

*Др Милан Палевић, редовни професор  
Правног факултета Универзитета у Крагујевцу*

*УДК: 347.451(430)  
DOI: 10.46793/XXIV-13.373P*

## **ШТА НОВО ДОНОСИ НОВИ НЕМАЧКИ ЗАКОН ЗА ПРАВИЧНЕ ПОТРОШАЧКЕ УГОВОРЕ? \***

### ***Резиме***

*Предмет пажње аутора у раду је нови немачки Закон за правичне потрошачке уговоре. Овим законом је на неким местима измењен, а на неким местима допуњен Немачки грађански законик. Исто тако, допуњен је и немачки Закон против нелојалне конкуренције. Аутор даје приказ старих и нових законских решења, као и разлога за доношење нових законских решења.*

***Кључне речи:*** *заштита потрошача, потрошачки уговори, општи услови пословања, телефонска реклама.*

### **1. Увод**

Немачки *Bundestag*, изгласао је 10. августа 2021. године тзв. *Закон за правичне потрошачке уговоре*.<sup>1</sup> Разлози доношења овог закона биле су практичне ситуације, које су се све чешће појављивале, а које су, упркос интензивним настојањима да се позиција потрошача према привреди ојача, и да се промовишу правични потрошачки уговори, захтевале додатне мере заштите потрошача. Ради се, наиме, о познатом феномену недозвољених телефонских позива у сврху рекламирања, који, не само да представљају неразумно узнемиравање, већ су у много случајева доводили до тога да се потрошачима намећу или подмећу уговори које они нису желели да закључе. Такође, у пракси је примењено да трговци учестало у својим општим условима пословања примењују клаузуле којима се потрошачима отежава искоришћавање тржишних шанси, или могућност уступања трећим лицима

---

\* Рад је написан у оквиру Програма истраживања Правног факултета Универзитета у Крагујевцу за 2022. годину који се финансира из средстава Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

<sup>1</sup> Gesetz für faire Verbraucherverträge vom 10.08.2021., (у даљем тексту: Закон за правичне потрошачке уговоре), доступно на: [https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire\\_Verbrauchervertraege.htm](https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire_Verbrauchervertraege.htm).

њихових потраживања према трговцима. С тим у вези, интенција овог закона је да се позиција потрошача према трговцима додатно побољша, да само закључење уговора уследи под правичним условима и да садржина уговора буде правична. Нова правила циљају и ка побољшању заштите потрошача од телефонски наметнутих, или подметнутих уговора, уз увођење ефикасног система санкционисања неовлашћених телефонских позива у сврху рекламирања. Исто тако, клаузуле општих услова пословања трговаца које противрече економским интересима потрошача, или више нису савремене, убудуће ће бити ништаве.<sup>2</sup>

*In concreto*, Закон за правичне потрошачке уговоре, доноси измене и допуне Немачког грађанског законика (у даљем тексту *BGB*),<sup>3</sup> као и немачког Закона против нелојалне конкуренције (у даљем тексту *UWG*).<sup>4</sup> Прецизније, чл. 308 *BGB* допуњује се за бр. 9, чл. 309 бр. 9 *BGB* се мења и у *BGB* се додаје нови чл. 312К, док *UWG* добија нови чл. 7а. Ове измене и допуне ступале су на снагу сукцесивно, и то поједине 01.10.2021. године, друге 01.03.2022. године, а неке 01.07.2022. године. У раду аутор даје приказ нових и старих законских правила, као и разлоге доношења нових законских правила.

## 2. Допуна чл. 308 *BGB*

У пракси је уочено да се потрошачи устручавају да своја потраживања према трговцима остварују судским путем, чак и ако су изгледи на успех велики. Зато су се на тржишту појавили понудиоци услуга који то чине за њих, нарочито за новчана потраживања потрошача према трговцима, чији основ и висина лако могу да се утврде и да се докажу. Они „купују“ потраживања потрошача или им их потрошачи уступају на заједничку наплату. Истовремено, у судској пракси је примећено да трговци покушавају да спрече уступање потраживања која потрошачи имају према њима трећима путем закључења споразума о искључењу права уступања потраживања са потрошачима.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Gesetzentwurf der Bundesregierung, Entwurf eines Gesetz für faire Verbraucherverträge, Begründung, Drucksache 18/21, 01.01.2021., (Образложење владиног предлога Закона за правичне потрошачке уговоре, у даљем тексту: Образложење закона) доступно на: [https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire\\_Verbrauchervertraege.htm](https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire_Verbrauchervertraege.htm), стр. 5.

