO auch mündlich möglich. Wegen des Dokumentationserfordernisses werden diese aber schriftlich eingeholt oder elektronisch protokolliert. Zumindest dürften sie aber in der Regel notiert werden (z. B. im Rahmen einer Telefonnotiz oder in Textform), um einen Nachweis gegenüber den Datenschutzaufsichtsbehörden zu haben. Eine erneute Regelung einer Einwilligungsdokumentation ist daher nicht erforderlich, da dieser Bereich sonst zwangsläufig doppelt geregelt würde. Je nach Auslegung erhöht eine erneute Dokumentationspflicht aber auch den bürokratischen Aufwand.

Konkret bezogen auf § 7a Abs. 1 UWG ist zu hinterfragen, ob die Dokumentation ein Wirksamkeitserfordernis für eine rechtsgültige Einwilligung darstellt oder nur einen Nachweis. Aus dem Wortlaut des ersten Halbsatzes ließe sich schließen, dass es sich um ein Wirksamkeitserfordernis handelt.

§ 7a Abs. 2 UWG, in dem die 5-jährige Aufbewahrungspflicht vorgeschrieben wird, führt im Bezug auf die DSGVO zu einer Änderung bzw. Ergänzung von Löschkonzept und ggf. Informationspflichten und Verarbeitungsverzeichnis. Hier sind jeweils die Speicherdauer von Daten anzugeben, so dass es einen erneuten Anpassungs- und Überprüfungsaufwand für Unternehmer nach sich zieht. Es bleibt fraglich, was nach Ablauf der fünf Jahre mit der Einwilligung geschehen soll. Dient die Einwilligung als ein bloßer Nachweis, oder verfällt die Einwilligung mit Wegfall des Nachweises? Der Verfall einer Einwilligung ist gesetzlich nicht geregelt. In der Rechtsprechung gibt es daher Ansätze von circa 17 Monaten (LG Berlin, Urt. v. 09.12.2011, 15 O 343/11) bis zu zwei Jahren (BGH, Urt. v. 01.02.2018, III ZR 196/17). Merkwürdig erscheint auch, dass u. U. für ein und dieselbe Einwilligung verschiedene Fristen laufen können. Einmal nach dem Zeitpunkt der Erteilung und dann ab dem Zeitpunkt der Verwendung. Unklar ist insbesondere, was damit gemeint sein soll, dass die Einwilligung "nach jeder Verwendung der Einwilligung" fünf Jahre lang aufzubewahren ist. Es stellt sich die Frage, ob die Frist dann mit "jeder Verwendung" neu zu laufen beginnt. Eine solche flexible Frist ist insbesondere für ein datenschutzrechtliches Löschkonzept nicht automatisch umsetzbar. Zudem

erscheint eine Aufbewahrungsfrist von fünf Jahren generell als zu lang und willkürlich. Die Bezugnahme auf das WpHG erschließt sich uns nicht. Den Vergleich dieser Einwilligung mit Wertpapierhandelsgeschäften erachten wir nicht für sachgerecht. Ferner ist in dem zitierten § 83 Abs. 8 eine Einschränkung enthalten, die vorliegend nicht übernommen wurde.

Insgesamt halten wir die in § 7a UWG geplante Aufnahme von Dokumentationspflichten für entbehrlich. Die Dokumentation von Einwilligungen für Werbung ergibt sich bereits hinreichend aus dem Datenschutzrecht. Dass man nun im UWG nochmals „angemessene Maßnahmen“ zur Dokumentation aufnimmt, wird nur von neuem weitere Diskussionen um den Begriff der Angemessenheit anfachen. Der Gesetzgeber belastet das UWG wiederum und damit die Unternehmen erneut mit einer weiteren Detaillierung im Wortlaut, die aber keine Antworten liefert. Die Regelung zur Aufbewahrung der Dokumentation halten wir zudem für zu kompliziert. Eine Einwilligung sollte so lange nachweisbar sein, wie diese vorliegt. Nach dem Widerruf ist eine fixe Frist sicher sinnvoll.

