

Erfahrungen aus der Praxis

Information und Beratung des Kunden — Rechtspflicht des Einzelhandels

Zu einer kulturvollen sozialistischen Handelstätigkeit gehören auch die Information und Beratung des Kunden in Vorbereitung eines Kaufvertrags. Deshalb ist in § 137 ZGB die sachkundige Information und Beratung des Käufers als Rechtspflicht der Einzelhandelsbetriebe ausgestaltet.¹ Es bleibt also nicht den Mitarbeitern der Einzelhandelsbetriebe überlassen, ob und in welchem Umfang der Kunde bei seiner Entscheidung, etwas kaufen zu wollen, beraten wird; vielmehr ist diese Beratung eine gesetzliche Pflicht, die bei Nichteinhaltung rechtliche Konsequenzen nach sich zieht.²

Die von uns im Jahre 1981 im Bezirk Rostock in 552 Industriewaren-Verkaufsstellen und 16 Kaufhäusern durchgeführten Untersuchungen haben gezeigt, daß in den Verkaufseinrichtungen des sozialistischen Einzelhandels § 137 ZGB überwiegend richtig angewandt wird. Gleichzeitig mußte aber festgestellt werden, daß vor allem ein Problem zu unterschiedlichen rechtlichen Standpunkten zwischen Einzelhandelsbetrieben und ihren Käufern geführt hat. Es handelt sich dabei um den Umfang der Information und Beratung des Käufers und um die sich daraus ergebenden Beweisfragen, wenn es zu Rechtsstreitigkeiten kommt. Wenn auch derartige Sachverhalte im Verhältnis zu anderen Zivilrechtsstreiten nur selten vor die staatlichen Gerichte gelangen, zeigt die Praxis doch, daß eindeutige und rechtliche exakte Entscheidungen oftmals kompliziert sind.

1. Den Anforderungen des § 137 ZGB entsprechend ist der Käufer inhaltlich richtig über die charakteristischen Gebrauchswerteigenschaften der Ware, ihre Bedienung und Behandlung zu unterrichten. Dabei sind dem Käufer die Vorzüge der Ware aufzuzeigen; er muß aber auch eventuell vorhandene nachteilige Eigenschaften erkennen können.³ Dies kann im Einzelfall dazu führen, daß der Käufer vom Kauf absieht, was allerdings kein Grund sein darf, die notwendige Unterrichtung des Käufers zu unterlassen.

* 2. Inhalt und Umfang der Information und Beratung hängen insbesondere davon ab, wie konkret und auf welche Weise der Kunde seine Kaufwünsche äußert, ob er z. B. den vorgegebenen Verwendungszweck nennt und welche Vorstellungen er über Qualität und Eigenschaften der Ware hat. Soweit erforderlich, muß es aber Aufgabe der Mitarbeiter der Verkaufseinrichtungen sein, den Käufer zu solchen Erklärungen zu veranlassen.

3. Inhalt und Umfang der Information und Beratung werden des weiteren von der Spezifik der Ware bestimmt. Liegen in den Verkaufseinrichtungen ausführliche Kataloge aus oder sind der Ware Gebrauchs-, Bedienungs- und Behandlungsvorschriften bzw. Pflegeanweisungen und technische Dokumentationen beigelegt, dann wird den Verkäufern die Information und Beratung zwar erleichtert; ihrer gesetzlichen Pflicht zur Information und Beratung wird jedoch allein durch das Vorliegen derartiger Materialien nicht immer entsprochen. Das Verkaufsstellenpersonal kann sich auch in solchen Fällen nicht mit dem Hinweis auf diese Materialien begnügen, sondern muß die notwendige mündliche Information erteilen.

4. Inhalt und Umfang der Information und Beratung hängen auch davon ab, ob der Käufer eine ganz bestimmte Ware wünscht und dazu gleich den Typ bzw. das Modell nennt. In diesen Fällen ist der Informations- und Beratungspflicht dann Genüge getan, wenn der Kunde sachkundig über die Eigenschaften und die Gebrauchsfähigkeit

der verlangten Ware beraten wird. Vergleichende Hinweise zu anderen Typen bzw. Modellen sind hier nicht erforderlich, es sei denn, der Kunde verlangt ausdrücklich derartige Hinweise.