<sup>3</sup> Das Bürgerliche Gesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 02.01.2002. (BGBl. I S. 42, 2909; 2003 I S. 738), das zuletzt durch Artikel 12 des Gesetzes vom 05.07.2021. (BGBl. I S. 338) geändert worden ist, (у даљем тексту: *BGB*), доступно на: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>.

<sup>4</sup> Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 03.03.2010. (BGBl. I S. 254), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 26.11.2020. (BGBl. I S. 2568) geändert worden ist, (у даљем текст: *UWG*), доступно на: [https://www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/](https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/).

<sup>5</sup> Образложење закона, стр. 5.

Забране уступања потраживања најчешће се тичу случајева у којима потрошачи своја потраживања према трговцима (нпр. потраживање новчаног обештећења од авио компаније због отказивања лета), тзв. *Legal tech* фирмама, уступе. Ови тада утуже уступљено потраживање за одређену провизију у случају успеха. Разлог успеха овог пословног модела је крајње једноставан. Наиме, потрошачи се плаше трошкова у случају да они остварују сами своја потраживања судским путем, чак и уколико су изгледи за успех прилично високи. Ова појава се зове „рационална незаинтересованост“. *Legal tech* фирме преузимају за потрошаче не само све трошкове, већ и процесни ризик. Зато су оне, нарочито авио компанијама, трн у оку. Услед тога, као што је већ речено, трговци у пракси покушавају путем споразума са потрошачима, да, ако не искључе у потпуности право уступања потраживања, онда да га барем отежају. Нпр. тако што се уступање потраживања допушта само одређеним особама, ограничава се, „везује“ се на одређене претпоставке, или се чини зависним од сагласности дужника (трговца у нашем случају).<sup>6</sup>

Право уступања потраживања, може се искључити споразумом повериоца и дужника. Такву могућност предвиђа чл. 399 *BGB*.<sup>7</sup> Иначе, право уступања потраживања, начелно је могуће искључити и путем општих услова пословања, што трговци обилато користе. Ипак, такве одредбе општих услова пословања подлежу садржинској контроли на темељу генералне клаузуле чл. 307 ст. 1 реченица 1 *BGB*. Ова прописује да су неважеће одредбе општих услова пословања ако оне уговорног партнера, корисника (примењивача) општих услова пословања, непримерено оштећују.<sup>8</sup> На темељу принципа развијених у судској пракси одредба општих услова пословања, којом се искључује право уступања потраживања која потрошачи имају према трговцима, је ништава, ако један оправдан интерес трговца на искључење права уступања потраживања не постоји, или ако оправдан интерес потрошача на уступање потраживања претеже над „заштите достојним“ интересом трговца за искључење права уступања потраживања.<sup>9</sup>

Шта сада доноси чл. 308 бр. 9 *BGB*? Наиме, направљена је разлика између новчаних потраживања, као и других потраживања и права која потрошачи имају према трговцима. У чл. 308 бр. 9 слово а *BGB*, предвиђено је сада да је ништава одредба општих услова пословања трговаца којом се искључује право уступања новчаних потраживања која потрошачи имају према трговцима. Исто

<sup>6</sup> Solmecke, C., *Das Gesetz für faire Verbraucherverträge – Das Ende der Endlosverträge by Handys und Streaming, Eine Analyse der neuen Verbraucherschützenden Regeln*, Kommunikation Recht, no. 10/2021, стр. 615.

<sup>7</sup> Једно потраживање не може се уступити, уколико је уступање искључено споразумом са дужником. Видети: чл. 399 *BGB*.

<sup>8</sup> Видети: чл. 307 ст. 1 реч. 1 *BGB*.

<sup>9</sup> BGH, Urteil vom 17.04.2012 – XR 76/11, Neue juristische Wochenschrift, 2012, стр. 2107.

