

Diplomarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
einer Magistra der Rechtswissenschaften
an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät
der Karl-Franzens-Universität Graz
mit dem Titel

Die Informationspflichten in der Verbraucherrechte-Richtlinie 2011 im Vergleich zur geltenden unionsrechtlichen und österreichischen Rechtslage

eingereicht zur Begutachtung bei

Univ.-Prof. Mag. Dr. iur. Brigitta Lurger, LL.M. (Harvard)

Institut für Zivilrecht, Ausländisches und Internationales Privatrecht

von

Andrea Zott

Graz, Juni 2013

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht verwendet, die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht und mich keiner unerlaubten Hilfsmittel bedient habe. Ferner versichere ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit bisher weder im In- noch im Ausland als wissenschaftliche Arbeit vorgelegt habe.

.....

Graz, Juni 2013

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	VI
Abbildungsverzeichnis.....	VII
1. Einleitung	1
2. Grundlagen	3
2.1 Verbraucherschutzpolitik der EU	3
2.2 Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher.....	5
2.2.1 Überblick über die Entstehungsgeschichte.....	5
2.2.2 Kompetenzgrundlage.....	6
2.2.3 Gegenstand und Geltungsbereich	7
2.3 Die Informationspflichten.....	7
2.3.1 Marktwirtschaftliche Zusammenhänge und Bedeutung der Information.....	8
2.3.2 Informationspflichten und Vertragsfreiheit.....	10
2.3.3 Entwicklung der Informationspflichten im Unionsrecht.....	11
2.3.3.1 Der Verbraucherbegriff und das Verbraucherleitbild im EU-Recht.....	14
2.3.3.2 Das unionsrechtliche Informationsmodell	15
3. Der Anwendungsbereich der Informationspflichten in der VR-RL und ein Vergleich der speziellen Informationspflichten mit den Informationspflichten bei Haustür- und Fernabsatzverträgen nach der derzeit geltenden Rechtslage in Österreich	16
3.1 Arten von Informationspflichten.....	16
3.1.1 Die allgemeinen Informationspflichten.....	16
3.1.2 Die speziellen Informationspflichten.....	18
3.1.2.1 Fernabsatzverträge	19
3.1.2.2 Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge.....	21
3.1.2.3 Gemeinsamkeiten und Abgrenzung zwischen FAV und AGV.....	25
3.2 Inhalt der Informationspflichten	26
3.2.1 Die allgemeinen Informationspflichten.....	26
3.2.2 Die speziellen Informationspflichten.....	29
3.2.2.1 AGV und FAV	29
3.2.2.2 Neuerungen durch die VR-RL.....	33
3.3 Zeitpunkt der Informationserteilung.....	35

3.4 Modalitäten der Informationserteilung	36
3.4.1 Sprachliche Anforderungen	37
3.4.2 Mittel	37
3.4.2.1 AGV	38
3.4.2.2 FAV	39
3.5 Rechtsfolgen der Informationspflichtenverletzung	41
3.5.1 Rechtsfolgen in der VR-RL	41
3.5.2 Rechtsfolgen im KSchG, der Haustürgeschäfte-RL und der Fernabsatz-RL	44
3.6 Sondermodule	45
3.6.1 Dienstleistungsbeginn während der Widerrufsfrist bei AGV und FAV	46
3.6.2 „Handwerker-AGV“	46
3.6.3 Elektronische FAV	47
3.6.4 FAV mit beschränktem Platz / beschränkter Zeit	51
3.6.5 Telefonische FAV	51
3.6.6 Kumulation der Sondermodule	53
4. Die geltende österreichische Rechtslage bei Verbraucherverträgen in Bezug auf Informationspflichten und deren Anpassungsbedarf aufgrund der VR-RL	54
4.1 Vollharmonisierungsansatz	54
4.2 Auswirkungen der Informationspflichtenkapitel der VR-RL auf das nationale Recht	55
4.2.1 Änderung der bestehenden Rechtslage	55
4.2.1.1 Änderung aufgrund der allgemeinen Informationspflichten	56
4.2.1.2 Änderung aufgrund der speziellen Informationspflichten	56
4.2.1.3 Sonderbestimmung	57
4.2.2 Überlegungen zur Umsetzung	58
4.2.2.1 Die Umsetzung der allgemeinen Informationspflichten	58
4.2.2.2 Die Umsetzung der speziellen Informationspflichten	59
4.2.2.3 Kritische Würdigung des geplanten VRUG	60
5. Resümee	62
Literaturverzeichnis	65
Judikaturverzeichnis	68
Anhang	69

Abkürzungsverzeichnis

aA	anderer Ansicht
ABGB	Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch
ABl	Amtsblatt der Europäischen Union
Abs	Absatz
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
AGV	außerhalb vom Geschäftsraum geschlossener Vertrag
Art	Artikel
B2C	Business to Consumer
BGB	(deutsches) Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI	Bundesgesetzblatt
BMJ	Bundesministerium für Justiz
BTVG	Bauträgervertragsgesetz
bzw	beziehungsweise
ca	circa
CMLR	Common Market Law Review
ders	derselbe
dh	das heißt
dies	dieselbe(n)
DL	Dienstleistung
DLG	Dienstleistungsgesetz
ECG	E-Commerce-Gesetz
ECRL	European Review of Contract Law
EFTA	Europäische Freihandelsassoziation
EGV	Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft
endg	endgültig
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EUV	Vertrag über die Europäische Union
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
f	folgende
FAGG	Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz
FAV	Fernabsatzvertrag
FernFinG	Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz
ff	fortfolgende
FN	Fußnote
FS	Festschrift
gem	gemäß
GR	Geschäftsraum
Hrsg	Herausgeber
HS	Hauptsatz
idR	in der Regel
JBl	Juristische Blätter
JZ	Juristenzeitung
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
KOM	Kommission
krit	kritisch

KSchG	Konsumentenschutzgesetz
KSchRÄG	Konsumentenschutzrechts-Änderungsgesetz
lit	litera
MDR	Monatsschrift für Deutsches Recht
MMR	MultiMedia und Recht
MS	Mitgliedstaaten
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
Nr	Nummer
OGH	Oberster Gerichtshof
ÖJZ	Österreichische Juristen-Zeitung
Ps	Person
RL	Richtlinie
Rom I-VO	Verordnung über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht
Rspr	Rechtssprechung
Rz	Randzahl
S	Satz
sublit	sub litera
TNG	Teilzeitnutzungsgesetz
ua	unter anderem
UGP	unlautere Geschäftspraktiken
UN	Unternehmer
Unterabs	Unterabsatz
uU	unter Umständen
v	vom
VAG	Versicherungsaufsichtsgesetz
VerbrKrG	Verbraucherkreditgesetz
vgl	vergleiche
VO	Verordnung
VR-RL	Verbraucherrechte-Richtlinie
VRUG	Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
Whg	Wohnung
Z	Ziffer
Zak	Zivilrecht aktuell
zB	zum Beispiel
ZEuP	Zeitschrift für Europäisches Privatrecht
zust	zustimmend

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Überblick über die Definition des Haustürgeschäfts.....	24
Abbildung 2: Bestandsaufnahme der Informationspflichten.....	33

1. Einleitung

Im Zeitalter der Industrialisierung und Massenproduktion werden Waren nicht nur für den eigenen Bedarf hergestellt, sondern dienen der Befriedigung eines (teils lebensnotwendigen) Bedürfnisses der Menschen. Doch nicht nur der Gebrauch von Waren im herkömmlichen Sinn, sondern auch die Inanspruchnahme von Dienstleistungen und die Nutzung von Ressourcen tragen zum Wohle der Bevölkerung bei.

Bei den an diesem vertraglichen Austausch beteiligten Personen handelt es sich idR um Unternehmer und Verbraucher. Da erstere ihren Kunden gegenüber meistens sowohl in finanzieller Hinsicht als auch an Erfahrungswerten klar überlegen sind, bedarf der Verbraucher als schwächere Partei eines besonderen gesetzlichen Schutzes. Als Konsequenz dieses faktischen Macht- und Informationsungleichgewichts im rechtsgeschäftlichen Verkehr wurden vom europäischen Gesetzgeber zahlreiche Verordnungen und Richtlinien erlassen, die dem Kundenschutz dienen (und somit ua auch Verbraucher schützen), als auch Richtlinien deren Gegenstand der reine Verbraucherschutz ist (dh die ausschließlich den Verbraucher schützen).¹ Doch auch im österreichischen Recht wurden aufgrund autonomer gesetzgeberischer Entscheidung zahlreiche verbraucherschützende Vorschriften verankert.

Im Rahmen der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit wird anhand einer konkreten Verbraucherschutzrichtlinie, genauer der neuen Verbraucherrechte-Richtlinie² (VR-RL), dargestellt, durch welche gesetzlichen Vorschriften der VR-RL der Verbraucher geschützt werden soll. In concreto werden dabei die in der RL enthaltenen und für den Verbraucher essentiellen Kapitel über die Informationspflichten beleuchtet.

Eingangs wird erläutert welche Einstellung die EU zur Verbraucherschutzpolitik hat, wie und auf welcher gesetzlichen Grundlage die VR-RL entstand und auf welche Verträge sie anzuwenden ist. Danach wird aufgezeigt, welche wirtschaftliche Bedeutung die Information hat, wie sich gesetzliche Informationspflichten mit der Privatautonomie vereinbaren lassen, sowie die Entwicklung der Verbraucherinformation im EU-Recht von der Idee bis hin zur gesetzlichen Einbeziehung.

¹ Vgl *Lurger/Augenhofer*, Österreichisches und Europäisches Konsumentenschutzrecht² (2008) 15, 54.

² RL 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates v 25. 10. 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, ABl L 2011/304, 64.

Im Anschluss wird durch eine Analyse der Kapitel über die Informationspflichten in der VR-RL festgestellt, ob der Gesetzgeber der EU den Informationspflichten eine wesentlichere Bedeutung als noch vor Jahren beimisst. Welche Änderungen und Neuerungen sich durch die VR-RL ergeben wird unter anderem durch einen Vergleich der Kapitel über die speziellen Informationspflichten in der VR-RL mit jenen in der Haustürgeschäfte-RL³, der Fernabsatz-RL⁴ und den autonomen Bestimmungen im österreichischen Konsumentenschutzgesetz (KSchG)⁵ zu den Haustür- und Fernabsatzverträgen herausgefunden. Bei diesem Vergleich werden deshalb die Haustürgeschäfte-RL und die Fernabsatz-RL herangezogen, da diese beiden Richtlinien durch die VR-RL gänzlich obsolet werden.

Im letzten Kapitel wird untersucht, wie sich die Informationspflichtenkapitel der VR-RL auf die österreichische Rechtslage auswirken und wie eine denkbare Umsetzung der einzelnen Artikel zu den Informationspflichten aus der VR-RL in autonomes Recht aussehen könnte.

Ziel dieser wissenschaftlichen Arbeit ist es nunmehr aufzuzeigen, welche Änderungen und Neuerungen die VR-RL im Bereich der Informationspflichten bringt, wie sich diese in das österreichische Recht einfügen lassen und ob dadurch das in der EU und in Österreich verwirklichte und ohnehin ausgeprägte Verbraucherschutzniveau noch weiter gehoben werden konnte.

*Anmerkung: In der vorliegenden Arbeit wird aus sprachästhetischen Gründen und zum Zweck der besseren Lesbarkeit auf geschlechtsneutrale Formulierungen verzichtet. Es wird der männlichen Form der Vorzug gegeben, womit weder eine Beschränkung der jeweiligen Aussagen auf die Angehörigen der betreffenden Gruppe noch eine diskriminierende oder abwertende Einstellung der Autorin gegenüber weiblichen Gruppenangehörigen zum Ausdruck gebracht werden soll.

³ RL 85/577/EWG des Rates v 20. 12. 1985 betreffend den Verbraucherschutz im Falle von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, ABI L 1985/372, 31.

⁴ RL 97/7/EWG des Europäischen Parlaments und des Rates v 20. 5. 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz, ABI L 1997/144, 19.

⁵ Konsumentenschutzgesetz BGBl 1979/140.

2. Grundlagen

Im folgenden Kapitel wird erklärt, welche Vorstellung der Unionsgesetzgeber von der Verbraucherschutzpolitik hat. Danach soll anhand einer verbraucherschützenden RL, nämlich der VR-RL, gezeigt werden, wie diese Grundkonzeption auf europäischer Ebene zu verwirklichen versucht wird (inklusive der gesetzlichen Grundlage). Zum besseren Verständnis wird der Anwendungsbereich der RL wiedergegeben. Abschließend wird in Vorbereitung auf das 3. Kapitel darauf eingegangen, inwiefern die Information des Verbrauchers von Bedeutung ist, ob gesetzliche Informationspflichten mit rechtlichen Grundprinzipien vereinbar sind und wie sich der Gedanke der Verbraucherinformation im EU-Recht entwickelt hat.

2.1 Verbraucherschutzpolitik der EU

Der Verbraucherschutz gehört neben vielen anderen Politiken zu den internen Politiken der EU.⁶ Bereits in Art 114 Abs 3 und 169 Abs 1 AEUV bekennt sich die Gemeinschaft zu einem hohen Verbraucherschutzniveau.

Im März 2007 wurde in einer Mitteilung der Kommission die aktuelle Verbraucherpolitische Strategie der EU (2007-2013)⁷ vorgestellt, welche die derzeit 27 nationalen Märkte des Binnenmarkts zu einem großen Einzelhandelsmarkt verknüpfen soll. Dies wird erreicht, wenn Verbraucher ohne Bedenken sowohl im Laden um die Ecke, als auch im Internet einkaufen, da sie sich darauf verlassen können, rechtlich ausreichend - vor gefährlichen Produkten und unseriösen Geschäftemachern - geschützt zu sein. Um der Zersplitterung des Binnenmarktes wegen dem fehlenden Vertrauen der Verbraucher entgegenzuwirken legt die Kommission hinsichtlich ihrer Verbraucherpolitik ihre drei Hauptziele in der Verbraucherpolitischen Strategie der EU (2007-2013) wie folgt fest:

- Stärkung der Verbraucher (mehr Information, transparentere Märkte)
- Verbesserung des Verbraucherwohls (mehr Auswahl, Preissenkungen, bessere Qualität)
- wirksamer Verbraucherschutz vor ernsthaften Risiken und Gefahren.

⁶ Haratsch/Koenig/Pechstein, Europarecht⁸ (2012) Rz 1245.

⁷ Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament und den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss – Verbraucherpolitische Strategie der EU (2007-2013), KOM(2007) 99 endg vom 13. 3. 2007.

Diese Ziele sollen erreicht werden, indem Verbesserungen im Bereich der Rechtsdurchsetzung, der Verbraucherinformation, sowie der Verbraucherschutzregeln angestrebt werden. Bereits in der Verbraucherpolitischen Strategie 2002-2006⁸ wurden dieselben Ziele festgelegt, wodurch einerseits Kontinuität in der Verbraucherpolitik aufgezeigt werden kann, andererseits könnte man kritisieren, dass die Ziele undifferenziert und allgemein formuliert sind und wenig Neuigkeitswert besitzen.⁹

Durch die Maximalharmonisierung von verbraucherschützenden Rechtsvorschriften, welche bereits bei einigen Gesetzgebungsakten, so auch großteils in der VR-RL vorgeschrieben wurde, wird ein europaweit einheitliches Verbraucherschutzniveau erreicht.¹⁰ Einheitliche und unkomplizierte Regelungen erleichtern den Unternehmen ihre Waren und Dienstleistungen grenzüberschreitend anzubieten. Aufgrund der derzeitigen Rechtslage müssen Unternehmer, die ihre Produkte im Ausland vermarkten wollen, die Anforderungen des Zielstaates in vollem Umfang erfüllen, da sich nach Art 6 Abs 2 Rom I-VO¹¹ bei Verbraucherverträgen im Regelfall das Recht des Verbraucherstaats durchsetzt.¹² Durch die aufwendige und kostspielige Rechtsauskunft bzw die ebenso teuren Abmahnungen bei Nichteinhaltung der Rechtsvorschriften, werden vor allem die Einzelunternehmer und die KMU benachteiligt. Durch einheitliche gesetzliche Regelungen soll es den Unternehmen nicht nur möglich sein ihre Leistungen über die Grenzen hinweg anzubieten, was insbesondere für den Versandhandel und hier vor allem den grenzüberschreitenden Internethandel, in welchem man ein großes Wachstumspotenzial erkennen kann, von Bedeutung ist, sondern auch zu niedrigeren Kosten.¹³ Die Verbraucher profitieren vom grenzüberschreitenden Handel einerseits, indem gewisse Produkte für sie überhaupt zugänglich werden und andererseits, da der stärkere Wettbewerb zwischen den Unternehmen, sowie die größere Nachfrage zu Preissenkungen führen.

⁸ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen – Verbraucherpolitische Strategie 2002-2006, KOM(2002) 208 endg vom 8. 6. 2002, ABI C 2002/137, 2.

⁹ *Lurger/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 15.

¹⁰ *Stabentheiner*, Der Vorschlag für eine Verbraucherrechte-Richtlinie – einige kritische Anmerkungen, *Zak* 2008, 423 (424).

¹¹ VO (EG) 2008/593 des Europäischen Parlaments und des Rates v 17. 6. 2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I), ABI L 2008/177, 6 (12).

