

KÜRZERE ABHANDLUNGEN SHORT ARTICLES AND COMMENTS

Die Verbraucherverbandsklage in Japan

Maximilian Lentz

- I. Hintergrund
- II. Klageberechtigte Verbraucherverbände
 - 1. Verbraucherzentren und Verbraucherverbände
 - 2. Zulassung als klageberechtigter Verbraucherverband
- III. Die Unterlassungsklage durch einen Verbraucherverband
 - 1. Streitgegenstand
 - 2. Regelungsgehalt der Artt. 4, 8 – 10
 - 3. Einschränkungen der Klagemöglichkeit
- IV. Diskussionspunkte
- V. Fazit

I. HINTERGRUND

Am 7. Juni 2006 wurde das japanische Verbrauchervertragsgesetz¹ (im Folgenden VerbrVG) erstmals um Regelungen zur Verbraucherverbandsklage erweitert.² Damit reagierte der japanische Gesetzgeber auf einen starken Anstieg unlauterer Werbemaßnahmen und Vertragsabschlüsse, welche die Verbraucher, insbesondere bei Fernabsatzverträgen und Haustürgeschäften, benachteiligten.³ In diesen Fällen war es den einzelnen Verbrauchern bisher kaum möglich, gegen die betreffenden Unternehmer vorzugehen. Mithilfe klageberechtigter Verbraucherverbände sollen die Verbraucher nunmehr eine Möglichkeit zur Unterlassungsklage erhalten.

1 *Shôhi-sha keiyaku-hô* [Verbrauchervertragsgesetz], Gesetz Nr. 61/2000, zuletzt geändert durch Gesetz Nr. 56/2006; japanische Fassung und englische Übersetzung unter: <http://www.consumer.go.jp/kankeihourei/keiyaku/index.html>.

2 B. SUMITA, *Shôhi-sha dantai no sashitome seikyû to minji no rûru* [Das Recht des Unterlassungsanspruches des Verbraucherverbandes und zivilrechtliche Regeln], in: T. Kawai, *Torihiki-hô no hen'yô to aratana tenkai* [Die Veränderung und neuere Entwicklung des Handelsgeschäftegesetzes] (Tokyo 2007) 250.

3 H. TATEISHI, „*Tokutei shô-torihiki ni kansuru hôritsu*“ *kaisei no gaiyô* [Übersicht über die Reform des Handelsgeschäftegesetzes], *New Business Law* 886 (2008) 38.

II. KLAGEBERECHTIGTE VERBRAUCHERVERBÄNDE

1. Verbraucherzentren und Verbraucherverbände

In Japan gibt es sogenannte Verbraucherzentren (*shôhi-sha sentâ*), die Warentests durchführen und vor allem in Beratungsstellen Verbraucherinformationen anbieten. Mittlerweile sind in Japan mehr als 500 Verbraucherzentren etabliert.⁴ Diesen Verbraucherzentren stehen – meistens von Anwälten – privat organisierte Verbraucherverbände (*shôhi-sha dantai*) gegenüber. Tatsächlich aber verfügen derzeit nur sieben dieser Verbraucherverbände über eine im jetzt erweiterten Verbrauchervertragsgesetz verankerte Klageberechtigung (*tekikaku shôhi-sha dantai*).⁵ Dass Verbraucherverbände klageberechtigt sind, stellt eine zentrale Neuerung im japanischen Recht dar, da zuvor nur die persönlich Betroffenen klagen konnten.

2. Zulassung als klageberechtigter Verbraucherverband

Die Kriterien dafür, welchen Verbraucherverbänden eine Klageberechtigung zusteht, sind in Art. 13 Abs. 3 Nr. 1-7 VerbrVG geregelt.⁶ Ein Verbraucherverband, der Dienstleistungen in Zusammenhang mit Unterlassungsklagen erbringen möchte, benötigt dafür nach Art. 13 Abs. 1 VerbrVG eine Zulassung durch den Ministerpräsidenten, für die der Verband einen Antrag nach Art. 13 Abs. 2 VerbrVG stellen muss. Der notwendige Inhalt des Antrages ist in Art. 14 Abs. 2 VerbrVG festgelegt.