важи и за ограничење права уступања новчаних потраживања.<sup>10</sup> Дакле, отишло се и корак даље у односу на горе поменути судску праксу. Ова судска пракса је ипак задржана за друга потраживања и права која потрошачи имају према трговцима, и кодификована је у чл. 308 бр. 9 слово б *BGB*. Тамо је прописано да је ништава одредба општих услова пословања трговаца којом се искључује право уступања других права (мимо новчаних потраживања), која потрошачи имају према трговцима, ако један оправдан интерес трговца на искључење права уступања права не постоји, или ако оправдан интерес потрошача на уступање права претеже над „заштите достојним“ интересом трговца за искључење права уступања права. Иначе, ова правила не важе за оквирне уговоре за платне услуге.<sup>11</sup> Ова правила ступила су на снагу 01.10.2021. године,<sup>12</sup> и важе само за уговоре који су закључени од овог временског тренутка.<sup>13</sup>

### 3. Измена чл. 309 бр. 9 *BGB*

Члан 309 бр. 9 *BGB* односи се на потрошачке уговоре који се закључују на темељу општих услова пословања трговаца, а који за предмет имају редовну испоруку робе или редовно пружање услуга. Примера ради, уговори са оператерима мобилне телефоније, уговори о испоруци струје, или гаса, уговори са фитнес студијама, уговори о претплати за часописе...<sup>14</sup>

Општи услови пословања трговаца често садрже одредбе о одређеном трајању уговора, аутоматском продужењу уговора, као и о отказним роковима који морају да се поштују да би се спречило аутоматско продужење уговора. Члан 309 бр. 9 *BGB*, у верзији пре ступања на снагу Закона за правичне потрошачке уговоре, допуштао је да се горе наведени уговори могу закључити на максимално 2 године, уз могућност прећутног продужења за максимално 1 годину и отказни рок од максимум 3 месеца. Клаузуле општих услова пословања које би ишле преко тога биле су ништаве. Дату им могућност да потрошаче вежу за себе дуже од 2 године, трговци су итекако користили, па је у пракси примећено да чак и у оним браншама, у којима су уговори на

---

<sup>10</sup> Solmecke, C., *нав. чланак*, стр. 615.

<sup>11</sup> Видети: чл. 308 бр. 9 *BGB*.

<sup>12</sup> Видети: Закон за правичне потрошачке уговоре, чл. 4.

<sup>13</sup> Das Einfuhrungsgesetz zum Burgerliche Gesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.09.1994. (BGBl. I S. 2494; 1997 I S. 1061), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 16.07.2021. (BGBl. I S. 2947) geandert worden ist, Ubereingangsvorschrift zum Gesetz fur faire Verbrauchervertrage, (Уводни закон за Немачки грађански законик, Прелазни пропис за Закон за фер потрошачке уговоре, у даљем тексту: *EGBGB*), чл. 229 & 60, доступно на: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/BJNR006049896.html>.

<sup>14</sup> Под чл. 309 бр. 9 *BGB* не спадају уговори о пружању једнократних услуга, као што је нпр. постављање прикључка за телефон, или интернет, чак иако потрошач услугу може платити на рате.

неодређено време били уобичајени,<sup>15</sup> сада се потрошачима по добрим условима нуде само уговори на 2 године, који се аутоматски продужавају уколико потрошач не раскине уговор благовремено.<sup>16</sup> Другим речима, трговци у својим општим условима пословања предвиде да се такви уговори закључују на одређено време (на 2 године), а да уколико потрошач не раскине уговор благовремено (3 месеца пре истека 2 године), уговор се прећутно продужава за 1 годину. Међутим, клаузуле о продужењу уговора потрошачи, као по правилу, или превиде, или забораве. Најчешће постану свесни клаузула о продужењу уговора тек када се уговор противно њиховој вољи продужи, а они који су свесни клаузула о продужењу уговора, забораве их, и најмање једном пропусти да благовремено раскину уговор. На тај начин се потрошачима ограничава могућност да промене пружаоца ових услуга, што опет може представљати нарушавање конкуренције.<sup>17</sup>