¹² *Wendehorst*, Die neue Richtlinie über die Rechte der Verbraucher, in *Schenk/Lovrek/Musger/Neumayr* (Hrsg), Festschrift für Irmgard Griss (2011) 717 (720).

¹³ *Stabentheiner*, Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher aus österreichischer Sicht, in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 1 (5).

Verbraucherschutzrichtlinien verfolgen somit einerseits die Erhöhung des Verbraucherschutzes sowie andererseits die Schaffung eines funktionierenden Binnenmarktes. Daraus folgt, dass das Verbrauchervertragsrecht sowohl Verbraucherschutz- als auch Marktverhaltensrecht ist.¹⁴

2.2 Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher

Die Grundlage für die VR-RL stellen die Ziele aus der Verbraucherpolitischen Strategie der EU (2007-2013) dar. Nachfolgend soll die Entwicklung von der Idee bis hin zur endgültigen Umsetzung als auch der Anwendungsbereich der RL, für welchen die Kapitel über die Informationspflichten gültig sind, dargestellt werden.

2.2.1 Überblick über die Entstehungsgeschichte

Am 12. Dezember 2011 ist die VR-RL, deren Entwurf¹⁵ von der Europäischen Kommission erstmals im Oktober 2008 vorgelegt wurde, in Kraft getreten. Ursprüngliches Ziel der Europäischen Kommission war, ausweislich ihres im Jahr 2007 veröffentlichten Grünbuchs zur Überprüfung des gemeinsamen Verbraucher-Acquis¹⁶, eine „Kodifikation“ des europäischen Verbraucherschutzrechts.¹⁷ Aufgrund dessen hätten acht Richtlinien¹⁸, die sich dem Verbraucherschutz im Bereich des Zivilrechts widmen, zu einem in sich kohärenten Regelwerk zusammengeführt werden sollen.¹⁹ Der Richtlinienentwurf erfasste nur mehr die Zusammenfassung von vier bestehenden verbraucherrechtlichen Einzelrichtlinien²⁰, die alle

¹⁴ *Börger*, Sanktionen für die Verletzung vorvertraglicher Informationspflichten (2010) 8.

¹⁵ Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher, KOM(2008) 614 endg vom 8. 10. 2008, 2.

¹⁶ Grünbuch zur Überprüfung des gemeinschaftlichen Besitzstands im Verbraucherschutz, KOM(2006) 744 endg vom 8. 2. 2007.

¹⁷ *Schwarzenegger*, Informationspflichten nach der Verbraucherrechte-Richtlinie 2011/83/EU, in *Bydlinski/Lurger* (Hrsg), Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher : (2011/83/EU vom 25. Oktober 2011): Entstehung – Inhalt – Umsetzung (2012) 25 (26).

¹⁸ Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG; Fernabsatz-RL 97/7/EWG; RL 90/314/EWG v 13. 6. 1990 über Pauschalreisen, ABl L 1990/158, 59; RL 93/13/EWG v 5. 4. 1993 über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen, ABl L 1993/95, 29; RL 98/27/EG v 19. 5. 1998 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen, ABl L 1998/166, 51; RL 99/44/EG v 25. 5. 1999 zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter, ABl L 1999/171, 12; RL 2002/65/EG v 23. 9. 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher, ABl L 2002/271, 16; RL 2008/122/EG v 14. 1. 2009 über den Schutz der Verbraucher im Hinblick auf bestimmte Aspekte von Teilzeitznutzungsverträgen, Verträgen über langfristige Urlaubsprodukte sowie Wiederverkaufs- und Tauschverträgen, ABl L 2009/33, 10.

¹⁹ *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 25; *Stabentheiner/Cap*, Die neue Verbraucherrechte-Richtlinie, ÖJZ 2001, 1045 (1046).

²⁰ Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG; Klausel-RL 93/13/EWG; Fernabsatz-RL 97/7/EWG, Verbrauchsgüterkauf-RL 99/44/EG.

ausschließlich Verbraucher schützen, zu einer einzigen RL. Letztlich werden durch die VR-RL nur zwei Richtlinien²¹ aufgehoben und zwei Richtlinien²² abgeändert (Art 31 VR-RL). Die VR-RL ist bis zum 13. Dezember 2013 in nationales Recht umzusetzen.

2.2.2 Kompetenzgrundlage

Die Union nimmt ihre Zuständigkeit auf dem Gebiet des Verbraucherschutzes gemeinsam mit den MS wahr (Art 4 Abs 2 lit f AEUV). Sie kann dazu Maßnahmen zur Angleichung von Rechts- und Verwaltungsvorschriften der MS ergreifen (Art 114 iVm Art 169 Abs 2 lit a AEUV), sowie Maßnahmen zur Unterstützung, Ergänzung und Überwachung der mitgliedstaatlichen Politik (Art 169 Abs 2 lit b AEUV), wobei diese explizit nur mindestharmonisierend sein dürfen. Außerdem hat die Union die Erfordernisse des Verbraucherschutzes bei allen anderen Unionspolitiken und -maßnahmen zu berücksichtigen (Art 12 AEUV).²³ Die VR-RL stützt sich, wie die meisten bisher erlassenen Verbraucherschutzrichtlinien, auf Art 114 AEUV.²⁴

An dieser Stelle sei erwähnt, dass diese Kompetenzgrundlagen in Art 114 Abs 3 die Union an ein hohes Verbraucherschutzniveau bindet, die VR-RL, als maximalharmonisierte RL, jedoch in einigen MS zu einer Verschlechterung des Verbraucherschutzniveaus führt.²⁵ Des Weiteren könnte durch den abschließenden Charakter der VR-RL, eine Verletzung des in Art 5 EUV verankerten Subsidiaritäts- und Verhältnismäßigkeitsprinzips vorliegen. Demnach darf die Union in Bereichen, die nicht in ihre ausschließliche Zuständigkeit fallen, nur im für die Erreichung der Ziele der Verträge erforderlichen Maß tätig werden, sofern und soweit die Ziele der in Betracht gezogenen Maßnahmen auf Ebene der MS weder auf zentraler, noch auf regionaler oder lokaler Ebene, ausreichend verwirklicht werden können und deshalb wegen ihres Umfangs oder ihrer Wirkung auf Unionsebene besser zu verwirklichen sind.²⁶

²¹ Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG und Fernabsatz-RL 97/7/EWG.

²² Klausel-RL 93/13/EWG und Verbrauchsgüterkauf-RL 99/44/EG.

²³ Vgl *Haratsch/König/Pechstein*, Europarecht⁸ Rz 1245.

²⁴ Verbraucherrechte-RL 2011/83/EU 64.

²⁵ *Stabentheiner*, Zak 2008, 424.

²⁶ Vgl *Haratsch/König/Pechstein*, Europarecht⁸ Rz 165 und Rz 177 f.

2.2.3 *Gegenstand und Geltungsbereich*

Die VR-RL kommt zur Anwendung, wenn zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher ein Vertrag geschlossen wird, wobei sie jedoch keinen Einfluss auf die Wirksamkeit des Vertrages hat, was wiederum bedeutet, dass auch der Vertragsabschluss dem allgemeinen Vertragsrecht der MS überlassen bleibt (Art 1 und Art 3 Abs 5 VR-RL). Zusätzlich werden im Art 3 Abs 3 VR-RL zahlreiche Bereiche vom Anwendungsbereich der VR-RL ausgenommen. Zu diesen Ausnahmen zählen Verträge über Gesundheits-, Finanz- und Sozialdienstleistungen, Glücksspielverträge, Bau- und Immobilienverträge, Pauschalreiseverträge, Teilzeitnutzungsverträge, notarielle Verträge, Verträge über die Lieferung von Lebensmitteln, Personenbeförderungsverträge, Automatenverträge, sowie bestimmte Telekommunikationsverträge. Die RL weicht durch ihre zahlreichen Regelungsoptionen und einem mindestharmonisierten Artikel von ihrem in Art 4 VR-RL verankerten Grundsatz der Vollharmonisierung ab und lässt den MS damit in gewissen Bereichen einen großzügigen Spielraum. Die RL gilt für Verträge, die nach dem 13. Juni 2014 geschlossen werden (Art 28 Abs 2 VR-RL).

2.3 Die Informationspflichten

Während Wissenschaftler sich schon seit mehr als zweitausend Jahren mit Informationsproblemen im Vertragsrecht beschäftigen, gewinnen gerade in letzter Zeit gesetzlich festgelegte Informationspflichten als Privatrechtsinstrument an Bedeutung.²⁷ Unter Informationspflicht wird die verpflichtende Mitteilung von Tatsachen und Prognosen verstanden, wobei jedoch die Grundsätze der Transparenz zu beachten sind, was wiederum bedeutet, dass die Informationen klar, verständlich und vollständig mitgeteilt werden müssen.²⁸ Die Ausarbeitung der bereitgestellten Information obliegt dem Mitteilungsempfänger. Davon zu unterscheiden ist die Beratung, die höhere Anforderungen an den Unternehmer stellt, da er dabei auf die individuellen Interessen des Kunden eingehen muss.²⁹

²⁷ Vgl die Hinweise bei *Fleischer*, Informationsasymmetrie im Vertragsrecht: Eine rechtsvergleichende und interdisziplinäre Abhandlung zu Reichweite und Grenzen vertragsschlußbezogener Aufklärungspflichten (2001) 1 ff.

²⁸ *Ebers*, Informations- und Beratungspflichten bei Finanzdienstleistungen: Allgemeine und besondere Rechtsgrundsätze in *Schulze/Ebers/Grigoleit* (Hrsg), Informationspflichten und Vertragsschluss im Acquis communautaire (2003) 171 (173); *Angermann*, Die Verletzung vertragsschlussbezogener Informationspflichten des Europäischen Privatrechts (2010) 5.

²⁹ *Börger*, Informationspflichten 5.

2.3.1 Marktwirtschaftliche Zusammenhänge und Bedeutung der Information

Nicht nur die Rechtswissenschaft, sondern auch die Wirtschaftswissenschaft beschäftigt sich in ihrem Teilgebiet der Informationsökonomik unter anderem mit der Bedeutung von Informationen und den Auswirkungen von Informationsasymmetrien auf das Marktgeschehen.³⁰ Um die juristische Diskussion über Ausgestaltung und Reichweite von Informationspflichten zu vervollständigen, gehören wirtschaftstheoretische Aspekte miteinbezogen.³¹ Es erscheint daher sinnvoll, in der vorliegenden Arbeit zu thematisieren, welche Auswirkung das Nichtinformieren bzw die unzureichende Information auf den Markt hat.

*Eine gute Informationsausstattung ist heute als eine der wesentlichen Grundlagen für die beachtliche Wirtschaftsbilanz in den Industrieländern anerkannt.*³² Liegt ein Informationsungleichgewicht vor, ist es häufig so, dass die besser informierte Partei wenige Anreize empfindet die andere Partei auf denselben Wissensstand zu bringen. Diese unterschiedlichen Informationsstände haben vielfältige Ursachen. Die nachvollziehbarste Ursache liegt darin, dass der Anbieter über sein Produkt aufgrund der Nähe zu diesem besser Bescheid weiß. Durch den wachsenden Grad an Spezialisierung, sowie die immer aufwendigeren Produktionen in modernen Volkswirtschaften, wird dieser natürliche Wissensvorsprung eines Marktteilnehmers noch weiter verschärft.³³

Das Funktionieren des Marktes ist jedoch gefährdet, wenn der Nachfrager vor Vertragsschluss die für seine Entscheidung optimale Menge an Informationen (zB er weiß zu wenig über die Qualität des Produktes) nicht zur Verfügung hat. Wenn der Verbraucher nicht in der Lage ist das Risiko einer Transaktion einzuschätzen, sieht er aus Angst vor einem nachteiligen Geschäft davon ab und diese Unsicherheit kann im schlimmsten Fall sogar zu einem vollständigen Versagen des Marktes führen.³⁴

³⁰ *Gabler*, Volkswirtschaftslexikon (1996) 765; *Fleischer*, Informationsasymmetrie 31.

³¹ Derselben Ansicht *Hopt*, Disclosure Rules as a Primary Tool for Fostering Party Autonomy – Observations from a Functional and Comparative Legal Perspective, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* (Hrsg), Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market (2001) 246 (249).

³² *Angermann*, Informationspflichten 25; siehe auch *Ulen*, Information in the Market Economy – Cognitive Errors and Legal Correctives, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* 98.

³³ *Fleischer*, Vertragsschlussbezogene Informationspflichten im Gemeinschaftsprivatrecht, ZEuP 2000, 772 (774 f).

³⁴ *Angermann*, Informationspflichten 32.

Dem Markt stehen neben der Selbstregulierung, bei der die Initiative von einer Marktseite ausgehen muss, zur Überwindung des Informationsungleichgewichts auch wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Verfügung. Da markt-eigene Steuerungsmöglichkeiten oft nicht ausreichen, hat der Gesetzgeber unterschiedliche Möglichkeiten um marktbeschränkende Informationsasymmetrien zu beseitigen, welche sich jedoch erheblich in der Intensität des Markteingriffs unterscheiden.

Der Gesetzgeber kann zum einen Mindeststandards vorgeben, wobei er jedoch zu deren Durchsetzung in aufwendige Kontrollmaßnahmen investieren müsste. Er kann auch die Transaktionsbedingungen inhaltlich kontrollieren oder das Gewährleistungsrecht verschärfen. Als Konsequenz dieser Gefahrenverlagerung (zB bei Verschärfung des Gewährleistungsrechts) kann es dazu kommen, dass der Anbieter den Preis erhöht.³⁵ Eine weitere Variante wäre, dass der Staat selber bestimmte Informationen über Produkte zur Verfügung stellt, indem er sie durch Produkttests ermittelt.³⁶ Hierbei ist jedoch zu kritisieren, dass diese Form enorme Kosten verursacht, die Tests nur ein rückblickendes Urteil liefern und das Risiko einer Fehlbewertung sehr hoch ist. Wenn man das Gebot der staatlichen Zurückhaltung in Bezug auf die freie Marktwirtschaft berücksichtigt, ist die größtmögliche Marktfreiheit dann garantiert, wenn der Informationsaustausch zwischen Anbieter und Nachfrager durch gesetzliche Informationspflichten verbessert wird.³⁷

Informationspflichten zielen darauf ab die Unterlegenheit des Verbrauchers, durch seine rechtliche und geschäftliche Unerfahrenheit, durch die Bereitstellung von Informationen zu kompensieren. Durch Information und Aufklärung wird es dem Verbraucher möglich fundierte Entscheidungen zu treffen und unseriöse Geschäftemacher auszuschließen. So hat er bei vorvertraglichen Informationen die Möglichkeit durch diese Markttransparenz dasselbe Produkt von verschiedenen Anbietern zu vergleichen. Transparenz bedeutet, dass der Verbraucher seine Wahl in Kenntnis aller Umstände treffen kann. Es gibt drei empirische und soziologische Argumente, die belegen, weshalb sich der Verbraucher in der unterlegenen Verhandlungsposition befindet. Erstens wägen Unternehmer vertragliche Entscheidungen sorgfältiger ab, zweitens haben Verbraucher nicht dieselbe Geschäftserfahrung und die Möglichkeit mit kompetenten Fachpersonen Rücksprache zu halten und drittens hat ein Unternehmer in einzelnen Fällen ein größeres wirtschaftliches Verhandlungsgewicht, was

³⁵ Wein, Consumer Information Problems – Causes and Consequences, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* 80 (95 f).

³⁶ Ders in *Grundmann/Kerber/Weatherill* 93.

³⁷ Ulen in *Grundmann/Kerber/Weatherill* 128.

wiederum bedeutet, dass er die Bedingungen für die Lieferung von Waren besser verhandeln kann als ein Privatmann.³⁸ Außerdem kann ein Unternehmer leichter auf die Information zugreifen.

2.3.2 Informationspflichten und Vertragsfreiheit

Auf rechtswissenschaftlicher Ebene werfen zwingende Informationspflichten, wie sie in der VR-RL vorzufinden sind, die Frage auf, inwiefern dadurch das Spannungsverhältnis zwischen Privatautonomie und deren Begrenzung durch den Gesetzgeber beeinflusst wird. Die Privatautonomie und ihre für das Vertragsrecht wichtigste Ausprägung, die Vertragsfreiheit, durch welche jeder Bürger die Möglichkeit hat Verträge nach seinem Willen abzuschließen ohne Einschränkungen von staatlicher Seite, sind wesentliche Grundprinzipien jeder Privatrechtsordnung von den MS der EU.³⁹ Auch die europäische Legislative und Judikative lassen keine Zweifel offen, dass dem Grundsatz der Privatautonomie wesentliche Bedeutung im Unionsrecht zukommt. Einerseits kommt dies in den Erwägungsgründen zu verschiedenen Richtlinien⁴⁰ zum Ausdruck, andererseits teilen die in der Europäischen Union herrschenden Grundfreiheiten den gemeinsamen Kern der Privatautonomie.⁴¹ Das Prinzip der Vertragsfreiheit lässt sich auch in der Rspr des EuGH wiederfinden.⁴²

Dennoch wird die Auffassung vertreten, dass ein staatlicher Eingriff in Form von vorvertraglichen Informationspflichten eine legitime Ausnahme vom dominierenden Prinzip der Vertragsfreiheit darstellt.⁴³ Nachdem Informationspflichten dazu dienen die Vertragsparität wieder herzustellen, rechtfertigt ebenso das Prinzip der Rücksichtnahme und Fairness als zweites gleichrangiges Prinzip zum Grundsatz der Vertragsfreiheit im Vertragsrecht, die gesetzliche Festlegung von Informationspflichten, weil sie zu einer auf beiden Seiten optimal verwirklichten Vertragsfreiheit führt.⁴⁴

Aufgrund dessen können Bedenken, dass das Unionsrecht mit Einführung vorvertraglicher Informationspflichten dem Grundsatz der Vertragsfreiheit entgegensteht, zurückgewiesen

³⁸ *Riesenhuber*, Europäisches Vertragsrecht² (2006) Rz 194.