Die Zulassung wird nur bei kumulativem Vorliegen aller in Art. 13 Abs. 3 VerbrVG aufgezählten Voraussetzungen erteilt. Insbesondere gehört dazu, dass es sich bei dem Verband um eine nicht gewinnorientierte Organisation handelt (Nr. 1), deren Haupttätigkeit es ist, Verbraucher zu informieren oder Informationen von Verbrauchern einzuholen oder Verbraucher vor Schaden zu bewahren (Nr. 2). Diese Tätigkeit sollte der Verband zuvor grundsätzlich mindestens zwei Jahre ausgeübt haben.⁷ Weiterhin setzt die Zulassung eine Satzung (Nr. 3) voraus, die Regeln zur Einstellung und Entlassung von Angestellten beinhaltet und eine angemessene Bearbeitung von Unterlassungsklagen gewährleistet. Dies wird in der Regel angenommen, wenn der Verband über 100 Angestellte verfügt. Der Verband muss außerdem einen Vorstand eingerichtet haben, der sich mit den Dienstleistungen zur Unterlassungsklage sowie der Geschäfts-

4 A. OOMURA, *Shôhi-sha-hô* [Das Verbrauchergesetz] (Tokyo 2007) 343.

5 Vgl. die Liste der klageberechtigten Verbraucherverbände unter:
<http://www.consumer.go.jp/seisaku/cao/soken/tekikaku/zenkoku/zenkoku.html>.

6 Planungsabteilung des Amtes des Kabinettsbüros für die Lebensweise des japanischen Volkes – Abteilung für die Verbraucherverbandsklage, *Kaisei shôhi-sha keiyaku-hô no shikô* [Ausführung zu dem reformierten Verbrauchervertragsgesetzes], *Hôritsu no Hiroba* (2007/6) 8; Richtlinie der Regierung unter
<http://www.consumer.go.jp/seisaku/cao/soken/seido/hourei/hourei.html>.

7 Planungsabteilung des Amtes des Kabinettsbüros für die Lebensweise des japanischen Volkes – Abteilung für die Verbraucherverbandsklage (Fn. 6) 8.

führung des Verbandes befasst (Nr. 4).⁸ Auch ist die ausreichende Ausstattung des Verbandes mit Fachkräften (Nr. 5) und finanziellen Mitteln (Nr. 6) nötig, um sicherzustellen, dass jederzeit Nachforschungen durchgeführt oder auch zusätzliche Helfer eingestellt werden können.⁹ Schließlich muss gewährleistet sein, dass der Verbraucherverband im Falle anderer Dienstleistungsangebote oder Geschäfte das Kerngeschäft mit Unterlassungsklagen ordnungsgemäß durchführen kann (Nr. 7).

III. DIE UNTERLASSUNGSKLAGE DURCH EINEN VERBRAUCHERVERBAND

1. Streitgegenstand

Den Streitgegenstand der Verbraucherverbandsklage bestimmt Art. 12 Abs. 1 bis 4 VerbrVG.

Art. 12 Abs. 1 und 2 VerbrVG regeln einen Unterlassungsanspruch gegen einen Unternehmer aufgrund von Handlungen (*kô-i*) aus unbilliger Werbung (*futô kan'yû*)¹⁰, während Art. 12 Abs. 3 und 4 VerbrVG gegen Handlungen aus unbilligen Vertragsbestimmungen (*futô keiyaku kôjô*)¹¹ gerichtet sind.¹² Diese Handlungen müssen darüber hinaus auch eine „unbestimmte oder große Anzahl“ (*fu-tokutei katsu tasû*) von Verbrauchern betreffen.

Durch die Klage können Handlungen, die gegenwärtig stattfinden, wie auch künftige, deren Vornahmen zu befürchten ist, untersagt bzw. verhindert werden.¹³ Außerdem ist möglich, sich mit den gleichen Maßnahmen gegen Aktivitäten zu wenden, die mit der Vornahme unbilliger Handlungen einhergehen.¹⁴

8 Im Vorstand (*rijikai*) darf nicht mehr als ein Drittel aller Vorstandsmitglieder mit einem „bestimmten Unternehmen“ (*tokutei jigyô-sha*) in Verbindung stehen. „Bestimmte Unternehmen“ sind solche, die mittelbar oder unmittelbar 50 Prozent oder mehr der ausgegebenen Aktien an einem Unternehmen halten, gegen das eine Unterlassungsklage anhängig ist oder in einem durch Ausführungsregeln festgelegten Verhältnis mit dem Unternehmen stehen. In Verbindung mit einem „bestimmten Unternehmen“ steht, wer gegenwärtig in dem Unternehmen entscheidungsbefugt oder angestellt ist oder es in der Vergangenheit für einen Zeitraum von mindestens zwei Jahren war (Art. 13 Abs. 3 Nr. 4 lit. b)).