За будуће спречавање оваквих ситуација, првобитно је било предложено једно крајње интересантно решење, које, иако није преточено у закон, ипак вреди поменути. Наиме, чл. 309 бр. 9 *BGB* требало је изменити тако, да максимални рок на који се уговори о редовној испоруци робе, или редовном пружању услуга могу закључити, остане 2 године. Ипак, уколико би трговци такву могућност искористили, те у својим општим условима пословања предвидели да се уговор закључује на период дужи од 1 године до максимално 2 године, пуноважност таквих клаузула општих услова пословања била је везана за испуњење додатног услова од стране трговца. У том би случају, трговац морао потрошачу понудити други уговор за исту услугу на период од максимум 1 године и уз месечну надокнаду која може бити највише за 25% виша од месечне надокнаде коју би потрошач платио уколико се одлучи за уговорну опцију са дужим трајањем. Дакле, потрошачу се мора дати могућност да бира, да ли ће закључити уговор са дужим трајањем, уз нижу месечну надокнаду, или уговор краћег трајања, уз вишу месечну надокнаду. Максимални отказни рок требало је скратити са 3 месеца на 1 месец. Уколико би потрошач пропустио отказни рок, уговор би се и даље могао продужити за највише 1 годину. Ипак, уколико би трговци ту могућност искористили, те у својим општим условима пословања предвидели да се уговор у таквом случају аутоматски продужава на период који је дужи од 3 месеца, а највише 1 годину, пуноважност таквих клаузула општих услова пословања била је везана за испуњење додатних услова од стране трговца. Ради се, наиме, о испуњењу тзв. обавезе упозорења. Трговац би у том случају морао додатно у својим општим условима пословања предвидети обавезу, као и испунити обавезу да потрошача

<sup>15</sup> Ови се могу отказати у сваком тренутку уз поштовање предвиђеног отказног рока.

<sup>16</sup> Образложење закона, стр. 6.

<sup>17</sup> Solmecke, C., *нав. чланак*, стр. 613.

у текстуалној форми,<sup>18</sup> најраније 4 месеца, а најкасније 2 месеца пре истека првобитног периода на који је уговор закључен, упозори на временски тренутак када уговор истиче, на временски тренутак до ког отказ мора стићи трговцу, као и на временски период за који се уговор прећутно продужава, уколико потрошач пропусти отказни рок.<sup>19</sup> Но, као што смо већ нагласили, наведени предлог није ушао у законски текст. На крају, чл. 309 бр. 9 *BGB* измењен је на следећи начин. Максимални почетни период на који се поменути уговори могу закључити и даље је остао 2 године. Отказни рок је са 3 месеца, скраћен на 1 месец пре истека периода на који је уговор првобитно закључен. У случају пропуштања отказног рока од стране потрошача, допуштено је прећутно продужење уговора, али само на неодређено време и уз додатни услов да је потрошачу признато право отказа уговора у сваком тренутку уз поштовање отказног рока од 1 месеца. Иначе, уговори о осигурању изузети су од примене ових правила. Општи услови пословања, који би одступили од тога, су ништави.<sup>20</sup> Ове измене ступиле су на снагу 01.03.2022. године,<sup>21</sup> а примењују се на уговоре који су закључени после тог датума.<sup>22</sup>

#### 4. Нови чл. 312к *BGB*

Нови чл. 312к *BGB* односи се на раскид потрошачких уговора закључених у електронском пословном промету, а циља на олакшавање могућности раскида уговора који су закључени преко *web* странице трговца. Наиме, потрошачи ће сада то моћи да учине преко једног дугмета (тастера, типке) за

---

<sup>18</sup> Шта је текстуална форма, одређује чл. 126 б *BGB*. Тако, ако закон прописује текстуалну форму, мора се на трајном носачу података дати читљива изјава, у којој је наведено име изјавиоца. Трајни носач података је сваки медијум који омогућава примаоцу изјаве, да изјаву која се налази на трајном носачу података и која је усмерена на њега, тако чува, или похрани, да је она њему доступна током једног временског периода који одговара циљу давања изјаве и који је погодан изјаву у непромењеном облику да репродукује.