³⁹ *Angermann*, Informationspflichten 46.

⁴⁰ Siehe zB Erwägungsgrund Nr 8 und 9 Verbrauchsgüterkauf-RL 99/44/EG; Erwägungsgrund Nr 28 und 29 Zahlungsverzugs-RL 2011/7/EU; siehe ebenso: Principles of Contract Law Art 1:102 Vertragsfreiheit.

⁴¹ *Müller-Graff*, Basic-Freedoms – Extending Party Autonomy across Borders, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* 65.

⁴² Siehe zB EuGH 5.10.1999, C-240/97, *Spanien/Kommission* Rz 99.

⁴³ *Lurger/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 23.

⁴⁴ *Dies*, Konsumentenschutzrecht² 23; *Angermann*, Informationspflichten 76.

werden. Außerdem stellen Informationspflichten mit Sicherheit dasjenige Instrument dar, das am wenigsten stark in die Privatautonomie der Vertragspartner eingreift.⁴⁵

2.3.3 Entwicklung der Informationspflichten im Unionsrecht

Das Gemeinschaftsrecht war Ausgangspunkt für die Regelung von Informationspflichten.⁴⁶ Von Beginn an nahm die Information des Verbrauchers eine bedeutende Rolle in der europäischen Verbraucherpolitik ein. Schon im 1975 vom Rat verabschiedeten Ersten Programm, sowie im 1981 vom Rat verabschiedeten Zweiten Programm stellte die Gemeinschaft einen engen Zusammenhang zwischen dem Schutz und der Unterrichtung des Verbrauchers her.⁴⁷ In den beiden Programmen hieß es, dass der Gesundheitsschutz, die Sicherheit und die wirtschaftlichen Interessen des Verbrauchers durch die Zurverfügungstellung von angemessenen Informationen und Bildung verbessert werden sollten. Zu dem Zweck eines besseren Dialoges zwischen Verbrauchern und Herstellern/Händlern definierte das Zweite Programm fünf fundamentale Rechte des Verbrauchers, zu denen das Recht auf Unterrichtung und Aufklärung gehörte.

Bekräftigt wurden die Zielsetzungen der beiden Programme durch die EntschlieÙung des Rates vom 23. Juni 1986, betreffend die künftige Ausrichtung der Politik der Gemeinschaft, zum Schutz und zur Förderung der Interessen der Verbraucher.⁴⁸

Diese Zielsetzung wurde auch in den Aktionsplänen zur Verbraucherpolitik aus den Jahren 1990 bis 1992⁴⁹, 1993 bis 1995⁵⁰, 1996 bis 1998⁵¹, 1999 bis 2001⁵², sowie zuletzt in den vorher genannten Verbraucherpolitischen Strategien 2002-2006⁵³ und 2007-2013⁵⁴ offenbar.⁵⁵

⁴⁵ *Dehn* in Allgemeine Informationspflichten nach Art 5 des Vorschlags für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher, in *Jud/Wendehorst* 41 (42).

⁴⁶ *Börger*, Informationspflichten 3.

⁴⁷ EntschlieÙungen des Rates der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft betreffend Programme für eine Politik zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher vom 25. 4. 1975, ABI C 1975/92, 2 und vom 19. 5. 1981, ABI C 1981/133, 2.

⁴⁸ EntschlieÙung des Rates betreffend die zukünftige Ausrichtung der Politik der Gemeinschaft zum Schutz und zur Förderung der Interessen der Verbraucher vom 25. 4. 1986, ABI C 1986/167, 7.

⁴⁹ Dreijähriger verbraucherpolitischer Aktionsplan für die EWG (1990-1992), KOM(1990) 98 endg vom 3. 5. 1990.

⁵⁰ Verbraucherpolitik – Zweiter dreijähriger Aktionsplan der Kommission 1993-1995 – Der Binnenmarkt im Dienst der europäischen Verbraucher, KOM(1993) 378 endg vom 28. 7. 1993.

⁵¹ Mitteilung der Kommission über verbraucherpolitische Prioritäten 1996-1998, KOM(1995) 519 endg vom 31.10.1995, 3, 5.

⁵² Mitteilung der Kommission – Verbraucherpolitischer Aktionsplan 1999-2001, KOM(1998) 696 endg vom 1. 12. 1998.

⁵³ KOM(2002) 208 endg 6 f.

⁵⁴ KOM(2007) 99 endg 6 f, 13.

⁵⁵ *Angermann*, Informationspflichten 90.

Im Grünbuch zum Verbraucherschutz 2001⁵⁶ wurden von der Kommission bereits Überlegungen geäußert, eine allgemeine Informationspflicht für Unternehmer im B2C-Verhältnis vorzusehen. Daraus, dass in der Verbraucherpolitischen Strategie 2007-2013 die Verbraucherinformation zur Stärkung der Verbraucher als Maßnahme angeführt wird, lässt sich schließen, dass das „Informieren“ in der Politik der Europäischen Union nach wie vor einen wichtigen Stellenwert einnimmt.

Informationspflichten sind auch ein im europäischen Vertragsrecht häufig anzutreffendes Rechtsinstrument.⁵⁷ So existieren mittlerweile zahlreiche Richtlinien des EU-Gesetzgebers, welche vertragsschlussbezogene Informationspflichten enthalten.⁵⁸

Des Weiteren finden sich in den Entscheidungen des EuGH zahlreiche anschauliche Beispiele, welche die Leitlinien der Information im europäischen Verbraucherrecht darstellen. Erstmals wurde die Frage über ausreichende Information in der EuGH-Entscheidung *Cassis de Dijon*⁵⁹ aufgeworfen. In dieser ging es darum, dass die deutsche Bundesmonopolverwaltung für Branntwein, die Einfuhr eines Liköres aus Frankreich verbieten wollte. Begründet wurde dieses Verbot unter anderem damit, dass der geringe Alkoholgehalt dieses Produktes leichter zu einer Gewöhnung der Verbraucher führen könnte und deshalb eine Gefahr für die Gesundheit der Bevölkerung darstellte. Der Gesundheitsschutz sollte somit die Beschränkung der Warenverkehrsfreiheit rechtfertigen. Der EuGH jedoch leitete durch den in den Grundfreiheiten verankerten Verhältnismäßigkeitsgrundsatz ab, dass es ausreichend sei, die Verbraucher, durch Anbringen des Alkoholgehaltes am Etikett, über die Inhalte des Produktes zu informieren, womit er klar stellte, dass die Information Vorrang gegenüber inhaltlich zwingenden Regeln besitzt.⁶⁰ In der Entscheidung *Essig*⁶¹, ging es darum, dass Italien die Einfuhr von Essig, der nicht aus der Essigsäuregärung des Weines stammte, verbot und die Bezeichnung „Essig“ nur dem Weinessig vorbehielt. Der EuGH bestätigte abermals, dass eine Etikettierung am Produkt ausreichend sei, um den Verbraucher aufzuklären und untersagte Italien die Einfuhr zu verbieten. Wiederholt hat der EuGH seine Ansicht abermals in seiner Entscheidung

⁵⁶ Grünbuch der Kommission zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union, KOM(2001) 531 endg vom 2. 10. 2001, 16.

⁵⁷ Angermann, Informationspflichten 81.

⁵⁸ Siehe zB Art 4 Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG; Art 4 Fernabsatz-RL 97/7/EWG; Art 3 und 4 Pauschalreise-RL 90/314/EWG; Art 3 und 4 Timesharing-RL 2008/122/EG.

⁵⁹ EuGH 20. 2. 1979, C-120/78, *Rewe-Zentral AG/Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*.

⁶⁰ Angermann, Informationspflichten 85.

⁶¹ EuGH 9. 12. 1981, C-193/80, *Kommission/Italienische Republik*.

Reinheitsgebot für Bier⁶² gegen die Bundesrepublik Deutschland. Demnach lag eine Vertragsverletzung vor, da Deutschland das Inverkehrbringen von einem in einem anderen MS rechtmäßig hergestellten und in den Verkehr gebrachten Bier, das nicht dem deutschen Reinheitsgebot entsprach, untersagte. Der EuGH führte wiederum aus, dass es genüge, die Information des Verbrauchers über die Inhaltsstoffe durch Etikettierung oder andere Hinweise zu gewährleisten. Informationspflichten werden somit als milderes Mittel gegenüber einem Verbot verstanden.⁶³

In der nachfolgenden Entscheidung GB-INNO-BM⁶⁴ führte der EuGH aus, dass „*das Gemeinschaftsrecht eines der grundlegenden Erfordernisse des Verbraucherschutzes in der Unterrichtung der Verbraucher sieht.*“⁶⁵ Die belgische Aktiengesellschaft GB-INNO-BM, welche nahe der belgisch-luxemburgischen Grenze Supermärkte betrieb, ließ Werbeschriften mit Sonderangeboten, bei denen die Dauer des Angebots und die Angabe des früheren Preises ersichtlich waren, auch in Luxemburg verteilen. Die Confédération du commerce luxembourgeois, welche ein Verein ohne Gewinnzweck ist und die luxemburgische Regierung wollten das Verbot diese Werbeschriften zu verteilen, durch den Verbraucherschutz rechtfertigen. Erstens würde die Bevölkerung die Sonderverkäufe mit den in Luxemburg üblichen zeitlich begrenzten halbjährlichen Schlussverkäufen verwechseln und zweitens könne eine Einzelperson den früheren Vergleichspreis nicht überprüfen. Der EuGH führte dazu aus, dass ein durchschnittlich informierter Verbraucher wisse, wann die Schlussverkäufe stattfinden und die Angabe beider Preise erlaubt sei, sofern die Angabe des ursprünglichen Preises wahr sei.

Anhand dieser Reihe von Entscheidungen erlangte das Recht des Verbrauchers auf Information rechtliche Bindungswirkung, durch Anerkennung durch den EuGH. Seit dem Vertrag von Amsterdam ist das selbstständige Informationsrecht des Verbrauchers sogar explizit in Art 169 Abs 1 AEUV (ex Art 153 Abs 1 EGV) verankert. Dieses Recht kann allerdings nicht als einklagbarer Anspruch des Verbrauchers gegenüber den Organen der Union verstanden werden, sondern eher als Schutzrecht gegenüber Eingriffen seitens der Union oder der MS.⁶⁶

⁶² EuGH 12. 3. 1987, C-178/84, *Kommission/Bundesrepublik Deutschland*.

⁶³ *Wilhemsson/Twigg-Flesner*, Pre-contractual information duties in the *acquis communautaire*, ERCL 2006, 441 (449).

⁶⁴ EuGH 7. 3. 1990, C-362/88, *GB-INNO-BM SA/Confédération du commerce luxembourgeois*.

⁶⁵ EuGH C-362/88, *GB-INNO-BM SA* Rz 18.

⁶⁶ *Angermann*, Informationspflichten 93.

2.3.3.1 *Der Verbraucherbegriff und das Verbraucherleitbild im EU-Recht*

Obwohl es im europäischen Verbraucherrecht keinen einheitlichen unionsrechtlichen Verbraucherbegriff gibt, kann anhand der Judikatur des EuGH, sowie den Umschreibungen bzw Definitionen des Verbrauchers in den verschiedenen Verbraucherschutzrichtlinien, mittlerweile ein Kernbegriff des Verbrauchers entnommen werden.⁶⁷ Demnach ist ein Verbraucher jede natürliche Person, die im Rechtsverkehr nicht zu gewerblichen oder beruflichen Zwecken handelt.⁶⁸

Vom Verbraucherbegriff zu unterscheiden ist das unionsrechtliche Verbraucherleitbild. Damit die Informationspflichten ihr Ziel den Verbraucher ausreichend zu informieren erreichen, muss dieser in der Lage sein die Information zu verarbeiten und angemessen zu würdigen. Der Gesetzgeber kann nicht auf jeden einzelnen Empfängerhorizont eingehen und muss dementsprechend zwangsläufig generalisieren. Obwohl das unionsrechtliche Verbraucherleitbild nirgends ausdrücklich niedergelegt ist, kann man anhand der europäischen Judikatur und der Legislative ein unionseigenes Verbraucherleitbild herausfiltern. Ausgehend von der Entscheidung *Cassis de Dijon*⁶⁹, in welcher erstmals vom kritischen und informierbaren Verbraucher ausgegangen wird, hat sich das vom situativen und inhaltlichen Zusammenhang unabhängige Leitbild des durchschnittlich informierten, verständigen und aufmerksamen Durchschnittsverbrauchers herausgebildet, welcher in mündiger Eigenverantwortung eine ihn bindende Entscheidung treffen kann, wenn er über die Umstände und Reichweite seiner Pflichten aufgeklärt wurde.⁷⁰ Maßgeblich für die Definition dieses Verbraucherleitbildes waren ua die Urteile *Mars*⁷¹, *Gut Springenheide*⁷², *Kessler*⁷³, *Estee Lauder*⁷⁴ und *Darbo*⁷⁵ des EuGH.⁷⁶

⁶⁷ *Lurjer/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 34.

⁶⁸ St. Rspr., siehe nur EuGH 3. 7. 1997, C-269/95, *Francesco Benincasa/Dentalkit Srl* Rz 15; siehe auch Art 2 Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG; Art 2 Klausel-RL 93/13/EWG.

⁶⁹ EuGH C-120/78, *Rewe-Zentral AG/Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*.

⁷⁰ *Dehn* in *Jud/Wendehorst* 42; *Lurjer/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 39.

⁷¹ EuGH 6. 7. 1995, C-470/93, *Verein gg Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V./Mars*.

⁷² EuGH 16. 7. 1998, C-210/96, *Gut Springenheide/OKD Steinfurt*.

⁷³ EuGH 28. 1. 1999, C-303/97, *Verbraucherschutzverein/Sektellerei Kessler*.

⁷⁴ EuGH 13. 1. 2000, C-220/98, *Estèe Lauder/Lancaster*.

⁷⁵ EuGH 4. 4. 2000, C-465/98, *Verein gg Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V./Adolf Darbo AG*.

⁷⁶ *Lurjer/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 38 f.

2.3.3.2 *Das unionsrechtliche Informationsmodell*

Das Informationsmodell des europäischen Verbraucherschutzrechts bezeichnet den Ansatz vieler verbraucherschützenden Richtlinien, einem Unternehmer vorzuschreiben, dass er seinem Vertragspartner Informationen übermitteln muss.⁷⁷ Dem Ansatz der positiven Informationsangabe folgt die Union auch in der VR-RL, in dem sie in dieser (vorvertragliche) Informationspflichten und (nachvertragliche) Bestätigungspflichten verankert. Deren Vorteil liegt darin, dass sie in den meisten Fällen, lediglich in die Phase der Vertragsanbahnung und der dem Vertrag nachfolgenden Phase eingreifen und nicht in die jeweilige Dogmatik des Vertragsabschlusses, wodurch kein allzu schwerer Eingriff in die Privatautonomie der MS erfolgt.⁷⁸

Ein Problem ergibt sich für den Gesetzgeber jedoch insofern, als dass er eine Abgrenzung zwischen unbedingt erforderlichen Informationen und überflüssigen Angaben machen muss. Daraus folgt, dass allzu umfangreiche Informationen, wie zB zu viel Kleingedrucktes, einerseits zu einem erheblichen Mehraufwand seitens des Verkäufers und andererseits zu einer Überforderung des Käufers führen.⁷⁹ Doch nicht nur Überinformation, auch zu komplizierte Informationen haben nicht die gewünschte Wirkung. Ausgehend vom Durchschnittsverbraucher, muss der Gesetzgeber entscheiden, wie Art und Umfang der Informationspflicht aussehen sollen, damit die gesetzliche Vorgabe möglichst effizient ist, ohne dabei zu vergessen, so wenig wie möglich in die Vertragsfreiheit der Vertragspartner einzugreifen. Es ist demnach im Sinne des Gesetzgebers den Verbraucher zwar nicht vollständig, aber dennoch optimal zu informieren.

⁷⁷ Angermann, Informationspflichten 81.

⁷⁸ Vgl kritische Ansätze Micklitz, A Comment on Party Autonomy and Consumer Regulation in the European Community – A Plea for Consistency, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* 197; siehe auch *Kirchner*, Der punktuelle Ansatz als Leitprinzip gemeinschaftsrechtlicher Privatrechtsharmonisierung, in *Grundmann/Medicus/Rolland* (Hrsg), *Europäisches Kaufgewährleistungsrecht* (2000) 95 (106 f).

⁷⁹ *Dehn* in *Jud/Wendehorst* 42.