9 Planungsabteilung des Amtes des Kabinettsbüros für die Lebensweise des japanischen Volkes – Abteilung für die Verbraucherverbandsklage (Fn. 6) 10.

10 Art. 4 Abs. 1 bis 3 VerbrVG; unter Werbung, bzw. werben (*kan'yû suru*) ist das Werben um einen Vertragsabschluss zu verstehen.

11 Artt. 8 bis 10 VerbrVG.

12 Für aktuelle Verfahren und aktuelle Informationen zu Aktionen von Verbraucherverbänden vgl. beispielsweise die Homepage der *Kansai Consumers Support Organisation*: <http://www.kc-s.or.jp/>.

Deutsche Übersetzung der Version des Verbrauchervertragsgesetz vom 12.05.2000 in: M. DERNAUER, Das japanische Gesetz über Verbraucherverträge, ZJapanR 11 (2001) 247 ff.

13 Vgl. Art. 12 VerbrVG, H. KOIZUMI (Hrsg.), *Shôhi-sha kankei-hô shitsumu shiryô* [Unterlagen zur Ausübung der Gesetze über Verbraucher] 52.

14 Art. 12 Abs. 1 VerbrVG.

In Art. 12 VerbrVG wenden sich Abs. 1 und 3 direkt gegen den unbillig Handelnden. Art. 12 Abs. 2 und 4 VerbrVG beziehen sich jeweils mittelbar auf denjenigen, dessen Treuhänder (*jutaku-sha*), Vertreter (*dairi-nin*) oder Vertreter des Treuhänders unbillige Handlungen durchführt oder wahrscheinlich durchführen wird und der trotz Kenntnis solcher Handlungen keine Schritte dagegen einleitet.¹⁵ Der Unterlassungsanspruch verfolgt somit zwei Ziele – zum einen die Beendigung und zum anderen die Verhinderung von schädigenden Handlungen.¹⁶

2. Regelungsgehalt der Artt. 4, 8 – 10

Art. 4 VerbrVG regelt, dass ein Verbraucher von einem Vertrag zurücktreten kann, wenn der Verbraucher den Unternehmer insofern missversteht (*gonin*), als er glaubt, der Unternehmer würde bei der Werbung die Wahrheit sagen oder eine wahre „schlüssige Bewertung“ (*dantei-teki handan*) von zukünftigen, unklaren Umständen abgeben (Abs. 1) und verbietet weiterhin einseitige Gewinnversprechen, bei denen der Unternehmer zwar Gewinne verspricht, aber Verluste, die aus dem Vertrag herrühren könnten, verschweigt (Abs. 2). Art. 4 Abs. 3 VerbrVG bestimmt, dass der Verbraucher außerdem zurücktreten kann, wenn er in „Verlegenheit“ (*konwaku*) gebracht wird, was der Fall ist, wenn der Unternehmer auf Aufforderung des Verbrauchers hin den Wohn- oder Arbeitsort des Verbrauchers nicht verlässt oder der Unternehmer den Verbraucher den Ort der Werbung nicht verlassen lässt.

Art. 8 VerbrVG legt fest, dass Bestimmungen in Verbraucherverträgen ungültig sind, die den Unternehmer von Schadensersatzzahlungspflichten befreien, welche durch rechtswidriges Verhalten des Unternehmers oder Mängel des Vertragesgegenstandes entstanden sind.

Art. 9 Nr. 1 VerbrVG erklärt Bestimmungen für unwirksam, nach denen der Betrag eines vorab für den Fall des Rücktritts festgelegten Schadensersatzes oder einer Vertragsstrafe den durchschnittlichen Betrag überschreitet, den ein Unternehmer in einem solchen Fall für gewöhnlich erhalten würde.

Art. 9 Nr. 2 VerbrVG bestimmt, dass eine Verzugsstrafe wegen verspäteter Zahlungen 14,6% des noch offenen Betrages nicht übersteigen darf, wenn der Verbraucher zum Fälligkeitszeitpunkt noch nicht den vollen Kaufpreis zahlen konnte.¹⁷

Art. 10 VerbrVG verbietet Bestimmungen in Verbraucherverträgen, die Verbraucherrechte beschränken, den Verbrauchern unangemessene Pflichten auferlegen oder ihren Gewinn entgegen dem Grundprinzip des Art. 1 Abs. 2 Zivilgesetz einschränken.¹⁸

15 K. KOICHI/T. UEHARA/T. KIMURA/K. KANO/H. NONOYAMA/Y. YAMAMOTO, *Shôhi-sha dantai soshô o megutte* [Über die Verbraucherverbandsklage], *Jurisuto* 1320 (2006) 23 f.; K. KANÔ, *Shôhi-sha keiyaku-hô ichibu kaisei no gaiyô* [Abriss der Reform eines Teils des Verbrauchervertragsgesetzes], *Jurisuto* 1320 (2006) 49.