<sup>19</sup> Видети: Schnell, A., *Sonderinformation, Gesetz für faire Verbraucherverträge (Stand Januar 2021)*, стр. 2, доступно на: [https://www.google.rs/url?esrc=s&q=&rcct=j&sa=U&url=https://www.sonntag-partner.de/wp-content/uploads/2021/01/Sonderinformation\\_Gesetz-fuer-faire-Verbrauchervertraege.pdf&ved=2ahUKEwjf5ffzsfD5AhVPyKQKHegSAG0QFXoECAoQAg&usq=AOvVaw1h0HXUs6\\_cMblWxO1NpOk6](https://www.google.rs/url?esrc=s&q=&rcct=j&sa=U&url=https://www.sonntag-partner.de/wp-content/uploads/2021/01/Sonderinformation_Gesetz-fuer-faire-Verbrauchervertraege.pdf&ved=2ahUKEwjf5ffzsfD5AhVPyKQKHegSAG0QFXoECAoQAg&usq=AOvVaw1h0HXUs6_cMblWxO1NpOk6).

<sup>20</sup> Чл. 309 бр. 9 *BGB*. Видети: Merdzanić, N., *Schutz gegen nicht gewollte Verträge*, Sport in BW, no. 04/2022., стр. 46., Nagel, J., *Gesetz für faire Verbraucherverträge: Wichtige Änderung für Dauerschuldverhältnisse ab dem 01.03.2022.*, доступно на: <https://www.it-recht-kanzlei.de/viewNews.php?rid=11332>., Jacob, C., *Gesetz für faire Verbraucherverträge*, доступно на: <https://www.geldinstitute.de/callcenter4finance/2021/gesetz-fuer-faire-verbrauchervertraege0.htm>.

<sup>21</sup> Видети: Закон за правичне потрошачке уговоре, чл. 4.

<sup>22</sup> *EGBGB*, чл. 229 & 60.

раскид. Као узор за ово решење, послужило је дугме за наручивање<sup>23</sup> које је уведено 2012. године.<sup>24</sup>

Дуготрајни уговори на интернету веома лако се закључују, али њихов раскид ставља потрошаче пред нарочите изазове. Online раскид, као по правилу, није могућ, али се потрошачи упућују на писмо, факс, или телефонску линију, где се они затим убеђују да не раскину уговор. Исто тако, *web* странице су по правилу тако компликовано дизајниране да потрошачи уопште не могу да нађу опцију за раскид.<sup>25</sup> Недостатак података на *web* страници, или недостатак информација о тачној адреси за раскид уговора, отежавају потрошачима да уредно изјаве раскид уговора, чиме се у ствари трговцима пружа могућност „везивања“ потрошача на уговор. Осим тога, постоје и проблеми са доказивањем уредно изјављеног раскида уговора, уколико потрошач не пошаље препоручено писмо, или, пак, не добије потврду о раскиду уговора од трговца, јер је доказивање уредног раскида уговора на потрошачу, па је тако честа појава, да се уговор настави упркос изјављеном раскиду истог.<sup>26</sup>

Нова правила, треба да омогуће, да исто тако лако, као што се уговор online може закључити, лако се може и раскинути. У том циљу, нови чл. 312к *BGB* прописује, да уколико се потрошачу преко *web* странице омогући да закључи уговор у електронском пословном промету, који је усмерен на успостављање трајног облигационог односа и трговца обавезује на плаћену услугу,<sup>27</sup> трговац мора испунити одређене обавезе (видећемо мало касније које су конкретно то обавезе). Ова правила не важе за уговоре за чији раскид закон предвиђа строжију форму од текстуалне, као и за уговоре о финансијским услугама.

Трговац мора да обезбеди, да потрошач на *web* страници може дати изјаву о раскиду уговора закљученог на *web* страници, преко једног дугмета за раскид. Дугме за раскид мора бити обележено са лако читљивим текстом „уговор овде раскинути“, или са другачијом, одговарајућом и јасном формулацијом.<sup>28</sup> Кликом на дугме потрошач се води директно на страницу за потврђивање, на

<sup>23</sup> Handlerbund, *Gesetz für faire Verbraucherverträge*, доступно на: <https://www.haendlerbund.de/de/news/aktuelles/rechtliches/4027-gesetz-faire-verbrauchervertraege>.