3. Der Anwendungsbereich der Informationspflichten in der VR-RL und ein Vergleich der speziellen Informationspflichten mit den Informationspflichten bei Haustür- und Fernabsatzverträgen nach der derzeit geltenden Rechtslage in Österreich

Die Verankerung von gesetzlichen Informationspflichten in der VR-RL ist Ausdruck dafür, dass der europäische Gesetzgeber auch in dieser RL dem Leitbild des mündigen Verbrauchers (siehe dazu unter 2.3.3.1) gefolgt ist.⁸⁰ Die Informationspflichten der VR-RL sind Kapitel II und III der VR-RL niedergeschrieben und werden im Folgenden einer eingehenden Analyse unterzogen.

3.1 Arten von Informationspflichten

Abhängig von der Abschlussituation durch welche derjenige Vertrag, welcher in den sachlichen Geltungsbereich der VR-RL fällt, abgeschlossen wird, unterscheidet der Gesetzgeber zwei Arten von Informationspflichten, die allgemeinen und die speziellen. Zunächst wird darüber aufgeklärt, welche Art von Informationspflichten auf welchen Vertriebstyp Anwendung findet.

3.1.1 Die allgemeinen Informationspflichten

Erstmalig werden im EU-Recht Informationspflichten für alle Verbraucherverträge, also unabhängig von Vertragstyp und Abschlussituation, geregelt, wobei diese vor allem für das klassische Ladengeschäft Relevanz haben werden.⁸¹ Diese wurden in Kapitel II der VR-RL, welche nur aus dem Art 5 besteht und als das „horizontale Element“ der VR-RL⁸² bezeichnet wird, verankert. Da sie allgemein und nicht wie andere allgemeine Rechtsfragen vertragspezifisch anzuwenden sind (zB Lieferverzug oder Gefahrenübergang gelten nur für Kaufverträge), stellen sie einen Schritt in Richtung eines „Allgemeinen Teils“ des Verbrauchervertragsrechts dar.⁸³ Von Kapitel II werden somit grundsätzlich alle Verbraucherverträge umfasst, außer die durch Art 3 Abs 3 VR-RL ausgenommenen Verträge,

⁸⁰ Dehn in *Jud/Wendehorst* 42.

⁸¹ Schwab/Giesemann, Die Verbraucherrechte-Richtlinie: Ein wichtiger Schritt zur Vollharmonisierung im Binnenmarkt, *EuZW* 2012, 253 (254); Schwarzenegger in *Bydlinski/Lurger* 28; Zypries, Der Vorschlag für eine Richtlinie über Verbraucherrechte, *ZEuP* 2009, 225 (226).

⁸² Dehn in *Jud/Wendehorst* 44.

⁸³ Dies in *Jud/Wendehorst* 44; Schwarzenegger in *Bydlinski/Lurger* 27.

sowie die Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträge (FAV und AGV), da diese in der VR-RL in Kapitel III separat geregelt werden. In Anbetracht der angeführten Ausnahmen, zeichnet sich ab, dass in den überwiegenden Fällen bei Verbraucherverträgen die allgemeinen Informationspflichten nach Kapitel II zur Anwendung kommen werden: Sei es bei Kauf- und Mietverträgen über bewegliche Sachen, Werkverträgen oder in den Art 5 Abs 2 VR-RL genannten Verträgen über die Bereitstellung von Wasser, Gas oder Strom, die nicht in einem begrenzten Volumen zum Verkauf angeboten werden, sowie von Fernwärme und von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden.⁸⁴

Die VR-RL sieht in Art 5 Abs 3 eine Regelungsoption vor, wonach die MS die Möglichkeit haben, „Geschäfte des täglichen Lebens“, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses sofort erfüllt werden, von den allgemeinen Informationspflichten auszunehmen.

Welche Angelegenheiten zu den „Geschäften des täglichen Lebens“ im Sinne dieser Richtlinienbestimmung zählen, wird letztlich der EuGH zu klären haben. Laut *Stabentheiner/Cap* gehören regelmäßige Einkäufe für den Lebensbedarf, in denen der Verbraucher keine Information erwartet und der Unternehmer nur ungebührlich belastet werden würde, dazu.⁸⁵ *Heinig* zählt im Bereich des Warenkaufs etwa Verträge über den Erwerb von Lebensmitteln, Sanitärartikeln, Zeitschriften, Bücher, Schreibwaren, CDs, Treibstoff und bei den Dienstleistungen Friseurleistungen, Autoreinigungen, Konzerte, Bewirtung und die den vorangegangenen Beispielen ähnelnden Kauf- und Dienstleistungsverträge hinzu.⁸⁶ Daraus folgt, dass die von *Wendehorst* aufgeworfene Frage, ob zu diesen Geschäften auch der Kauf einer Waschmaschine zählt, verneint werden kann, da eine Waschmaschine im Vergleich dazu kein geringwertiges Investitionsgut darstellt, sie aufgrund ihrer Funktionsdauer auch nicht als regelmäßige Anschaffung anzusehen ist und in der RL die maximale Obergrenze für herabgesetzte Schutzwürdigkeit € 200,- beträgt.⁸⁷ Ideen, wonach zur Orientierung und Abgrenzung dieses Begriffes nationale Vorschriften (zB §§ 96, 284 b ABGB) herangezogen werden könnten⁸⁸, ist entgegenzuhalten, dass das Unionsrecht grundsätzlich autonom auszulegen ist.⁸⁹

⁸⁴ *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 28.

⁸⁵ *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1055.

⁸⁶ *Heinig*, Verbraucherschutz – Schwerpunkte der EU-Verbraucherrechte-Richtlinie, MDR 2012, 323 (324).

⁸⁷ *Wendehorst* in FS Griss 727, *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 29.

⁸⁸ *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1055 FN 68; aA *Heinig*, MDR 2012, 324.

⁸⁹ *Heinig*, MDR 2012, 324.

Doch nicht nur die vage Formulierung der alltäglichen Geschäfte, auch die Formulierung, dass die Verträge zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses sofort erfüllt werden müssen, bedarf der Auslegung. Es wird dabei wohl eine zeitnahe Erfüllung des Vertrages gemeint sein.⁹⁰ *Wendehorst* wirft die Frage auf, ob eine einseitige Erfüllung genügt, um alltägliche Geschäfte des täglichen Lebens, die sofort erfüllt werden, vom Anwendungsbereich der VR-RL auszunehmen.⁹¹ Es ist jedenfalls davon auszugehen, dass eine beiderseitige Erfüllung gemeint ist, wenn man bedenkt, dass auch die Voraussetzung vorliegen muss, dass ein „Geschäft des täglichen Lebens“ abgeschlossen wird.⁹² Eine sofortige beiderseitige Erfüllung sollte bei der „Größe“ des Geschäftes für beide Vertragspartner keine Probleme bereiten. Würde man die einseitige Erfüllung genügen lassen, um den Vertrag von der Schutzwirkung der VR-RL auszunehmen, käme einem durch die Bezahlung vorausleistenden Verbraucher, der die Ware nicht sofort oder zumindest zeitnah erhält, weil sie eventuell nicht lagernd ist, nicht der ihm durch die RL angedachte Schutz zu. Dasselbe gilt, wenn die Dienstleistung bereits vor deren Ausführung bezahlt wird.

3.1.2 Die speziellen Informationspflichten

Wie zuvor ausgeführt, sind AGV und FAV vom Anwendungsbereich des II. Kapitels der VR-RL ausgenommen, da sie in Kapitel III für diese Verträge eigene Bestimmungen vorsieht. Bereits vor dem Erlass der VR-RL wurden die AGV und die FAV, in zwei verschiedenen mindestharmonisierenden Richtlinien⁹³ geregelt und als Absatzformen angesehen, in denen der Verbraucher besonders schützenswert ist. Bei den AGV ist er durch eine mittlerweile häufig vorkommende Handelspraxis gefährdet, wonach geschulte Werbetrupps, dem Verbraucher an öffentlichen Plätzen oder an seiner Haustür Waren und Dienstleistungen anbieten und dieser daraufhin, ausgelöst durch die Überrumpelung und/oder aufgrund der psychischen Drucksituation, einen Vertrag abschließt, den er eigentlich gar nicht wollte.⁹⁴ Die besondere Gefährlichkeit im Distanzgeschäft im Gegensatz zum Direktvertrieb liegt darin, dass der Verbraucher vor Vertragsabschluss die Ware nicht auf ihre Ordnungsmäßigkeit überprüfen kann, jedoch aufgrund der bequemeren Vertriebsform leichter zum

⁹⁰ *Wendehorst* in FS Griss 727; siehe auch *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 52.

⁹¹ *Wendehorst* in FS Griss 727.

⁹² *Zust dies* in FS Griss 727.

⁹³ Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG und Fernabsatz-RL 97/7/EWG.

⁹⁴ *Angermann*, Informationspflichten 98; siehe auch *Börger*, Informationspflichten 23.

Vertragsabschluss verleitet wird.⁹⁵ Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass gem Art 6 Abs 2 VR-RL die speziellen Informationspflichten auch bei Verträgen über die Wasser-, Strom-, oder Gaslieferung, wenn sie in einer unbegrenzten Menge zum Verkauf angeboten werden, zur Anwendung kommen. Dies gilt ebenso für Fernwärme oder digitale Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden.

3.1.2.1 Fernabsatzverträge

Als FAV definiert die VR-RL in Art 2 Z 7 einen Vertrag der zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw Dienstleistungssystems geschlossen wird. Die beiden Vertragsparteien dürfen jedoch nicht gleichzeitig körperlich anwesend sein und dürfen bis einschließlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses ausschließlich Fernkommunikationsmittel (zB Post, Internet, Telefon, Fax)⁹⁶ verwenden. Neu im Hinblick auf die Fernabsatz-RL (nicht hingegen auf das KSchG), ist nur die Definition, dass der Vertrag „ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers“ geschlossen werden muss, doch dieses Erfordernis ergibt sich in der Fernabsatz-RL schon daraus, dass die Verwendung von Fernkommunikationsmitteln bis zum und im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses praktisch sichergestellt sein muss.⁹⁷ Es ist eher unwahrscheinlich, dass sich ein Unternehmer und ein Verbraucher gleichzeitig am selben Ort befinden und einen Vertrag dennoch elektronisch oder telefonisch abschließen.⁹⁸

Das Erfordernis eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw Dienstleistungssystems wird sehr weit verstanden. Es genügt, wenn sich der Unternehmer einer Onlineplattform eines Dritten bedient, um seine Waren anzubieten (zB ebay).⁹⁹ Eine vom Unternehmer betriebene Webseite, auf welcher Kontaktdaten und Informationen zum Unternehmen, sowie zu den Waren und Dienstleistungen bekannt gegeben werden, zählt allerdings nicht dazu.¹⁰⁰ Der Kommissionsvorschlag verzichtete auf das Vorliegen des „für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw Dienstleistungssystems“.¹⁰¹ Das Wegfallen dieses Elements hätte dazu

⁹⁵ *Lurger/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 149; ebenso *Angermann*, Informationspflichten 101; *Riesenhuber*, Europäisches Vertragsrecht² Rz 362.

⁹⁶ Erwägungsgrund Nr 20, S 1 VR-RL.

⁹⁷ Siehe auch Art 2 Z 1 Fernabsatz-RL und § 5a Abs 1 und Abs 2 KSchG; *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1054.

⁹⁸ *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1054.

⁹⁹ Erwägungsgrund Nr 20 S 6 VR-RL; *Unger*, Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher – Eine systematische Einführung, ZEuP 2012, 270 (278).

¹⁰⁰ Erwägungsgrund Nr 20 S 5 VR-RL.

¹⁰¹ Erwägungsgrund Nr 12 VR-RL-Entwurf.

geführt, dass fast alle mittels Telefon oder E-Mail abgeschlossenen Verträge, als FAV gewertet hätten werden können.¹⁰²

Laut Erwägungsgrund Nr 20 der VR-RL sollen solche Abläufe als FAV erfasst sein, in denen der Verbraucher sich lediglich die Informationen im Geschäftsraum des Unternehmers besorgt und der Vertrag anschließend unter Verwendung eines Fernkommunikationsmittels verhandelt und abgeschlossen wird. Daraus folgt, wenn bereits im Geschäft verhandelt wird und der Vertrag erst im Anschluss per Fernkommunikation zu Stande kommt, liegt kein Fernabsatzvertrag vor und der Verbraucher kann sich nicht auf die Schutzbestimmungen der VR-RL berufen. Der Richtlinienentwurf sah noch vor, dass es genügt, wenn ausschließlich der Vertragsabschluss unter Verwendung von Fernkommunikationsmitteln erfolgt.¹⁰³ Wären demnach bei den Vertragsverhandlungen beide Parteien körperlich anwesend, hätte dies der Qualifikation des Vertrags als FAV nicht geschadet.

Die Abgrenzung zwischen „informieren“ und „verhandeln“ ist mitunter schwierig. Während *Wendehorst* die persönliche Beratung bereits als Verhandlung qualifiziert, zählt *Grundmann* das „frühe Beratungsgespräch“ ohne Verhandlungen noch zur Vertragsanbahnungsphase.¹⁰⁴ Man wird immer auf die individuelle Situation abstellen müssen um festzustellen, wie die „Beratung“ konkret ausgesehen hat, um eine Grenze zwischen informieren und verhandeln, ziehen zu können. Denkbar wäre eine Situation, in welcher der Verbraucher zuerst das Geschäft aufsucht um eine Sache auszuprobieren (zB Brillenkauf) und sich beraten lässt, um anschließend das Produkt online beim selben Unternehmer zu bestellen, da es eine häufige Handelspraxis ist, dass diese auf ihrer Homepage mit Rabatten für Onlinebestellungen locken. *Wendehorst* ist jedoch der Meinung, dass diese Frage in der Praxis ohnehin keine große Rolle spielen wird, da es dem Unternehmer kaum gelingen wird, nachzuweisen, dass er mit dem Verbraucher bereits verhandelt hat und somit kein FAV vorliegt.¹⁰⁵

Nicht als FAV zu qualifizieren sind Verträge, die über ein Fernkommunikationsmittel angebahnt, letztendlich jedoch im Geschäft des Unternehmers abgeschlossen werden.¹⁰⁶ Auch Reservierungen mittels Fernkommunikationsmittel um die Dienstleistung eines Fachmannes in Anspruch zu nehmen, zählen nicht zu den FAV, selbst wenn es sich – abhängig von den

¹⁰² Krit *Jud/Wendehorst*, Position Paper, in *Jud/Wendehorst* 197 (201); aA Schauer, Fernabsatzverträge, in *Jud/Wendehorst* 100 (103 f).

¹⁰³ Siehe Erwägungsgrund Nr 13 VR-RL-Entwurf.

¹⁰⁴ *Wendehorst* in FS Griss 728; aA *Grundmann*, Die EU-Verbraucherrechte-Richtlinie, JZ 2013, 53 (56); siehe auch *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 30 wonach eine „*bloß unverbindliche persönliche Information*“ einer Qualifikation als FAV nicht „schade“.

¹⁰⁵ *Wendehorst*, in FS Griss 728.

¹⁰⁶ Erwägungsgrund Nr 20 S 4 VR-RL.

konkreten Gegebenheiten – bei solchen „Reservierungen“ bereits um einen Vertragsabschluss handeln kann.¹⁰⁷ Als Beispiel gibt die RL in Erwägungsgrund Nr 20 S 5 Friseurbesuche mit vorhergehender Terminvereinbarung an.

Kritik an der neuen VR-RL wurde dahingehend geäußert, dass die RL über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen¹⁰⁸ nicht in die VR-RL aufgenommen wurde und daher für Vertragsabschlüsse im Fernabsatz wieder unterschiedliche Unionsrechtsnormen gelten.¹⁰⁹

Das Fernabsatzgeschäft ist im österreichischen Recht in §§ 5a - 5c KSchG geregelt und folgt der Definition in der Fernabsatz-RL. Es werden in § 5c Abs 4 KSchG dieselben Verträge vom Anwendungsbereich der Informationspflichten ausgenommen, wie auch in der Fernabsatz-RL. Dazu zählen Verträge über die „Hauslieferung“ von Lebensmittel, als auch „Freizeit-Dienstleistungen“. Die „Freizeit-Dienstleistungen“ werden jedoch in der VR-RL nicht vom Anwendungsbereich ausgenommen.

3.1.2.2 *Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge*

Art 2 Z 8 VR-RL definiert als AGV, einen Vertrag, der bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit außerhalb des Geschäftsraumes des Unternehmers geschlossen wird (lit a). Ein AGV liegt auch dann vor, wenn der Vertrag im Geschäftsraum des Unternehmers oder durch Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, wenn unmittelbar zuvor der Unternehmer den Verbraucher außerhalb der Geschäftsräume persönlich und individuell angesprochen hat (lit c). Unter Geschäftsräume fallen auch bewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer in periodischen Abständen wiederkehrende Verkaufstätigkeiten ausführt. Dazu zählen Wochenstände oder sogar Messetätigkeiten, selbst wenn die Messe nur einmal jährlich stattfindet, da es ausreicht, wenn der Unternehmer seine Tätigkeiten am jeweiligen Ort „für gewöhnlich“ ausübt, was nicht im Sinne einer fortlaufenden Tätigkeit missverstanden werden darf.¹¹⁰

Es ergibt sich bei einem Vergleich zwischen der VR-RL und der Haustürgeschäfte-RL insofern eine Ausweitung für die Qualifizierung eines Vertrages als Haustürgeschäft, da die Haustürgeschäfte-RL in Art 1 Abs 1 noch vorsah, dass nur Geschäfte die am Wohnsitz oder

¹⁰⁷ Stabentheiner, ÖJZ 2011, 1054 FN 58.