16 K. KANÔ (Fn.15) 49.

17 M. GOTÔ, *Keiyaku-hô kôgi* [Vertragsrechtsvorlesung] (Tokyo 2008) 133 f.

Beim Begriff der „Handlungen“ (*kôî*) ist zu beachten, dass nicht schon die Erstellung unbilliger Vertragsbestimmungen einen Unterlassungsanspruch begründet. Vom Verbrauchervertragsgesetz erfasst ist vielmehr nur die Benutzung unbilliger Bestimmungen oder die Zustimmung zur Benutzung solcher Bestimmungen durch den Unternehmer.¹⁹ Reine Empfehlungen zum Gebrauch von Standardverträgen begründen noch keinen Unterlassungsanspruch. Wenn also solche Standardverträge unbillige Bestimmungen enthalten, ist es nur möglich, gegen den Unternehmer vorzugehen, der sie gebraucht.²⁰ Eine Ausnahme besteht allerdings, wenn Empfehlungen zur Benutzung von Standardverträgen mit unbilligen Klauseln einen so großen Einfluss auf Handlungen nach diesen Klauseln haben, dass der Geschäftsverkehr nachteilig beeinflusst wird. Unter solchen Umständen kann auch das Empfehlen von Standardverträgen eine „Handlung“ sein, die einen Unterlassungsanspruch begründet.²¹

3. *Einschränkungen der Klagemöglichkeit*

Bestehen für die jeweiligen Branchen speziellere Gesetze und ist nach diese die unbillige Werbung oder Vertragsklausel nicht verboten, so steht den Verbraucherverbänden keine Unterlassungsklage nach dem Verbrauchervertragsgesetz zu.²²

Besondere Bedeutung haben ferner die folgenden Beschränkungen des Unterlassungsanspruches:

Die Erhebung einer Unterlassungsklage, mit der der Verbraucherverband einen unrechtmäßigen Gewinn oder die Schädigung des Unternehmers anstrebt, ist unzulässig (Art. 12 Abs. 5 Nr. 1 VerbrVG).

Eine auf die Unterlassung einer bestimmten Handlung gerichtete Klage darf gegen einen Unternehmer nur von einem Verband eingereicht werden (Art. 12 Abs. 5 Nr. 2 VerbrVG). Erhöhen mehrere Verbraucherverbände gleichzeitig gegen denselben Unternehmer Klagen mit ähnlichem Inhalt, so bestünde die Gefahr widersprüchlicher Urteile. Aus prozessökonomischen Gründen ist es daher bei einem anhängigen Verfahren nicht möglich, eine weitere inhaltlich gleiche Klage gegen denselben Unternehmer einzureichen.²³ Inzwischen gibt es speziell für die zugelassenen Verbraucherverbände ein-

18 Nach Art. 1 Abs. 2 Zivilgesetz hat die Ausübung von Rechten und Erfüllung Pflichten nach Treu und Glauben zu erfolgen.

19 H. NONOYAMA, *Shôhi-sha dantai ni yoru sashitome seikyû no naiyô to kôshi ni okeru shomondai* [Einige Probleme bei Inhalt und Ausübung des Unterlassungsanspruches der Verbraucherverbände], *Hôritsu no Hiroba* (2007/6) 19.

20 NONOYAMA (Fn. 19) 19.

21 NONOYAMA (Fn. 19) 19.

22 KANÔ (Fn. 15) 49.

23 Y. HISHIDA, *Shôhi-sha dantai soshô no kadai* [Probleme der Verbraucherverbandsklage], *Hôritsu Jihô* (2007/1) 97 f.

gerichtete Internetplattformen, auf denen diese ein gemeinsames Vorgehen planen und abstimmen sowie Informationen austauschen können.²⁴

IV. DISKUSSIONSPUNKTE

Zu dem neuen Verbrauchervertragsgesetz gibt es in einigen Bereichen Diskussionsbedarf. Ein wichtiger Punkt betrifft die Frage nach der gesetzlichen Erfassung von unbilligen Vertragsbestimmungen oder Werbemaßnahmen.