<sup>24</sup> Дугме за наручивање (наруцбину) прописано је чл. 312ј ст. 3 *BGB*. Према овом, трговац мора наруцбину у електронском пословном промету тако да обликује, да потрошач са његовом наруцбином изричито потврди, да се он обавезује на плаћање. Уколико наруцбина следи преко дугмета, трговац је претходну обавезу само испунио, ако ово дугме је означено само са лако читљивим текстом „наручити уз обавезу плаћања“, или са другачијом одговарајућом и јасном формулацијом.

<sup>25</sup> Solmecke, С., *нав. чланак*, стр. 614.

<sup>26</sup> Merdzanić, N., *нав. чланак*, стр. 47.

<sup>27</sup> Притом је небитно где је потрошач стварно закључио уговор, да ли online, у радњи, или преко телефона. Исто је ирелевантно, да ли се ради о *web* страници коју води трговац директно, или о платформи за посредовање. У последњем случају, мора трговац да осигура, да се и трећи држи нових правила.

<sup>28</sup> Ово дугме мора бити доступно потрошачу, без обавезе регистрације на *web* страници.

којој се од потрошача захтева, а истовремено му се и омогућује, да унесе следеће податке: 1) о врсти раскида, а у случају ванредног раскида о разлозима раскида; 2) за његову недвосмислену идентификацију;<sup>29</sup> 3) за јасно означавање уговора;<sup>30</sup> 4) о временском тренутку у коме уговор престаје; 5) за брзо електронско достављање потврде о раскиду.<sup>31</sup> Исто тако, на страници за потврђивање, мора постојати дугме за потврђивање, чијим активирањем потрошач може дати изјаву о раскиду, и које мора бити обележено лако читљивим текстом „сада раскинути“, или другачијом одговарајућом и јасном формулацијом. Дугме за раскид, дугме за потврђивање раскида и страница за потврђивање морају бити стално расположиви и непосредно и лако доступни. Осим тога, потрошач мора имати могућност да његову изјаву о раскиду, коју је дао активирањем дугмета за потврђивање, сачува на једном трајном носачу података<sup>32</sup> са датумом и временом давања изјаве, и то тако да је препознатљиво да је изјава о раскиду дата активирањем дугмета за потврђивање. С друге стране, трговац је у обавези да потрошачу промптно, у електронској форми, потврди датум и време приспећа изјаве о раскиду, као и временски тренутак у којем уговор престаје да ефектуира. Претпоставља се, да је изјава о раскиду која је дата активирањем дугмета за потврђивање, пристигла трговцу непосредно након њеног давања. Ако потрошач приликом давања изјаве о раскиду пропусти да наведе временски тренутак у коме уговор престаје, уговор престаје, у случају сумње, следећег најранијег могућег временског тренутка. Ако се дугме за раскид, дугме за потврђивање раскида и страница за потврђивање не ставе на располагање потрошачу, он може раскинути уговор у сваком тренутку и то без поштовања отказног рока.<sup>33</sup> Ова правила су ступила на снагу 01.07.2022. године,<sup>34</sup> али примењују се и ретроактивно,<sup>35</sup> дакле и на уговоре који су закључени пре тог датума.

## 5. Нови чл. 7а UWG

Телефонски позиви у сврху рекламирања допуштени су само уз престанак потрошача. Тако је у чл. 7 ст. 1 и ст. 2 бр. 1 и бр. 2 UWG предвиђено да је пословна радња којом се учесник на тржишту на неразуман начин узнемирава, недопустива. Ово важи нарочито за рекламу, ако је препознатљиво да учесник на тржишту, коме се обраћа у сврху рекламирања, ову рекламу не жели. Неразумно узнемиравање треба увек да се претпостави код телефонских позива

---

<sup>29</sup> Име и адресу по правилу.

<sup>30</sup> Нпр. потрошачки број, број наруџбенице, или број уговора.

<sup>31</sup> Е-mail адреса потрошача.

<sup>32</sup> Нпр. као PDF на рачунару, или USB-у.

<sup>33</sup> Чл. 312к BGB.

<sup>34</sup> Закон за правичне потрошачке уговоре, чл. 4.