¹⁰⁸ Fernabsatz-Finanzdienstleistungs-RL 2002/65 ABI L 2002/271, 16.

¹⁰⁹ Stabentheiner, Zak 2008, 423.

¹¹⁰ Vgl Erwägungsgrund Nr 22 S 1 und S 2 VR-RL; Unger, ZEuP 2012, 279 FN 34.

am Arbeitsplatz des Verbrauchers abgeschlossen werden, als AGV gelten und damit vom Richtlinienchutz umfasst sind. Der nationale Gesetzgeber hat insofern von seiner Kompetenz günstigere Verbraucherschutzbestimmungen beizubehalten Gebrauch gemacht, als dass er sich in § 3 Abs 2 KSchG nicht auf diese Örtlichkeiten beschränkt, was aufgrund der Mindestharmonisierung der Haustürgeschäfte-RL auch legitim ist.

Das KSchG ist in § 3 Abs 2 beim Anwendungsbereich für AGV auch großzügiger als die Haustürgeschäfte-RL, weil es genauso wie die VR-RL auch dann einen schutzwürdigen AGV annimmt, wenn der Unternehmer den Verbraucher auf der Straße anspricht und im Anschluss erst im Geschäft des Unternehmers ein Vertrag zu Stande kommt. Verglichen mit dem nationalen Recht ist also auch diese Definition in der VR-RL nicht neu.

Weder in der Haustürgeschäfte-RL noch im KSchG geregelt, ist der Fall, dass ein Vertrag per Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, unmittelbar nachdem der Verbraucher durch den Unternehmer außerhalb des Geschäftsraumes angesprochen wurde. Demnach ist ein AGV ausgeschlossen, wenn das Kriterium der „Unmittelbarkeit“ nicht vorliegt. In Erwägungsgrund Nr 21 der VR-RL wird zu dieser Zeitspanne ausgeführt, dass Konstellationen, in denen der Unternehmer in die Wohnung des Verbrauchers kommt (zB ein Architekt) um Maße aufzunehmen oder eine Schätzung vorzunehmen, nicht als AGV gewertet werden, wenn der Vertrag erst später im Geschäftsraum des Unternehmers geschlossen wird, da der Verbraucher genügend Zeit hatte um über die Schätzung nachzudenken.

Als AGV gelten gem Art 2 Z 8 lit d VR-RL, wie sie schon zuvor die Haustürgeschäfte-RL in Art 1 Abs 1 und das KSchG in § 3 Abs 2 gekannt haben, auch Verträge, die auf einem vom Unternehmer organisierten Ausflug („Werbefahrten“/„Kaffeefahrten“), auf welchem dieser für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen wirbt, abgeschlossen werden.

Eine deutliche Ausweitung des Anwendungsbereiches für AGV ergibt sich durch Art 2 Z 8 lit b VR-RL, da die VR-RL auch Verträge, bei denen das Angebot durch den Verbraucher erfolgt und der Vertrag außerhalb der Geschäftsräume des Unternehmers abgeschlossen wird, als AGV definiert. Dh der Verbraucher ist selbst dann geschützt, wenn er den Unternehmer zu sich bestellt. In der Haustürgeschäfte-RL, sowie im KSchG wurde der Verbraucher bei AGV, die von ihm selbst angebahnt wurden, als nicht schutzwürdig angesehen.¹¹¹ Oftmals musste sich der OGH in der Vergangenheit mit der Frage auseinandersetzen, wann eine Anbahnung

¹¹¹ Art 1 Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG und § 3 Abs 3 Z 1 KSchG.

durch den Verbraucher vorliegt und wann eine Anbahnung kongruent (dh es kam ein Vertrag zu Stande zwecks dessen Abschluss der Verbraucher den Kontakt zum Unternehmer aufgenommen hat) ist.¹¹² Über diese Streitfrage werden die Gerichte aufgrund des Wegfalls des Anbahnungselements zukünftig nicht mehr entscheiden müssen.

Die Neuerung, dass keine Beschränkung mehr auf den Arbeitsplatz oder Wohnsitz erfolgt, macht durchaus Sinn, da dies mit Sicherheit nicht die einzigen Orte sind, an denen ein Verbraucher mit einer Vertragsanbahnung rechnen muss und aufgrund des Überraschungseffektes, wodurch der Verbraucher keine Möglichkeit hat Preis und Qualität des Produktes mit anderen Angeboten zu vergleichen¹¹³ und/oder dem, allenfalls sogar durch die Überrumpelung ausgelöst, psychischen Druck in einen nicht gewollten Vertrag einwilligt.¹¹⁴

Nicht nachvollziehbar ist, dass der Unionsgesetzgeber einen außerhalb vom Geschäftsraum durch den Unternehmer angebahnten und anschließend per Fernkommunikation geschlossenen Vertrag auch als AGV wertet. Zwar ist anfangs eine Überrumpelungssituation gegeben, der Verbraucher hat jedoch bis zum Einsatz des Fernkommunikationsmittels, selbst wenn der Abschluss unmittelbar erfolgen muss, Zeit sich den Vertragsabschluss gut zu überlegen. Diese Überlegungsphase ist nicht gegeben, wenn der Verbraucher den Vertrag sofort nach der Anbahnung durch den Unternehmer im Geschäft unterzeichnet, weshalb diese beiden in Art 2 Z 8 lit c VR-RL niedergeschriebenen Fälle grundsätzlich nicht vergleichbar sind. Die Erfassung dieses Abschlusses mit der „Fernabsatzkonstellation“ als AGV könnte also nur mit der systematischen Abrundung des Anwendungsbereiches oder dem Schließen von Schutzlücken argumentiert werden.¹¹⁵

Schwierig zu begründen ist auch die durch die VR-RL neu eingeführte Regelung, wonach Verträge, welche wegen eines vom Verbraucher erbetenen Besuches abgeschlossen werden, auch als AGV behandelt werden. Da hier der Überraschungsmoment von vornherein wegfällt, kann es allein auf den psychischen Druck ankommen. Ob es gerecht ist, dass dieser allein einen tragfähigen Wertungspunkt darstellt, um einen Vertrag, der nach einem vom Verbraucher ausdrücklich erwünschten Besuch des Unternehmers erfolgt, als AGV zu

¹¹² *Lurger/Augenhofer*, Konsumentenschutzrecht² 61 f.

¹¹³ Vgl Erwägungsgrund Nr 4 Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG; *Angermann*, Informationspflichten 98; *Lukas*, Außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge in *Jud/Wendehorst* 66.

¹¹⁴ *Eidenmüller*, Exerting Pressure in Contractual Negotiations, ERCL 2007, 21 ff; *Koziol/Welser*, Grundriss des bürgerlichen Rechts II: Schuldrecht AT, Schuldrecht BT, Erbrecht¹³ (2006) 405.

¹¹⁵ Krit *Grundmann*, JZ 2013, 56.

3. Anwendungsbereich und Vergleich

qualifizieren, wird in der Literatur durchaus kritisch betrachtet.¹¹⁶ Argumentiert wird damit, dass ein gewiefter Verkäufer diesen auch in seinem Geschäft ausübt.¹¹⁷ Dem kann jedoch entgegengehalten werden, dass der Druck einen Unternehmer aus den eigenen Wohnräumen hinauszubitten mit Sicherheit einiges größer ist, als zu wissen, den Geschäftsraum jederzeit verlassen zu können. Außerdem geht aus Erwägungsgrund Nr 21 Satz 2 VR-RL klar hervor, dass es dem Gesetzgeber auf Vorliegen einer psychischen Drucksituation oder eines Überraschungsmomentes beim AGV ankommt.

Zusätzlich wurde eine sogenannte Bagatellklausel eingeführt (Art 3 Abs 4 VR-RL), die es den MS freistellt AGV, bei denen das vom Verbraucher geschuldete Entgelt € 50,- nicht übersteigt, vom Anwendungsbereich der VR-RL auszunehmen oder einen niedrigeren Schwellenwert festzusetzen. Eine ähnliche Regelung findet sich in Art 3 Abs 1 Haustürgeschäfte-RL, sowie in § 3 Abs 3 Z 3 KSchG.

Abbildung 1: Überblick über die Definition des Haustürgeschäfts

KSchG	Haustürgeschäfte-RL	VR-RL	
Vom UN organisierter Ausflug	Vom UN organisierter Ausflug	Vom UN organisierter Ausflug	Anbahnung durch den UN
Anbahnung und Abschluss außerhalb des Geschäftsraumes	Anbahnung und Abschluss außerhalb des Geschäftsraumes (beachte: Beschränkung auf Whg oder Arbeitsplatz)	Anbahnung und Abschluss außerhalb des Geschäftsraumes	
Anbahnung außerhalb des GR und Abschluss im GR	Nicht in RL geregelt	Anbahnung außerhalb des GR und Abschluss im GR	Anbahnung durch den Verbraucher
Kein Haustürgeschäft	Kein Haustürgeschäft	Anbahnung und Abschluss außerhalb des GR	

¹¹⁶ Unger, ZEuP 2012, 279.

¹¹⁷ Eidenmüller, Widerrufsrechte, in Eidenmüller/Faust/Grigoleit/Jansen/Wagner/Zimmermann (Hrsg), Revision des Verbraucher-acquis (2011) 109 (142).

Ebenso wie die Haustürgeschäfte-RL, nimmt die VR-RL bestimmte Verträge (zB Immobiliengeschäfte oder periodisch wiederkehrende Lebensmittellieferungen) von ihrem Anwendungsbereich aus.¹¹⁸ Im Gegensatz zu den beiden Richtlinien, erfasst § 3 KSchG alle Arten von Verbrauchergeschäften, weshalb das KSchG nicht nur auf Verträge über Waren und Dienstleistungen angewendet wird, sondern zB auch bei Bürgschaften oder Immobilienverträgen.¹¹⁹

3.1.2.3 *Gemeinsamkeiten und Abgrenzung zwischen FAV und AGV*

Für die Abgrenzung zwischen FAV und AGV ist grundsätzlich das Merkmal der gleichzeitigen körperlichen Anwesenheit der Vertragspartner bzw deren Fehlen das maßgebliche Kriterium.¹²⁰ Die Kombination von Haustür- und Fernabsatzgeschäft wurde vom europäischen Gesetzgeber als ebenso schutzbedürftig angesehen. Diese „Schutzlücke“ wurde durch die VR-RL geschlossen.¹²¹ Denn Art 2 Z 8 lit c schreibt vor, dass Verträge die in einer Haustürsituation durch den Unternehmer angebahnt und in einer Fernabsatzsituation abgeschlossen werden, als AGV zu qualifizieren sind. Ein FAV wird nun selbst dann angenommen, wenn der Verbraucher und der Unternehmer zuvor Kontakt hatten, der Vertrag aber per Fernkommunikation geschlossen wird.

Sowohl für AGV als auch für FAV werden die Informationspflichten in Art 6 VR-RL einheitlich inhaltlich geregelt. Bei den formalen Anforderungen für diese beiden Vertragsarten in Art 7 und Art 8 VR-RL bestehen jedoch Unterschiede. In Ergänzung der zunächst darzustellenden Grundstruktur der Regelungen sind sowohl für die AGV als auch die FAV verschiedene spezielle Regelungsmodulare vorgesehen. Diese werden unter Kapitel 3.6 gesondert behandelt.

Insgesamt können die Schaffung von gesonderten Regelungen für AGV und FAV und die unterschiedlichen Harmonisierungsgrade der Artikel über die Informationspflichten als Fortsetzung der bisherigen Regelung für diese beiden Vertriebsformen angesehen werden, was durch das Gefahrenpotential dieser Abschlusssituationen durchaus gerechtfertigt

¹¹⁸ Siehe dazu Art 2 lit a und lit b Haustürgeschäfte-RL 85/577/EWG und Art 3 Abs 3 lit e, lit f und lit j VR-RL.

¹¹⁹ Lurger/Augenhofer, Konsumentenschutzrecht² 58.

¹²⁰ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 30.

¹²¹ Grundmann, JZ 2013, 56.

erscheint. Dies führt jedoch wiederum dazu, dass eine gänzliche Vereinheitlichung aller Informationspflichten misslungen ist.¹²²

3.2 Inhalt der Informationspflichten

Wenn ein Unternehmer zur Informationserteilung verpflichtet ist, müssen für den Umfang und den Inhalt der Informationspflichten erneut die AGV und FAV von den allgemeinen Verbraucherverträgen differenziert werden.

3.2.1 Die allgemeinen Informationspflichten

In Art 5 Abs 1 VR-RL werden in acht literae die Umstände aufgezählt, über die ein Unternehmer den Verbraucher vor Vertragsabschluss zu informieren hat. Dieser orientiert sich an Art 7 Abs 4 UGP-RL¹²³, da Informationspflichten für das reguläre Ladengeschäft erstmals die VR-RL enthält.¹²⁴ Der Gesetzgeber ist im Fall von Richtlinien, die produkt- und situationsunabhängig bestimmte Vertragsschlussituationen regeln angehalten, die Informationspflichten derart zu formulieren, dass sie auf eine Vielzahl von verschiedenen Vertragsgegenständen Anwendung finden können.¹²⁵ Zum Zwecke einer besseren Übersicht erfolgt nachstehend eine Systematisierung der gesetzlich festgelegten Informationspflichten des Art 5 Abs 1 VR-RL in vier Obergruppen:

- (1) Informationen zur Identität des Anbieters
- (2) Informationen, die sich auf die Leistung beziehen (dazu zählen wesentliche Produkt-/Dienstleistungsmerkmale, der Preis, sowie Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen)
- (3) Informationen zur Möglichkeit/zum Umgang mit Rechtsbehelfen (wie Beschwerden, Gewährleistung und Garantie)
- (4) Informationen, welche die Bindungsintensität des Vertrags betreffen

¹²² Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 30.

¹²³ RL 2005/29/EG v 11. 5. 2005 über unlautere Geschäftspraktiken, AB1 L 2005/149, 22.

¹²⁴ Vgl. Micklitz/Reich, Der Kommissionsvorschlag vom 8.10.2008 für eine Richtlinie über „Rechte der Verbraucher“, oder: „der Beginn des Endes einer Ära...“, EuZW 2009, 279 (282); Dehn in *Jud/Wendehorst*, 44, 55 ff; Schwab/Giesemann, EuZW 2012, 254.

¹²⁵ Börger, Informationspflichten 31.

Vorausgeschickt wird, dass alle diese geforderten Informationen jedoch unterbleiben können, wenn sie sich unmittelbar aus den Umständen ergeben, da dadurch „eine unnötige Belastung des Geschäftsverkehrs vermieden [wird]“.¹²⁶

Zur ersten Kategorie gehört gem Art 5 Abs 1 lit b VR-RL die Bekanntgabe der Identität durch den Unternehmer, um sicher zu stellen, dass der Verbraucher weiß wem gegenüber er seine Rechte geltend machen kann. Die VR-RL zählt dazu beispielsweise, dass er dem Verbraucher seinen Handelsnamen, sowie den Ort seiner Niederlassung und seine Telefonnummer preisgibt. Allerdings ist im stationären Handel idR die Identität des Unternehmers unmittelbar aus den Umständen erkennbar.¹²⁷

Des Weiteren hat der Unternehmer genaue Angaben zum Vertragsgegenstand zu machen.

Art 5 Abs 1 lit a VR-RL schreibt Informationen über die wesentlichen Eigenschaften der unternehmerischen (Sach-)leistung, im für diese und dem Datenträger angemessenen Umfang vor. Präzisiert wird diese Bestimmung durch die lit g und lit h, welche vorsehen, dass der Unternehmer gegebenenfalls über die Funktionsweise und die Interoperabilität digitaler Inhalte¹²⁸ informieren muss. In Erwägungsgrund Nr 19 der VR-RL wird angegeben, was unter Funktionsweise und Interoperabilität digitaler Inhalte verstanden wird. Erstere bezieht sich darauf, dass der Verbraucher über die Verwendung digitaler Inhalte Bescheid wissen muss und dass beispielsweise durch deren Nutzung auch sein Verhalten nachverfolgt werden kann. Die Interoperabilität bezieht sich auf die Kompatibilität der digitalen Inhalte mit ihrer standardmäßigen Umgebung an Hard- und Software. Was als wesentliche Eigenschaft eines Produktes angesehen wird, bedarf laut *Schwarzenegger* der authentischen Interpretation.¹²⁹ Beispielsweise stellt der gemeine Wert einer Ware im nationalen Recht keine wesentliche Eigenschaft dar und der Verlust jeglicher Handelsspanne spricht dafür, dass der Richtliniensetzer derselben Ansicht wäre.¹³⁰ *Dehn* wiederum empfiehlt die Wesentlichkeit eines Produktes an „dem erkennbaren Aufklärungsbedarf eines redlichen Informationsempfängers in der konkreten Verkehrssituation [zu messen]“.¹³¹ Schwierig zu beurteilen ist auch die Frage, wann sich die Wesentlichkeit unmittelbar aus den Umständen ergibt und somit keine Informationserteilung seitens des Unternehmers notwendig ist. Mit

¹²⁶ *Dehn* in *Jud/Wendehorst* 56.