Hat jedoch der Kunde noch keine konkreten Vorstellungen über Modell bzw. Typ der Ware, die er kaufen will, so hat sich die Information und Beratung auf alle im Angebot befindlichen Waren eines Warentyps zu beziehen. Sie muß auch solche Typen bzw. Modelle einbeziehen, die normalerweise zum Angebot der Verkaufseinrichtung gehören, zum gegebenen Zeitpunkt aber vorübergehend gerade nicht vorrätig sind.

5. Die Mitarbeiter der Verkaufseinrichtungen können auf Grund allgemeiner Erfahrungen voraussetzen, daß der Kunde über gewisse Grundkenntnisse verfügt, die es ihm ermöglichen, selbst zu erkennen, welche Konsequenzen für ihn beim Kauf einer Ware entstehen können und daß er diese Konsequenzen ggf. selbst tragen muß. Das gilt z. B. für Trage- und Pflegeeigenschaften, Hautverträglichkeit und Strapazierfähigkeit einer Ware. Dieser Grundsatz wird in der Praxis nicht immer richtig angewandt. Er wird entweder überhaupt nicht beachtet, oder aber die Mitarbeiter der Verkaufseinrichtungen stellen überhöhte Anforderungen an die Sachkenntnis der Käufer.

Die hier dargelegten Grundsätze, die keineswegs Anspruch auf Vollständigkeit erheben, bestimmen im wesentlichen die Informations- und Beratungspflicht der Verkaufseinrichtungen. Außerdem gibt es weitere objektive und subjektive Faktoren, welche die Anwendung des § 137 ZGB sowohl positiv als auch negativ beeinflussen können. Die zwei wesentlichsten Faktoren dabei sind die kameradschaftliche Zusammenarbeit zwischen Produktion, Großhandel und Einzelhandel und der Qualifikationsstand der Mitarbeiter der Verkaufseinrichtungen.

Unsere Untersuchungen haben gezeigt, daß die Großhandelsbetriebe besser ihren in § 9 Abs. 1 VG und in den nach § 40 VG abgeschlossenen Rahmenverträgen festgelegten Pflichten hinsichtlich der Informations- und Beratungspflicht gegenüber den Einzelhandelsbetrieben nachkommen müssen. Das betrifft z. B.

- die Bereitstellung branchenbezogener Informations- und Werbematerialien,
- die sachkundige Mitwirkung an den Schulungen und Weiterbildungsveranstaltungen der Mitarbeiter der Verkaufseinrichtungen,
- die Vermittlung von Mitarbeitern der Industriebetriebe für Kundenforen und ähnliche Veranstaltungen,
- die Übergabe von Informationen und Argumentationen zur Sortiments- und Angebotsentwicklung einschließlich Angaben über Gebrauchswerteigenschaften der Waren an die Verkaufseinrichtungen.

Da solche Aspekte der Zusammenarbeit wesentlich den Charakter der Information und Beratung mitbestimmen, müssen sie auch von den Großhandelsbetrieben mit der notwendigen Konsequenz durchgesetzt werden.

Würde ein Käufer unrichtig bzw. unvollständig informiert und beraten, dann stehen ihm die im ZGB genannten Rechtsansprüche zu. Er kann nach § 70 ZGB den Kaufvertrag anfechten und eventuell gemäß §§ 137, 92, 93, 330 ff. ZGB Schadenersatz verlangen.

Dem Käufer stehen aus der Nichtinformation und Nichtberatung auch die in den Kaufbestimmungen des ZGB genannten Garantieleistungen (§ 151) zu, wenn der Käufer z. B. wegen der Verletzung der Informations- und Beratungspflicht des Einzelhandels die Gebrauchsfähigkeit der Ware durch falsche Behandlung beeinträchtigt. Wären in diesen Fällen Garantieansprüche abzulehnen, dann würde der Verkäufer von der Pflicht zur Nachbesserung bzw. Ersatzlieferung befreit, obwohl er beim Kauf Rechts-