<sup>35</sup> EGBGB, чл. 229 & 60.



потрошача у сврху рекламирања без његовог изричитог пристанка, или у случају другог учесника на тржишту, без његовог, барем претпостављеног пристанка, као и у случају рекламирања коришћењем аутоматских машина за позивање, факса, или електронске поште без постојања претходног изричитог пристанка адресата.<sup>36</sup>

Пракса је, међутим, показала како ова правила нису била довољна да би потрошачи били заштићени од узнемиравања. Наиме, потрошачи су и даље позивани телефоном у циљу рекламирања, и том приликом „притискани“ да закључе уговор, или су им се чак уговори и подметали. На ово стање указује и број жалби потрошача на нежељене телефонски позиве у сврху рекламирања, којих је, рецимо 2018. године, било преко 60000.<sup>37</sup>

С друге стране, санкционисање таквог понашања је изузетно отежано. Наиме, уколико би се радило о приватноправном поступку, терет доказа постојања пристанка потрошача сноси трговац-рекламер. Међутим, у овим се случајевима најчешће ради о прекршајном поступку, где надлежни орган сноси терет доказа непостојања пристанка. Када би надлежни орган доказао недостатак пристанка потрошача, онда би трговци рекламери тврдили како изјаву о пристанку потрошача нису смели дуже да чувају из разлога заштите података о личности, и да су је зато уништили.<sup>38</sup>

Како би се ови проблеми превазишли, у *UWG* унет је нови чл. 7а. У складу са његовим одредбама, ко позива потрошача телефоном у циљу рекламирања, мора претходно обезбедити његов изричитост пристанак на телефонску рекламу, у тренутку давања, и да тај пристанак у прикладној форми документује и чува. Трговац - рекламер, мора доказ о пристанку потрошача, од тренутка давања пристанка, као и након сваке употребе пристанка да чува 5 година, као и да на захтев надлежног органа управе тај доказ без одлагања поднесе.<sup>39</sup>

Дакле, како би се омогућило ефикасније санкционисање недозвољених телефонских позива у циљу рекламирања, уводи се обавеза трговца - рекламера на документовање пристанка потрошача. Посебна форма у којој се пристанак даје очито није предвиђена, а што се тиче форме документовања пристанка, она зависи од врсте пристанка. Тако, пристанак може да се да и усмено, па би документовање истог могло уследити у виду тонског записа.<sup>40</sup> Обавеза чувања доказа о пристанку потрошача траје 5 година, с тим да тај рок почиње да тече од тренутка давања пристанка, али почиње сваки пут наново да тече чим се пристанак употреби, једноставније речено, чим се потрошач позове телефоном у циљу рекламирања.<sup>41</sup> Кршење обавезе документовања, на било који начин,

<sup>36</sup> Чл. 7 ст. 1 и чл. 7 ст. 2 бр. 1 и бр. 2 *UWG*.

<sup>37</sup> Solmeske, С., *нав. чланак*, стр. 615.

<sup>38</sup> Образложење закона, стр. 8-9.

<sup>39</sup> Чл. 7а *UWG*.

<sup>40</sup> Образложење закона, стр. 31.

<sup>41</sup> Solmeske, С., *нав. чланак*, стр. 615.

може бити кажњено новчаном казном до 50000 евра.<sup>42</sup> Члан 7а UWG ступио је на снагу 01.10.2021. године.<sup>43</sup>

## 6. Закључак

У пракси се, као по правилу покаже да, ма колико иновативно и убедљиво деловала законска решења за заштиту потрошача на први поглед, трговци су, ипак, довитљивији. Чак и када не знају начин да заобиђу законска решења, бар их преокрену у своју корист. Отуда и потреба за константним преиспитивањима, проценама, изменама и допунама законских решења, као и за увођењем нових законских решења за заштиту потрошача. Немачком законодавцу, очигледно, идеја у том погледу не мања. Нова законска решења на први поглед делују крајње уверљиво и ефикасно. Но, да ли ће тако и бити, пракса ће показати. За евалуацију њихове проводљивости и употребљивости, још је сувише рано, будући да су нека од њих тек пре неколико месеци ступила на снагу. С друге стране, скроман допринос аутора у виду представљања нових решења немачког права за заштиту потрошача, може бити идејни путоказ домаћем законодавцу.