¹²⁷ *Heinig*, MDR 2012, 324.

¹²⁸ Erwägungsgrund Nr 19 VR-RL.

¹²⁹ Diskussionsbericht zu *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 50.

¹³⁰ Diskussionsbericht zu *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 50.

¹³¹ *Dehn* in *Jud/Wendehorst* 56.

Sicherheit keiner zusätzlichen Information bedarf es, bei einer „in die Augen fallenden“ Beschaffenheit eines Produktes.¹³² Bei komplexeren Waren, wie zB technischen Geräten ist zwar eine Information nötig, wobei jedoch eine am Produkt angebrachte Wareninformation ausreichend ist.¹³³ Auch der Terminus, dass die Information für den dem Produkt und dem Datenträger angemessenen Umfang gegeben werden muss, stellt nicht auf den spezifischen Informationsbedarf des Verbrauchers in einer bestimmten Situation ab.¹³⁴ Diese Standardisierung bedeutet, dass der Unternehmer bei der Informationserteilung keine Rücksicht auf den Kenntnissstand des Verbrauchers nehmen muss.¹³⁵

Der Preis, welcher zu den essentialia negotii eines Vertrages zählt, muss gem Art 5 Abs 1 lit c VR-RL inklusive aller Steuern und Abgaben angegeben werden. Falls eine genaue Angabe im Voraus nicht möglich ist, muss der Verbraucher über die Art der Preisberechnung des Produktes und sämtliche Kosten die möglicherweise zusätzlich anfallen (zB Fracht-, Liefer- oder Versandkosten), informiert werden.

Art 5 Abs 1 lit d VR-RL beinhaltet die Verpflichtung des Unternehmers den Verbraucher gegebenenfalls über die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen aufzuklären. Unter „gegebenenfalls“ wird, mit Blick auf den Richtlinienentwurf verstanden, dass eine Aufklärung über die Zahlungsmodalitäten, sowie den Termin der Lieferung oder die Erfüllung nur dann notwendig ist, wenn diese Bedingungen von den „Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt“¹³⁶ abweichen. Der Begriffsbestimmung zur beruflichen Sorgfalt in Art 2 Z 14 des Richtlinienentwurfs kann man entnehmen, dass der Unternehmer sich an die anständigen Marktgepflogenheiten und den allgemeinen Grundsatz von Treu und Glauben in seinem Tätigkeitsbereich zu halten hat. Er ist demnach nicht verpflichtet, den Verbraucher zusätzlich zu den vertraglichen Vorgaben für die Zahlungs-, Lieferungs- und Leistungsbedingungen, über die gesetzlichen Rechte und Pflichten (zB gesetzliche Verzugszinsen) zu belehren.¹³⁷ In weiterer Folge kann der Terminus „gegebenenfalls“ durch die Worte „falls vorhanden“ ersetzt werden.

Der Unternehmer muss den Verbraucher über mögliche Rechtsbehelfe aufklären, sodass dieser die Möglichkeit hat, rechtliche Schritte einzuleiten, falls er mit der Leistung nicht zufrieden oder diese mangelhaft ist.

¹³² Dehn in *Jud/Wendehorst* 57.

¹³³ Heinig, MDR 2012, 324.

¹³⁴ Dehn in *Jud/Wendehorst* 56.

¹³⁵ Krit dies in *Jud/Wendehorst* 56.

¹³⁶ Art 5 Abs 1 lit d VR-RL-Entwurf.

¹³⁷ Dehn in *Jud/Wendehorst* 61.

Dazu zählen gem Art 5 Abs 1 lit d gegebenenfalls die Aufklärung über das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden, sowie gem Art 5 Abs 1 lit e zusätzlich zum Hinweis auf das gesetzliche Gewährleistungsrecht, gegebenenfalls der Hinweis auf das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen nach dem Verkauf oder auf das Bestehen von gewerbliche Garantien. Anders als es der Richtlinienentwurf noch vorsah, verlangt die VR-RL bei den allgemeinen Informationspflichten keine Information zum möglichen Bestehen eines Widerrufsrechts.¹³⁸

Zur letzten Kategorie, den Informationen zur Bindungsintensität des Vertrags, zählen die durch Art 5 Abs 1 lit f gegebenenfalls geforderten Informationen zu seiner Laufzeit oder zu den Bedingungen, unter welchen unbefristete oder sich automatisch verlängernde Verträge gekündigt werden können.

Die MS können gem Art 5 Abs 4 VR-RL für Verträge, welche den allgemeinen Informationspflichten unterliegen, zusätzliche vorvertragliche Informationspflichten einführen oder falls schon vorhanden, aufrechterhalten. Durch diese Bestimmung weicht der europäische Gesetzgeber vom in Art 4 VR-RL verankerten Grundsatz der Vollharmonisierung ab.

3.2.2 Die speziellen Informationspflichten

Die Informationslast ist bei den FAV und AGV dadurch, dass sie situationsbezogen sind, bedeutend höher, als Art 5 VR-RL dies für alle anderen Verbraucherverträge verlangt. Art 6 Abs 1 VR-RL enthält 20 literae (lit a bis lit t), die Vorschriften zu den Informationspflichten beinhalten. Teilweise finden sich auch in Art 7 und 8 der VR-RL unter dem Titel „formale Anforderungen“ Informationspflichten zu den beiden Geschäftsarten.

3.2.2.1 AGV und FAV

Im Wesentlichen ähneln die Informationsvorschriften des Kapitels III jenen des Kapitels II der VR-RL, weshalb eine Einteilung in denselben Kategorien wie zuvor (siehe dazu 3.2.1) vorgenommen werden kann. Allerdings enthält Art 6 VR-RL noch zusätzliche Vorschriften, wie beispielsweise zum Rücktrittsrecht („Widerruf“) vom Vertrag oder zum Verhalten des

¹³⁸ Art 5 Abs 1 lit e VR-RL-Entwurf.

3. Anwendungsbereich und Vergleich

Unternehmers. Während jedoch der Rücktritt unter der Kategorie der Rechtsbehelfe behandelt werden kann, muss eine Erweiterung der Obergruppen um die Kategorie „Verhaltenskodizes“ vorgenommen werden.

Der Unternehmer muss auch gem Art 6 Abs 1 lit b, c und d VR-RL über seine Identität informieren, wobei diese Vorschrift etwas umfangreicher ist, als dieselbe bei den allgemeinen Informationspflichten. So hat er gegebenenfalls zusätzlich seine Faxnummer und E-Mailadresse anzugeben. Handelt er nicht in eigenem Namen hat er auch über die Kontaktdaten seines Auftraggebers zu informieren. Art 6 Abs 3 VR-RL konkretisiert diese Bestimmung in Bezug auf öffentliche Versteigerungen, wonach es ausreicht, wenn der Verbraucher über die Identität des Versteigerers Bescheid weiß.

Zur zweiten Kategorie zählen wiederum die Informationen zum Vertragsgegenstand. Art 6 Abs 1 lit a VR-RL schreibt vor, dass der unternehmerische Vertragspartner Informationen über die wesentlichen Eigenschaften der Leistung in angemessenen Umfang geben muss. Art 6 Abs 1 lit r und s VR-RL ergänzen diese Bestimmung gegebenenfalls in Bezug auf digitale Inhalte.

Art 6 Abs 1 lit e, f und q VR-RL enthalten die verpflichtenden Informationen zur Preisangabe. Sie sind etwas umfangreicher als die vergleichbaren Artikel zu den allgemeinen Informationspflichten, da lit f dem Unternehmer vorschreibt, über die Kosten der für den Vertragsabschluss eingesetzten Fernkommunikationstechnik, zu informieren. Gegebenenfalls kann der Unternehmer laut lit q sogar eine finanzielle Sicherheit vom Verbraucher fordern, er muss ihm darüber jedoch Bescheid geben.

Jedenfalls muss der Unternehmer den Verbraucher laut Art 6 Abs 1 lit g VR-RL auch über die Modalitäten zu Zahlung, Lieferung und Leistung, sowie zum Lieferungs- bzw Leistungstermin, informieren.

Dieselben Verpflichtungen wie bei den allgemeinen Informationspflichten bezüglich der Rechtsbehelfe, werden dem Unternehmer auch durch Art 6 Abs 1 lit g, l, m und t VR-RL auferlegt. So muss er den Verbraucher gegebenenfalls über den Umgang mit Beschwerden informieren (lit g).

Des Weiteren muss er auf das gesetzliche Gewährleistungsrecht und gegebenenfalls auf das Bestehen von Kundendienstleistungen und gewerblichen Garantien (lit l und m) hinweisen.

Während der Unternehmer bei den allgemeinen Informationspflichten gegebenenfalls nur über den Umgang mit Beschwerden informieren muss, findet sich in Art 6 Abs 1 lit t VR-RL die Anweisung, den Verbraucher gegebenenfalls über den Zugang zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren zu informieren, sowie dessen Voraussetzung zu erläutern.

Die größte Abweichung zu den Informationspflichten nach Art 5 VR-RL ist jedoch in den Art 6 Abs 1 lit h bis k VR-RL enthalten.¹³⁹ Sie handeln vom Widerrufsrecht des Verbrauchers. Der Verbraucher ist darüber zu informieren, wann ihm ein Widerrufsrecht zusteht, welche Fristen er einhalten muss und wie er es ausüben muss (lit h). Nähere Erläuterungen dazu finden sich in Art 11 Abs 1 VR-RL. Des Weiteren ist ihm ein Muster-Widerrufsformular¹⁴⁰ auszuhändigen. Gegebenenfalls muss der Unternehmer auch über eventuell anfallende Rücksendekosten informieren (lit i). Wenn der Verbraucher vom Unternehmer ausdrücklich verlangt, dass er mit seiner Dienstleistung während der Widerrufsfrist beginnt, muss der Unternehmer den Verbraucher darauf hinweisen, dass er verpflichtet ist einen anteiligen Betrag gem Art 14 Abs 3 VR-RL zu leisten, wenn er den Vertrag widerruft (lit j). Gem Art 6 Abs 4 VR-RL können diese Belehrungen mittels einer Muster-Widerrufsbelehrung¹⁴¹, wie sie bereits aus der Verbraucherkredit-RL¹⁴² bekannt ist, gegeben werden. Der Verbraucher muss auch darüber Bescheid wissen, falls ihm gem Art 16 VR-RL kein Rücktritt vom Vertrag zusteht oder unter welchen Umständen er diesen verliert (lit k).

Die vierte Kategorie bilden die Bestimmungen zur Bindungsintensität des Vertrags. Art 6 Abs 1 lit o VR-RL, der gegebenenfalls die Laufzeit und die Kündigungsmöglichkeiten eines Vertrags vorschreibt, ist wortident mit den Bestimmungen des Art 5 Abs 1 lit f VR-RL. Ergänzt wird dieser Artikel von Art 6 Abs 1 lit p VR-RL, welcher bestimmt, dass der Verbraucher gegebenenfalls über die Mindestdauer seiner Verpflichtungen zu informieren ist.

Keiner der vorhergehenden Kategorien lässt sich Art 6 Abs 1 lit n VR-RL zuordnen. Demnach kann sich der Unternehmer freiwillig bestehenden einschlägigen Verhaltenskodizes¹⁴³ unterwerfen. Falls der Unternehmer dies tut, muss er dem Verbraucher

¹³⁹ *Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger* 32.

¹⁴⁰ Anhang 1 Teil B VR-RL.

¹⁴¹ Anhang 1 Teil A VR-RL.

¹⁴² RL 2008/48/EG v 23. 4. 2008 über Verbraucherkreditverträge, ABI L 2008/133, 66.

¹⁴³ Hinweis in der VR-RL auf Art 2 lit f UGP-RL 2005/29/EG.

Bescheid geben und ihn darüber informieren, wie der Verbraucher in diese Verhaltenskodizes Einsicht nehmen kann.

In der letztlich gültigen Fassung der VR-RL wird in Art 6 Abs 5 VR-RL festgehalten, dass die speziellen Informationspflichten des Art 6 Abs 1 VR-RL fixer Vertragsbestandteil werden. Daraus folgt, dass alle erteilten Informationen des Art 6 Abs 1 VR-RL kraft Gesetzes, sowie alle vom Unternehmer bis Vertragsschluss zusätzlich gegebenen, jedoch von Art 6 Abs 1 VR-RL nicht verlangten Informationen möglicherweise kraft Vertragsauslegung zum Vertragsinhalt und somit verbindlich werden. Die Parteien haben jedoch die Möglichkeit ausdrücklich etwas anderes zu vereinbaren, um vor einer Vertragsverletzung bewahrt zu bleiben, was bedeutet, dass die Informationspflichten als solche obligatorisch sind und nicht geändert werden können, sondern nur in ihrer Eigenschaft als Vertragsbestandteil.¹⁴⁴ Eine analoge Anwendung dieser Bestimmung auf Art 5 VR-RL scheint insofern geboten, da die gegebenen Informationen den Verbraucher vor einem anderen Vertragsinhalt, etwa durch AGB oder durch dispositives Recht schützen sollten.¹⁴⁵ Würden sie nicht Vertragsinhalt werden, würde die Leistung gem § 904 ABGB sofort fällig werden, selbst wenn der Unternehmer den Verbraucher zuvor informiert hätte, dass die Fälligkeit der Leistung erst in 14 Tagen eintrete.¹⁴⁶

Für die speziellen Informationspflichten gilt, im Gegensatz zu den allgemeinen Informationspflichten, gem Art 4 VR-RL das Vollharmonisierungsprinzip. Das bedeutet, dass von den MS keine zusätzlichen Informationen oder weitergehenden formellen Anforderungen für die geforderten Informationspflichten vorgeschrieben werden dürfen (Art 7 Abs 5 und Art 8 Abs 10 VR-RL). Allerdings können die MS von den, in Art 7 Abs 4 und Art 8 Abs 6 VR-RL, eingeräumten Optionen in speziellen Konstellationen Gebrauch machen (siehe dazu unter 3.6). Trotz Vollharmonisierung ist es möglich und sogar wünschenswert, dass sich der Unternehmer selbst strengere Vorschriften auferlegt (Art 3 Abs 6 VR-RL).

¹⁴⁴ Erwägungsgrund Nr 35 VR-RL; *Unger*, ZEuP 2012, 286.

¹⁴⁵ Siehe dazu Art 5 Abs 3 VR-RL-Entwurf; *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 34.

¹⁴⁶ *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 34 FN 43.

3. Anwendungsbereich und Vergleich

3.2.2.2 Neuerungen durch die VR-RL

Im Vergleich zum KSchG und auch zu den Vorschriften der Haustürgeschäfte-RL, sind die geforderten Informationspflichten der VR-RL für AGV wesentlich umfangreicher, wodurch es einer kompletten Neugestaltung der Informationspflichtenregelung zu den AGV bedarf. Laut § 3 Abs 1 KSchG muss der Unternehmer bis dato nur seinen Namen und seine Anschrift, sowie die zur Identifizierung des Vertrags notwendigen Angaben und eine Belehrung über das Rücktrittsrecht, bekanntgeben (dieselbe Regelung sieht Art 4 Haustürgeschäfte-RL vor). Die Differenzen zu den „alten“ Regelungen zeigen, dass durch die VR-RL das Schutzniveau für den Verbraucher bei den AGV deutlich angehoben wird.

Im Gegensatz dazu, bringt die VR-RL für FAV nicht so viele Neuerungen, da für diese sowohl bereits in Art 4 und Art 5 Fernabsatz-RL, als auch im KSchG recht umfangreiche Informationspflichtenregelungen vorgesehen sind. So verlangen § 5c Abs 1 und 5d Abs 2 KSchG die Erteilung von Informationen, die mit der Neuregelung fast wortident sind (zB Hinweis auf Garantie und Kundendienstleistungen) oder die sich ohne weiteres in die vier vorhergehenden Kategorien einteilen lassen, durch die VR-RL jedoch noch viel detaillierter geregelt werden.