Davon abgesehen, dass bereits die generelle Pflicht zur angemessenen Dokumentation der Einwilligung der Verbraucher in Telefonwerbung überflüssig und entbehrlich erscheint, wird sie, verbunden mit einem Bußgeld für Verletzungen der Dokumentationspflicht, zum unverhältnismäßigen Bürokratieaufwand. Eine Dokumentationspflicht würde alle treffen, auch korrekt arbeitende Unternehmen, und zugleich Fragen aufwerfen, wie die Dokumentation aussehen müsste, um den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen. Gemäß § 3 OWiG gilt der Bestimmtheitsgrundsatz auch im Ordnungswidrigkeitenrecht. Bedenken bestehen insbesondere, weil die Art der Dokumentation offen gelassen wird, in § 20 Abs. 1 Nr. 2 UWG aber das „nicht richtige“ Dokumentieren bußgeldbewährt sein soll. Diese Regelung erfordert ein materielles Gesetz und kann jedenfalls nicht ohne konkrete Vorgaben den späteren Hinweisen einer Behörde und deren alleinigen Auslegung überlassen werden. Dass laut Gesetzesbegründung die BNetzA Hinweise veröffentlichen kann, was sie als „angemessene Dokumentation“ ansieht, reicht nicht aus und kann dazu führen, dass – obwohl gesetzlich keinerlei Formvorgaben gemacht werden – Unternehmen dann letztlich doch zu bestimmten Formen gezwungen werden.

Der Referentenentwurf sieht als Beispiel ordnungsgemäßer Dokumentation (S. 27) auch eine Tonaufzeichnung an. Telefonaufzeichnungen scheiden dafür regelmäßig aus, denn auch der Anruf zur Einholung einer Genehmigung bräuchte eine Genehmigung.

Die geplante Dokumentationspflicht führt zu einem bürokratischen Mehraufwand für die Unternehmer. Sie ist sehr umständlich. Der Aufwand ist unverhältnismäßig, denn die Wirksamkeit der Einführung einer Dokumentationspflicht ist sehr fragwürdig. Die Unzulässigkeit von Telefonwerbung ohne Einwilligung des Verbrauchers ist bereits gesetzlich festgeschrieben und bei einem Verstoß mit einer hohen Geldbuße belegt. Nicht die Pflicht, eine entsprechende Einwilligung zu dokumentieren, sondern die bereits bestehende drohende Geldstrafe bei unerlaubter Telefonwerbung hält einen Unternehmer davon ab, eine solche zu betreiben. Diejenigen, die bewusst unlauter handeln wollen, wird beides nicht abhalten. Hier sollte das gewünschte Ergebnis ins Verhältnis zum Aufwand für die

Unternehmer gesetzt und von einer Dokumentationspflicht abgesehen werden. Probleme des Ordnungswidrigkeitenverfahrens sollten nicht mit derart pauschalen Dokumentationspflichten für alle gelöst werden. Es würde ausreichen, wenn die BNetzA im Rahmen eines Ordnungswidrigkeitenverfahrens den Nachweis für die Einwilligung verlangen kann, statt eine generelle bußgeldbewehrte Dokumentationspflicht einzuführen.

V. Wer wir sind

Unter dem Dach des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) haben sich die 79 Industrie- und Handelskammern (IHKs) zusammengeschlossen. Unser gemeinsames Ziel: Beste Bedingungen für erfolgreiches Wirtschaften.

Auf Bundes- und Europaebene setzt sich der DIHK für die Interessen der gesamten gewerblichen Wirtschaft gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit ein. Denn mehrere Millionen Unternehmen aus Handel, Industrie und Dienstleistung sind gesetzliche Mitglieder einer IHK - vom Kiosk-Besitzer bis zum Dax-Konzern. So sind DIHK und IHKs eine Plattform für die vielfältigen Belange der Unternehmen. Diese bündeln wir in einem verfassten Verfahren auf gesetzlicher Grundlage zu gemeinsamen Positionen der Wirtschaft und tragen so zum wirtschaftspolitischen Meinungsbildungsprozess bei.

Darüber hinaus koordiniert der DIHK das Netzwerk der 140 Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen der Deutschen Wirtschaft in 92 Ländern.

VI. Ansprechpartner

Hildegard Reppelmund

Rechtsanwältin (Syndikusrechtsanwältin)

Referatsleiterin Wettbewerbsrecht, Kartellrecht, Vergaberecht,
Wirtschaftsstrafrecht

Tel.: (030)20308-2702, Fax: (030)20308-5-2702

<mailto:reppelmund.hildegard@dihk.de>

Dr. Christian Groß

Rechtsanwalt (Syndikusrechtsanwalt)

Referatsleiter Zivilrecht und Justiziarat, Schiedsgerichtbarkeit
und Wirtschaftsmediation

Tel.: (030)20308-2723, Fax: (030)20308-5-2723

<mailto:gross.christian@dihk.de>