*Milan Palević, Ph.D., Full-time Professor  
Faculty of Law, University of Kragujevac*

## WHAT IS NEW IN THE NEW GERMAN ACT FOR FAIR CONSUMER CONTRACTS?

### *Summary*

*The subject of the author's attention in the paper is the new German Law for Fair Consumer Contracts. This law amended the German Civil Code in some places and supplemented it in some places. Likewise, the German Law against Unfair Competition was amended. The author gives an overview of old and new legal solutions, as well as the reasons for adopting new legal solutions.*

**Key words:** *consumer protection, consumer contracts, general business conditions, telephone advertising.*

---

<sup>42</sup> Чл. 20 ст. 1, бр. 2 UWG.

<sup>43</sup> Закон за правичне потрошачке уговоре, чл. 4.

## Литература

- BGH, Urteil vom 17.04.2012 – XR 76/11, Neue juristische Wochenschrift, 2012.
- Gesetzentwurf der Bundesregierung, Entwurf eines Gesetz für faire Verbraucherverträge, Begründung, Drucksache 18/21, 01.01.2021, доступно на: [https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire\\_Verbrauchervertraege.htm](https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire_Verbrauchervertraege.htm)
- Gesetz für faire Verbraucherverträge vom 10.08.2021, доступно на: [https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire\\_Verbrauchervertraege.htm](https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Faire_Verbrauchervertraege.htm).
- Das Bürgerliche Gesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 02.01.2002. (BGBl. I S. 42, 2909; 2003 I S. 738), das zuletzt durch Artikel 12 des Gesetzes vom 05.07.2021. (BGBl. I S. 338) geändert worden ist, доступно на: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>.
- Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 03.03.2010. (BGBl. I S. 254), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 26.11.2020. (BGBl. I S. 2568) geändert worden ist, доступно на: [https://www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/](https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/).
- Das Einführungsgesetz zum Bürgerliche Gesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.09.1994. (BGBl. I S. 2494; 1997 I S. 1061), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 16.07.2021. (BGBl. I S. 2947) geändert worden ist, доступно на: <https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/BJNR006049896.html>.
- Jacob, C., *Gesetz für faire Verbraucherverträge*, доступно на: <https://www.geldinstitute.de/callcenter4finance/2021/gesetz-fuer-faire-verbrauchervertraege0.htm>.
- Merdžanić, N., *Schutz gegen nicht gewollte Verträge*, Sport in BW, no. 04/2022.
- Nagel, J., *Gesetz für faire Verbraucherverträge: Wichtige Änderung für Dauerschuldverhältnisse ab dem 01.03.2022*, доступно на: <https://www.it-recht-kanzlei.de/viewNews.php?rid=11332>.
- Solmecke, C., *Das Gesetz für faire Verbraucherverträge – Das Ende der Endlosverträge by Handys und Streaming, Eine Analyse der neuen Verbraucherschützenden Regeln*, Kommunikation Recht, no. 10/2021.
- Schnell, A., *Sonderinformation, Gesetz für faire Verbraucherverträge (Stand Januar 2021)*, доступно на: [https://www.google.rs/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=https://www.sonntag-partner.de/wp-content/uploads/2021/01/Sonderinformation\\_Gesetz-fuer-faire-Verbrauchervertraege.pdf&ved=2ahUKEwjf5ffzsfD5AhVPyKQKHegSAG0QFXoECAoQAQ&usq=AOvVaw1h0HXUs6\\_cMbLWxO1NpOk6](https://www.google.rs/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=https://www.sonntag-partner.de/wp-content/uploads/2021/01/Sonderinformation_Gesetz-fuer-faire-Verbrauchervertraege.pdf&ved=2ahUKEwjf5ffzsfD5AhVPyKQKHegSAG0QFXoECAoQAQ&usq=AOvVaw1h0HXUs6_cMbLWxO1NpOk6).
- Handlerbund, *Gesetz für faire Verbraucherverträge*, доступно на: <https://www.haendlerbund.de/de/news/aktuelles/rechtliches/4027-gesetz-faire-verbrauchervertraege>.