Abbildung 2: Bestandsaufnahme der Informationspflichten

Informationspflicht	AGV im KSchG	AGV in der Haustürgeschäfte-RL	FAV im KSchG	FAV in der Fernabsatz-RL	Spezielle Informationspflichten	Allgemeine Informationspflichten
1.) Identität des Anbieters	<ul style="list-style-type: none"> Name Adresse 	<ul style="list-style-type: none"> Name Adresse 	<ul style="list-style-type: none"> Name Adresse 	<ul style="list-style-type: none"> Identität uU Adresse 	<ul style="list-style-type: none"> Identität Kontaktdaten <p>→ uU Identität des Dritten, in dessen Auftrag er handelt!</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identität Kontaktdaten

3. Anwendungsbereich und Vergleich

2.) Leistungsbezogene Informationspflichten	Angaben zur Identifizierung des Vertrags	Angaben zur Identifizierung des Vertrags	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentliche Eigenschaften der Ware oder DL • Preis inkl. Steuern • uU Lieferkosten • Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen • uU Kosten des verwendeten Fernkommunikationsmittels • Gültigkeitsdauer des Preises oder Angebots 	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentliche Eigenschaften der Ware oder DL • Preis inkl. Steuern • uU Lieferkosten • Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen • uU Kosten des verwendeten Fernkommunikationsmittels • Gültigkeitsdauer des Preises oder Angebots 	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentliche Eigenschaften der Ware oder DL • Preis inkl. Steuern • uU Fracht-, Liefer- oder Versandkosten • Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen • uU Kosten des verwendeten Fernkommunikationsmittels • uU Kautions 	<ul style="list-style-type: none"> • Wesentliche Eigenschaften der Ware oder DL • Preis inkl. Steuern • uU Fracht-, Liefer- oder Versandkosten • Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen
3.) Rechtsbehelfe	<ul style="list-style-type: none"> • Rücktrittsrecht 	<ul style="list-style-type: none"> • Rücktrittsrecht 	<ul style="list-style-type: none"> • Rücktrittsrecht • Beschwerdeadresse • KundendDL • Garantiebedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Rücktrittsrecht • Beschwerdeadresse • KundendDL • Garantiebedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Rücktrittsrecht • uU Zugang zu außergerichtl. Beschwerde- und Rechtsbehelfsvf • KundendDL • Garantiebedingungen • Gewährleistungsrecht 	<ul style="list-style-type: none"> • KundendDL • Garantiebedingungen • Gewährleistungsrecht
4.) Bindungsintensität des Vertrags	---	---	<ul style="list-style-type: none"> • uU Mindestlaufzeit des Vertrags • uU Kündigungsbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • uU Mindestlaufzeit des Vertrags • uU Kündigungsbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • uU Mindestlaufzeit des Vertrags • uU Kündigungsbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • uU Mindestlaufzeit des Vertrags • uU Kündigungsbedingungen
5.) Verhaltenskodizes	---	---	---	---	uU Verhaltenskodex	---

3.3 Zeitpunkt der Informationserteilung

Der Verbraucher muss von den geforderten Informationen, unabhängig ob es die allgemeinen oder die speziellen sind, gem Art 5 Abs 1 und Art 6 Abs 1 VR-RL, Kenntnis haben, bevor er ein bindendes Angebot oder seine Zustimmung zum Vertrag abgibt. Es handelt sich also um vorvertragliche Informationspflichten.¹⁴⁷ Wann die Phase des Vertragsabschlusses beginnt und wann man sich noch im vorvertraglichen Stadium befindet, ist nicht immer ganz eindeutig.¹⁴⁸

Derzeit gilt in § 3 Abs 1 S 3 KSchG für die Haustürgeschäfte, dass die Belehrung über das Rücktrittsrecht anlässlich der Entgegennahme der Vertragserklärung des Verbrauchers zu erfolgen hat. Demnach reicht es aus, wenn die Belehrung erst bei Vertragsabschluss erfolgt.¹⁴⁹

Art 4 Haustürgeschäfte-RL sieht als letztmöglichen Zeitpunkt der Rücktrittsbelehrung ebenso den des Vertragsschlusses vor.

Im Gegensatz dazu müssen gem § 5c Abs 1 KSchG bestimmte Informationen (zB Identität des Unternehmers, wesentliche Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung) beim Fernabsatzgeschäft rechtzeitig vor Abgabe der Vertragserklärung durch den Verbraucher erfolgen, für andere Angaben wiederum (zB Bedingungen/Einzelheiten zur Ausübung des Rücktrittsrechts oder Informationen zu den Kündigungsbedingungen) reicht es gem Art 5d Abs 1 KSchG, wenn sie während der Vertragserfüllung gegeben werden. Dasselbe fordern Art 4 Abs 1 und Art 5 Abs 1 Fernabsatz-RL.

Zu unterscheiden von den vorvertraglichen Informationspflichten, ist die nachvertragliche Bestätigungspflicht des Vertrags, welcher ein Unternehmer bei einem FAV oder AGV nachzukommen hat.

Der Unternehmer muss gem Art 8 Abs 7 S 1 VR-RL bei einem FAV nach Vertragsschluss und noch vor Beginn der Leistung innerhalb einer angemessenen Frist eine Bestätigung des geschlossenen Vertrags zur Verfügung stellen. Wenn der Unternehmer die Informationspflichten dem Verbraucher nicht bereits vor Vertragsabschluss auf einem dauerhaften Datenträger zukommen lassen hat, müssen in dieser Vertragsbestätigung auch alle vorvertraglichen Informationspflichten gegeben werden.

¹⁴⁷ Dehn in *Jud/Wendehorst* 41 f.

¹⁴⁸ Siehe dazu *dies* in *Jud/Wendehorst* 52.

¹⁴⁹ *Lurger/Augenhofer*, *Konsumentenschutzrecht*² 63.

Laut Art 5 Abs 1 Fernabsatz-RL muss der Unternehmer unter gewissen Umständen die vorvertraglichen Informationspflichten während der Vertragserfüllung bestätigen, nicht jedoch den Vertrag als solchen. Eine vergleichbare Vorschrift findet sich in § 5d Abs 1 KSchG wieder, wobei es auch laut dieser ausreicht, wenn die Informationsbestätigung rechtzeitig während der Vertragserfüllung erteilt wird.

Ebenso muss bei AGV gem Art 7 Abs 2 VR-RL eine Vertragsbestätigung (jedoch ohne Informationen, da diese idR ohnehin auf einem dauerhaften Datenträger erteilt werden) gegeben werden. Ergänzungsbedürftig ist dieser Artikel zu den AGV insofern, als dass er keine Frist angibt, binnen derer die Bestätigung erfolgen muss und außerdem ist nicht eindeutig feststellbar, ob die Bestätigung wenigstens die wesentlichen Vertragsinhalte (zB Parteien, Vertragsgegenstand, Preis) wiedergeben muss oder bloß die Aussage, dass ein Vertrag geschlossen wurde.¹⁵⁰ Da eine zeitlich unbegrenzt zulässige Bestätigung offenkundig zweckwidrig wäre, könnte man zumindest die in Art 8 Abs 7 S 1 VR-RL für FAV genannte Frist analog für die AGV heranziehen.¹⁵¹

Eine nachvertragliche Bestätigung für Haustürgeschäfte wurde bis dato weder in der Haustürgeschäfte-RL, noch im KSchG vorgesehen.

Jedenfalls wurde die Zweistufigkeit der Informationserteilung, nämlich einmal in der dem Vertragsabschluss vorangehenden Phase durch (vorvertragliche) Informationspflichten, sowie einmal in der dem Vertragsabschluss nachfolgenden Phase durch (nachvertragliche) Bestätigungspflichten, wie sie schon aus der Fernabsatz-RL bekannt ist, in der VR-RL im Prinzip beibehalten und auf die AGV erstreckt.¹⁵²

3.4 Modalitäten der Informationserteilung

Hinsichtlich der Informationserteilung muss einerseits die Frage beantwortet werden, welche sprachlichen Anforderungen an sie gestellt werden und andererseits durch welches Medium sie an den Informationsempfänger gelangen.

¹⁵⁰ Unger, ZEuP 2012, 288.

¹⁵¹ Ders, ZEuP 2012, 288.

¹⁵² Wendehorst in FS Griss 729; Unger, ZEuP 2012, 251.

3.4.1 Sprachliche Anforderungen

Die VR-RL schreibt sowohl für die allgemeinen Informationspflichten in Art 5 Abs 1, als auch für die speziellen Informationspflichten in Art 6 Abs 1 vor, dass die Informationen in „klarer und verständlicher Weise“ erteilt werden müssen. Einer ähnlichen Formulierung, nämlich dass die Informationserteilung in „klarer und verständlicher Sprache“ erfolgen muss, bedienen sich Art 7 Abs 1 und Art 8 Abs 1 VR-RL. Dieses „Transparenzgebot“ kann für die speziellen Informationspflichten gem Art 6 Abs 7 VR-RL, durch sprachliche Anforderungen der MS konkretisiert werden.¹⁵³

Die VR-RL verliert, ebenso wie der Richtlinienentwurf, kein Wort darüber, in welcher Sprache der Unternehmer zu informieren hat.¹⁵⁴ Laut *Micklitz/Reich* sollte der Unternehmer zumindest zwei Sprachen anbieten.¹⁵⁵ *Schwarzenegger* wiederum empfiehlt auf die beteiligten Verkehrskreise abzustellen.¹⁵⁶ Während bei einem Haustürgeschäft unverzichtbar ist, dass die Information in der jeweiligen Landessprache gegeben wird, könnte man beim Fernabsatzgeschäft davon ausgehen, dass beispielsweise im Internet, dadurch dass ein größerer Personenkreis in verschiedenen Ländern erreicht wird, Englisch ausreicht.¹⁵⁷ Letztlich hat jedoch der EuGH zu klären, wie er das Wort „Verständlichkeit“ interpretiert.¹⁵⁸

Für Fernabsatzgeschäfte findet sich eine derartige Transparenzregelung in Art 4 Abs 2 Fernabsatz-RL und in § 5c Abs 2 KSchG.

In Zusammenhang mit den Haustürgeschäften gehen weder die Haustürgeschäfte-RL noch das KSchG auf sprachliche Anforderungen ein.

3.4.2 Mittel

Hinsichtlich der allgemeinen Informationspflichten des Art 5 VR-RL schreibt die VR-RL keine spezielle Form der Weitergabe von Informationen vor, was mit Blick auf die Vielzahl der erfassten Geschäftstypen durchaus sinnvoll erscheint, da vorgegebene Regelungen zu

¹⁵³ Siehe Erwägungsgrund Nr 15 VR-RL (dasselbe wird also auch für die allgemeinen Informationspflichten gelten); *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 35.

¹⁵⁴ *Micklitz/Reich*, EuZW 2009, 282.

¹⁵⁵ *Micklitz/Reich*, Crónica de una muerte anunciada: The Commission Proposal for a “Directive on Consumer Rights”, CMLR 2009, 471 (490).

¹⁵⁶ Diskussionsbericht zu *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 51.

¹⁵⁷ Diskussionsbericht zu *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 51; aA *Micklitz/Reich*, CMLR 2009, 490.

¹⁵⁸ Siehe auch *Micklitz*, Zum Recht des Verbrauchers auf die eigene Sprache, ZEuP 2003, 635 (640 f); Diskussionsbericht zu *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 51.

einer Fülle an Vorschriften führen würden. Es reicht also aus, wenn der Verbraucher irgendwie (zB mündlich, durch Ladenaushang, durch Produktaufdruck) informiert wird.¹⁵⁹ Diese Formfreiheit ist bei den speziellen Informationspflichten nicht gegeben. Während die FAV und AGV durch die VR-RL inhaltlich und auf den Zeitpunkt der Informationserteilung bezogen, weitgehend gleich behandelt werden können, ist bei der Form der Weitergabe, aufgrund der technischen Gegebenheiten, zu differenzieren.¹⁶⁰ Auf diese Differenzierung wird im Folgenden näher eingegangen.

3.4.2.1 AGV

Art 7 Abs 1 VR-RL fordert eine Bereitstellung der Information auf Papier oder, sofern der Verbraucher dem zustimmt, auf einem anderen dauerhaften Datenträger. Als dauerhaften Datenträger definiert Art 2 Z 10 VR-RL jedes Medium, das die Speicherung der Information für eine angemessene Dauer, sowie die unveränderte Wiedergabe der gespeicherten Information ermöglicht.¹⁶¹ Mündliche Informationen reichen demnach bei AGV nicht aus, wobei Art 7 Abs 4 lit a VR-RL davon eine partielle Ausnahme für Handwerkerverträge macht, welche unter den Sondermodulen (siehe dazu unter 3.6) näher behandelt werden.

Kein dauerhafter Datenträger liegt laut EuGH vor, wenn es sich um eine „gewöhnliche“ Internetseite handelt.¹⁶² Es reicht nicht aus, wenn der Verbraucher die Möglichkeit hat durch eigene Programme oder Browser-Funktionen (wie zB Screenshots) die Information zu speichern. Anderes gilt, wenn die Webseite als solche die Speicherung ermöglicht, zB indem sie einen Button für einen pdf-Druck vorsieht.¹⁶³ Selbst wenn die Internetseite, die Kriterien, welche nötig sind um als dauerhafter Datenträger zu gelten, erfüllt, liegt bei der Informationsbereitstellung per Webseite noch ein anderes Problem vor.

Die englische Fassung der VR-RL verwendet ua in Art 7 Abs 1 VR-RL den terminus „give“, was in der deutschen Fassung im selben Artikel unpräzise mit „stellt bereit“ übersetzt wird. Diese Fehlübersetzung führt einerseits zu Uneinheitlichkeit in der VR-RL, da „give“ zB in Art 8 Abs 1 VR-RL richtigerweise mit „erteilt“ übersetzt wird, andererseits ist sie für Art 7

¹⁵⁹ Unger, ZEuP 2012, 283.

¹⁶⁰ Grundmann, JZ 2013, 58.

¹⁶¹ Tacou, Verbraucherschutz auf hohem Niveau oder Mogelpackung? – Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher, ZRP 2009, 140 (142); Siehe für Beispiele (CD-Rom, DvD...) Erwägungsgrund Nr 23 VR-RL.

¹⁶² EuGH 5.7.2012, C-49/11, *Content Services Ltd/Bundesarbeitskammer*; siehe auch EFTA 27. 1. 2010, E-4/09, *Inconsult/ Finanzmarktaufsicht* Rz 63.

¹⁶³ EuGH C-49/11, *Content Services Ltd* Rz 43; EFTA E-4/09, *Inconsult* Rz 65; Unger, ZEuP 2012, 284.

Abs 1 inhaltlich verfälschend.¹⁶⁴ Denn dem Originaltext der VR-RL zufolge ist der Unternehmer seiner Informationspflicht bei den AGV nicht nachgekommen, wenn er die Informationen nur bereitstellt, indem er sie beispielsweise auf seiner (mittels pdf-Druck als dauerhafter Datenträger qualifizierten) Internetseite zugänglich macht, selbst dann nicht, wenn er dem Verbraucher ein E-Mail mit einem Hyperlink zu dieser Website sendet und der Verbraucher durch Anklicken dieses Links die Informationen auf der Unternehmerwebsite ansehen kann.¹⁶⁵ Schließlich darf die Informationsübermittlung kein aktives Handeln des Verbrauchers erfordern.¹⁶⁶ Wenn der Unternehmer jedoch dem Verbraucher ein E-Mail¹⁶⁷ mit den erforderlichen Informationen sendet (unabhängig davon ob sich die Informationen im Mail oder im Anhang zum Mail befinden) und der Verbraucher dem zustimmt (die Zustimmung ist erforderlich, da keine Informationserteilung auf Papier erfolgt), hat er seine Informationspflichten erfüllt.

Die nachvertragliche Vertragsbestätigung, welche Art 7 Abs 2 VR-RL fordert, muss grundsätzlich auf Papier gegeben werden, es sei denn der Verbraucher stimmt zu, dass sie auch auf einem anderen dauerhaften Datenträger erfolgen darf. Wurde der Vertrag schriftlich geschlossen reicht eine Kopie des Vertrags als Bestätigung aus.

In Art 4 Haustürgeschäfte-RL wird vorgeschrieben, dass eine schriftliche Rücktrittsbelehrung ausgehändigt werden muss.¹⁶⁸ In § 3 Abs 1 S 2 KSchG wird die Ausfolgung einer Urkunde, also ebenso das Erfordernis der Schriftform verlangt.

Eine nachvertragliche Vertragsbestätigung für Haustürgeschäfte, kennen weder die Haustürgeschäfte-RL, noch das KSchG. Diese ist für AGV erstmals in der VR-RL vorgesehen.

3.4.2.2 FAV

Laut Art 8 Abs 1 VR-RL muss eine dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepasste Informationserteilung erfolgen, was wiederum bedeutet, dass die Informationen nicht zwingend auf einem dauerhaften Datenträger erteilt werden müssen. Bei einem

¹⁶⁴ Unger, ZEuP 2012, 284.

¹⁶⁵ EuGH C-49/11, *Content Services Ltd* Rz 37.

¹⁶⁶ EuGH C-49/11, *Content Services Ltd* Rz 35.

¹⁶⁷ Es liegt dabei ein dauerhafter Datenträger vor siehe dazu Erwägungsgrund Nr 23 S 2 VR-RL.

¹⁶⁸ Lukas in *Jud/Wendehorst* 71.

Telefonvertrag würde folglich eine mündliche Mitteilung genügen.¹⁶⁹ Laut VR-RL reicht bei FAV auch eine entsprechende Bereitstellung („make available“) der Information aus, wodurch der Unternehmer den Vorteil hat, dass er den Verbraucher nicht aktiv unterrichten muss. Es wäre ihm also auch erlaubt, seine Informationen bei einem Internetvertrag auf einer – jederzeit änderbaren – Internetseite nur zur Verfügung zu stellen.¹⁷⁰

Ob es ausreicht, wenn der Unternehmer bei Onlineverträgen die Informationen durch Anklicken eines Links auf seiner Homepage „entsprechend verfügbar macht/bereit stellt“ bleibt abzuwarten.¹⁷¹ Grundsätzlich könnte man davon ausgehen, dass vom Verbraucher in beiden Fällen (Bereitstellung auf derselben Webseite oder Informationserlangung per Anklicken eines Links) gleich viel Eigeninitiative erforderlich ist. Immerhin könnte es sein, dass eine Information erst am Ende einer Homepage angeführt wird, wodurch der Verbraucher gezwungen ist, bis ans Seitenende zu scrollen, um überhaupt an die entsprechende Information zu gelangen. Ob der EuGH die Informationserlangung per Hyperlink als ausreichend „verfügbar“ qualifiziert, wird davon abhängen, welchen Grad an Eigeninitiative er dem Verbraucher zumutet, um an die bereitgestellten Informationen zu kommen.