Für die Abgrenzung von Methoden, die vom Unterlassungsanspruch erfasst sind, gegenüber solchen, die üblicherweise auf dem Markt angewendet werden, sollten Kriterien aufgestellt werden. Beim Werben um einen Vertragsschluss ist es jedoch schwer vorstellbar, dass beispielsweise alle Vertreter eines Unternehmers die gleichen Ausdrücke verwenden. In diesem Falle wird wohl häufig nach den Umständen des Einzelfalles entschieden werden müssen.

Auch bei mündlichen Vertragsabschlüssen können Einschränkungen ausgesprochen werden. Hier wären zwei Möglichkeiten denkbar, diese Einschränkungen im Gesetz zu erfassen: Zum einen können tatsächlich gewählte Ausdrücke in einem Anhang aufgelistet werden, zum anderen können gemeinsame, häufig auftretende Punkte von mündlichen Versprechen und Ausdrücken beim Werben ausgewählt werden. Letztlich führen jedoch alle Methoden dazu, dass auch hier nur im Einzelfall entschieden werden kann.²⁵

Durch die Veränderung von Vertragsbestimmungen oder Formulierungen der Werbung könnte es möglich sein, Urteile zu umgehen. So wird die Wirksamkeit des Systems eingeschränkt, was auch hier die Frage aufwirft, wieweit die Abstraktheit des davor schützenden Klagantrages gehen darf. So kann es sein, dass es bei einer übertriebenen Abstraktion an der notwendigen Bestimmtheit für einen Klageantrag fehlt oder der Wortlaut des Urteils nicht mit dem Vergehen übereinstimmt. Weiterhin könnte eine zu weitgehende Abstraktion auch andere Verbraucherverbandsklagen dahingehend beeinflussen, dass ihnen die Klage versagt wird, weil eine Klage mit gleichem Inhalt bereits an anderem Gericht anhängig ist.²⁶

Ein weiterer Diskussionspunkt besteht bei der Frage nach einer Schadensersatzmöglichkeit. Nach gegenwärtiger Rechtslage hat der Verbraucherverband nämlich keine Möglichkeit, an Stelle der Verbraucher vom schädigenden Unternehmer Schadensersatz oder die Rückzahlung unrechtmäßig erlangter Vermögensvorteile zu fordern.²⁷ Vor

24 K. ISOBE, *Tekikaku shôhi-sha dantai o mezasu dantai no jitsu jiyô to kadai (1)* [Realität und Probleme von Verbänden, die beabsichtigen, Verbraucherverbände zu werden], *Jiyû to Seigi* (2006/12) 95.

25 NONOYAMA (Fn. 19) 22.

26 HISHIDA (Fn. 23) 97; NONOYAMA (Fn. 19) 22.

27 T. BANDO, *Shôhi-sha dantai soshô seido no ronten* [Streitpunkte des Systems der Verbraucherverbandsklage], *Gendai Shôhi-sha-hô* 1 (2008) 27.

diesem Hintergrund erscheint es fraglich, ob die Unterlassungsklage bewirken kann, dass die Unternehmer die bestehenden Verbraucherschutzregeln auch tatsächlich befolgen.

V. FAZIT

Die Verbraucherverbandsklage betrifft nur das Verhältnis zwischen Verbraucherverband und Unternehmer, hat aber keine unmittelbare Auswirkung auf den Verbraucher. Gleichwohl hat die Klage für die nicht direkt beteiligten Verbraucher den positiven Effekt, dass diese keine Fortsetzung der inkriminierten Handlungen durch einen verurteilten Unternehmer zu fürchten brauchen; zudem wissen sie, mit welchen Unternehmern sie künftig besser keine Verträge abschließen sollten.

Verbraucher, die Schäden erlitten haben, erhalten im Rahmen der Verbandsklage jedoch keinerlei Entschädigung. Inwieweit es im Anschluss zu zivilrechtlichen Schadensersatzklagen von Verbrauchern kommt, erscheint sehr fraglich, da deren der Streitwert häufig sehr gering sein würde. Das Fehlen einer Entschädigungskomponente führt letztlich dazu, dass nach wie vor keine umfassende effektive Klagemöglichkeit für den Verbraucher besteht

SUMMARY

The article deals with the new action for an injunction by consumer associations under the Japanese Consumer Contract Law. It explains the requirements a consumer association has to fulfil to be qualified for conducting services regarding actions of injunction. Basically, an injunction can be sought against misleading advertisements and unjust contract-clauses. It is demonstrated that various restrictions remain with regard to the possibility to file for an injunction. The article raises various issues discussed in connection with the reform, e.g. the missing possibility of a claim for damages.