Eine Informationserteilung erfolgt meist nur in einer „dem Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise“, wenn sie über dasselbe Fernkommunikationsmittel erfolgt, über das auch der Vertrag abgeschlossen wird. So wird es einem Unternehmer auch weiterhin nicht erlaubt sein, Waren per Versandkatalog zu vertreiben und die Informationen nur auf seiner Internetseite bereitzustellen.¹⁷²

Es muss allerdings gem Art 8 Abs 7 lit a VR-RL berücksichtigt werden, dass wenn kein dauerhafter Datenträger zur vorvertraglichen Informationserteilung verwendet wurde oder gar nur eine Bereitstellung erfolgte, die in Art 6 Abs 1 VR-RL genannten Informationen, zusammen mit der Vertragsbestätigung, welche immer auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen muss, gegeben werden müssen. Dadurch wird sichergestellt, dass die Informationen auch bei FAV dem Verbraucher dauerhaft zur Verfügung stehen.

Sowohl die Fernabsatz-RL als auch das KSchG sehen in Art 4 Abs 2 Fernabsatz-RL und in § 5c Abs 2 KSchG vor, dass Informationen bei FAV zu erteilen sind (eine Bereitstellung alleine

¹⁶⁹ Unger, ZEuP 2012, 284.

¹⁷⁰ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 36.

¹⁷¹ Unger, ZEuP 2012, 284.

¹⁷² Siehe dazu Lurger/Augenhofer, Konsumentenschutzrecht² 153.

reicht also nicht aus). Bezüglich der äußeren Form der vorvertraglichen Informationserteilung fordern die beiden Normen, dass sie in einer dem Fernkommunikationsmittel angepassten Weise erfolgen muss.

Hinsichtlich der nachvertraglichen Informationsbestätigung (beachte: die VR-RL verlangt grundsätzlich nur eine Vertragsbestätigung, wenn die vorvertraglichen Informationspflichten auf einem dauerhaften Datenträger gegeben wurden) schreiben Art 5 Abs 1 Fernabsatz-RL, sowie § 5d Abs 1 und Abs 2 KSchG vor, dass diese schriftlich oder auf einem anderen für den Verbraucher verfügbaren dauerhaften Datenträger erteilt werden muss.

3.5 Rechtsfolgen der Informationspflichtenverletzung

Die Verletzung einer Informationspflicht, sei es durch unvollständige, unrichtige, unverständliche, nicht rechtzeitige oder nicht abrufbare Information, nimmt dem Verbraucher die Möglichkeit eine fundierte Entscheidung zu treffen. Welche Möglichkeiten zur Sanktionierung in Betracht, kommen wird im Folgenden erörtert.

3.5.1 Rechtsfolgen in der VR-RL

Die VR-RL enthält keine Rechtsfolgen für eine Informationspflichtenverletzung des Art 5 VR-RL. Dasselbe gilt für Art 6 VR-RL, bis auf drei Ausnahmen, in denen die VR-RL vertragsrechtliche Sanktionen vorsieht.

Erstere betrifft die Nichterteilung bzw unvollständige Erteilung des Widerrufsrechts nach Art 9 VR-RL, welche für die speziellen Informationspflichten in Art 6 Abs 1 lit h VR-RL zwingend gefordert wird. Das Rücktrittsrecht verlängert sich in diesem Fall gem Art 10 Abs 1 VR-RL um 12 Monate und beträgt dann gesamt 12 Monate und 14 Tage ab Erhalt der Ware oder Abschluss des Dienstleistungsvertrags. Des Weiteren sieht Art 14 Abs 2 und Abs 4 lit a sublit i VR-RL bei nicht ordnungsgemäßer Widerrufsbelehrung vor, dass ein Wertersatz für die Verschlechterung von Waren oder für empfangene Dienstleistungen ausgeschlossen ist. Ursprünglich hat der EuGH die absolute Rücktrittsfrist gekippt und ein unlimitiertes

Rücktrittsrecht vorgesehen, was jedoch aus Gründen der Rechtssicherheit nicht besonders zu begrüßen gewesen wäre.¹⁷³

Die zweite Ausnahme findet sich in Art 6 Abs 6 und Art 14 Abs 1 VR-RL wieder. Der Unternehmer hat den Verbraucher gem Art 6 Abs 1 lit e und i über zusätzlich anfallende Kosten (zB Versandkosten) und die Kosten der Rücksendung der Waren zu informieren. Tut er dies nicht, bekommt der Unternehmer als Konsequenz diese Kosten vom Verbraucher nicht erstattet.¹⁷⁴

Die dritte in der VR-RL vorgesehene Sanktion betrifft elektronische FAV, bei denen der Verbraucher gem Art 8 Abs 2 Unterabsatz 2 VR-RL nicht an den Vertrag gebunden ist, wenn der Unternehmer seiner Pflicht nicht nachkommt, für eine ausdrückliche Bestätigung der Bestellung des Verbrauchers zu sorgen.

Von diesen in der VR-RL vorgesehenen Sanktionen abgesehen, hat der Unionsgesetzgeber in Art 24 VR-RL die vom EuGH geprägte Formel, dass es Aufgabe der MS ist „wirksame, angemessene und abschreckende Sanktionen“¹⁷⁵ festzulegen, übernommen. Daraus folgt, dass den MS hinsichtlich der Sanktionenregelung ein Ermessensspielraum eingeräumt wird, der lediglich durch die Kontrolle des EuGH, der die Umsetzung an der Einhaltung des „effet utile“ misst, eingeschränkt wird.¹⁷⁶ Zu detaillierte Vorgaben würden zu einem tiefgehenden Eingriff in das Recht der MS führen, was nicht sinnvoll wäre, da in den mitgliedstaatlichen Rechtsordnungen erhebliche Unterschiede im vertraglichen Leistungsstörungenrecht bestehen.¹⁷⁷ Außerdem ist bei der Ausgestaltung der Sanktionen in der VR-RL Zurückhaltung geboten, um nicht das primärrechtlich verankerte Subsidiaritätsprinzip zu verletzen.¹⁷⁸ Die MS sind hinsichtlich der Wahl der Form und Mittel frei, sie müssen jedoch darauf achten, diejenigen auszuwählen, welche sich zur Gewährleistung der praktischen Wirksamkeit am Besten eignen.¹⁷⁹

Bei einem Verstoß gegen die Informationspflichten kommen für die MS mehrere Rechtsbehelfe für die Ausgestaltung von Sanktionen in Frage. Neben der Statuierung von Verwaltungsstrafen, welche jedoch nicht als ausreichend effizient anzusehen sind, steht dem

¹⁷³ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 51.

¹⁷⁴ Stabentheiner, Der Vorschlag für eine Verbraucherrechte-Richtlinie – ein Überblick, Zak 2008, 407 (409).

¹⁷⁵ EuGH 21. 9. 1989, C-68/88, *Kommission/Griechenland* Rz 24.

¹⁷⁶ Böger, Informationspflichten 75.

¹⁷⁷ Magnus, Das Recht der vertraglichen Leistungsstörung und der Common Frame of Reference, ZEuP 2007, 260; Grundmann, Europäisches Schuldvertragsrecht – Struktur und Bestand, NJW 2000, 14 (18).

¹⁷⁸ Angermann, Informationspflichten 159.

¹⁷⁹ EuGH 8. 4. 1976, C-48/75 *Royer* Rz 69/73 und Rz 74/75.

nationalen Gesetzgeber ein Repertoire vertragsrechtlicher Rechtsfolgen des allgemeinen Zivilrechts zur Auswahl.¹⁸⁰

Zunächst ist noch vor Vertragsschluss an einen durchsetzbaren Anspruch auf Informationserteilung zu denken, denn das Ziel der vorvertraglichen Informationen ist, dem Verbraucher diese als Basis für seine Entscheidung für oder gegen den Vertrag zu Grunde zu legen. Das praktische Bedürfnis für einen vertraglichen Erfüllungsanspruch wird jedoch äußerst gering sein, da ein Verbraucher der sein Informationsrecht kennt, kaum mit einem Unternehmer kontrahieren wird wollen, der auch auf ausdrückliches Verlangen nicht zur Informationserteilung bereit ist.¹⁸¹

Kommt es aufgrund des Fehlens einer Information zu keinem Konsens, steht dies im österreichischen Recht einem Vertragsschluss entgegen.

Wird dennoch ein Vertrag ohne ordnungsgemäße Informationserteilung geschlossen, kann dies beim Verbraucher zu einer Fehlvorstellung des Geschäftsinhaltes führen (§ 871 Abs 2 ABGB). Steht diese im Kausalzusammenhang mit dem Vertragsinhalt, kommen eine Irrtumsanfechtung oder eine Vertragsanpassung gem §§ 872, 877 ABGB in Frage.¹⁸² Es ist jedoch sehr wahrscheinlich, dass bei fehlender, unzureichender oder falscher vorvertraglicher Informationserteilung ein Geschäftsirrtum vorliegt.

Eine weitere Möglichkeit wären Schadenersatzansprüche aus culpa in contrahendo. Verletzt der Unternehmer vorvertragliche Informationspflichten, käme als Naturalrestitution ebenfalls eine Anpassung oder Anfechtung des Vertrags in Frage¹⁸³, sowie der Ersatz weitergehender Schäden, etwa wenn dem Verbraucher erhöhte Suchkosten entstehen, weil er die Identität seines Vertragspartners ausfindig machen musste.¹⁸⁴

Da die VR-RL keine Vorschriften zum Zustandekommen, sowie zur Wirksamkeit des Vertrags enthält, wäre es denkbar, dass die MS die nicht ordnungsgemäße Erfüllung der Informationspflichten (zB Fehlen von essentialia negotii) mit der Gesamtnichtigkeit des Vertrags sanktionieren. Bedenken, dass der Richtliniensetzer diese Regelung als überschießend ansehen könnte, können durch die Entscheidung Martin¹⁸⁵ ausgeräumt werden, da der Gerichtshof in dieser bestätigt hat, dass bereits eine fehlende Widerrufsbelehrung die Nichtigkeit des Vertrags nach nationalem Recht zur Folge haben kann. Dennoch sollte ein

¹⁸⁰ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 37; Stabentheiner, Zak 2008, 409; Dehn in Jud/Wendehorst 63 ff.

¹⁸¹ Angermann, Informationspflichten 192.

¹⁸² Dehn in Jud/Wendehorst 63.

¹⁸³ Ausführlich dazu Pletzer, Aufklärungspflichten und Vertragsaufhebung, JBl 2002, 545.

¹⁸⁴ Lurger/Augenhofer, Konsumentenschutzrecht² 155; Dehn in Jud/Wendehorst 63; Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 38.

¹⁸⁵ EuGH 17. 12. 2009, C-227/08, Martin /EDP Editores SL Rz 36.

solcher Eingriff in eine parteiautonome Entscheidung nur als ultima ratio in Erwägung gezogen werden.

Eine Sanktionierung des Vertrages kann auch durch Dritte erfolgen. Mitbewerber sollten die Möglichkeit haben wettbewerbsrechtliche Schritte gegen Unternehmer, welche die Informationspflichten verletzen, zu setzen. In Art 23 VR-RL wird gefordert, dass auch bestimmten Einrichtungen (zB Verbraucherverbänden) die Möglichkeit einer Rechtsdurchsetzung eingeräumt wird. In Österreich kann die Verletzung der Verbraucherrechte bereits mit Hilfe einer Verbandsklage durch bestimmte Verbände geltend gemacht werden.¹⁸⁶

Schließlich wäre es noch denkbar, eine Verlängerung des Rücktrittsrechts, nicht nur für den in der VR-RL angeordneten Fall, sondern als Sanktion für alle Informationspflichtenverletzungen festzulegen.

Die Beweislast, dass die Informationen erteilt wurden, liegt gem Art 6 Abs 9 VR-RL beim Unternehmer.

3.5.2 Rechtsfolgen im KSchG, der Haustürgeschäfte-RL und der Fernabsatz-RL

Schon dem derzeit geltenden KSchG ist die Verlängerung der Frist, in der das einwöchige Rücktrittsrecht bei nicht ordnungsgemäßer Informationsbelehrung bei AGV und FAV ausgeübt werden kann, bekannt.

Für AGV sieht § 3 Abs 4 KSchG bei Versicherungsverträgen eine objektive Rücktrittsfrist von einem Monat ab Zustandekommen des Vertrags bei Nichtbelehrung über das Rücktrittsrecht vor. Bei den anderen AGV sieht das KSchG seit dem Zivilrechtsänderungsgesetz 2004 keine absolute Rücktrittsfrist vor, wobei die EuGH-Entscheidung *Heininger*¹⁸⁷ dafür ausschlaggebend war. Aufgrund des Vollharmonisierungsansatzes der VR-RL, welcher auch für den Art 10 VR-RL gilt, kann diese konsumentenfreundlichere Lösung jedoch nicht beibehalten werden.

Für FAV steht dem Verbraucher laut KSchG kein Rücktrittsrecht zu, wenn der Unternehmer die Erteilung der vorvertraglichen Informationspflichten verletzt. Unterlässt er jedoch seine nachvertraglichen Bestätigungspflichten, beträgt die Rücktrittsfrist gem § 5e Abs 3 KSchG maximal 3 Monate und 7 Tage ab Erhalt der Ware oder ab Abschluss des

¹⁸⁶ *Stabentheiner*, Zak 2008, 410.

¹⁸⁷ EuGH 13. 12. 2001, C-481/99, *Heininger/Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG*.

Dienstleistungsvertrags. Bei den FAV wiederum bringt der Vollharmonisierungsansatz der VR-RL für den Verbraucher zwei Vorteile. Erstens muss die Unterlassung gewisser vorvertraglicher Informationspflichten zukünftig auch im nationalen Recht geahndet werden und zweitens hat sich die maximale Rücktrittsfrist um das Vierfache verlängert hat.

Eine Verlängerung der Widerrufsfrist bei Verletzung von Informationspflichten sehen sowohl die Haustürgeschäfte-RL als auch die Fernabsatz-RL vor.

Gem Art 5 Abs 1 Haustürgeschäfte-RL beginnt die Widerrufsfrist erst, wenn der Verbraucher über die Rücktrittsfrist belehrt wurde und laut der Entscheidung Heininger¹⁸⁸ gibt es keine Höchstfrist für die Ausübung dieses Rechts.

Hingegen sieht Art 6 Abs 1 Unterabsatz 3 Fernabsatz-RL eine absolute Widerrufsfrist von 3 Monaten ab Wareneingang oder Dienstleistungsvertragsabschluss vor.

Schon in diesen beiden Richtlinien hat der Gesetzgeber den MS über die Verlängerung der Widerrufsfrist hinaus den Auftrag erteilt, für eine angemessene Sanktionierung zu sorgen (Art 4 Abs 3 Haustürgeschäfte-RL und Art 11 Abs 1 Fernabsatz-RL).

Während es aus nationaler Sicht durchaus positiv ist, dass die Rechtsfolgensysteme den MS überlassen bleiben, könnte dies ein Punkt sein, der sowohl Verbraucher als auch Unternehmer verunsichert, da sie nicht wissen, welche Konsequenzen ein Informationsverstoß nach einer anderen Rechtsordnung nach sich zieht und gerade diese oft verhaltenssteuernd wirken.¹⁸⁹

3.6 Sondermodule

Für die speziellen Informationspflichten, werden in Art 7 und Art 8 VR-RL unter der Überschrift „formale Anforderungen für AGV und FAV“ auch besondere Konstellationen von AGV und FAV behandelt, welche sich vom bisher Dargestellten unterscheiden, indem sie es inhaltlich ergänzen oder davon abweichen. Innerhalb der fünf Sondermodule gibt es eines, das sich sowohl auf bestimmte AGV als auch auf bestimmte FAV bezieht (Dienstleistungsbeginn während der Widerrufsfrist). Des Weiteren existiert in der VR-RL ein Sondermodul, das nur auf spezielle AGV anzuwenden ist („Handwerker-AGV“). Die restlichen drei Sondermodule beziehen sich auf FAV (beschränkte, elektronische und telefonische FAV). Diese fünf Module werden nachfolgend erörtert.

¹⁸⁸ EuGH C-481/99, *Heininger*.

¹⁸⁹ *Dehn in Jud/Wendehorst* 64.

3.6.1 *Dienstleistungsbeginn während der Widerrufsfrist bei AGV und FAV*

Der Verbraucher hat die Möglichkeit vor oder nach Vertragsschluss vom Unternehmer zu verlangen, dass dieser vor Ablauf der vierzehntägigen Rücktrittsfrist mit der Dienstleistung (einschließlich der Lieferung von Wasser, Gas, Strom und Fernwärme in unbegrenzter Menge) beginnt. Wenn dies der Fall ist, ist es gem Art 7 Abs 3 VR-RL für AGV und Art 8 Abs 8 VR-RL für FAV Aufgabe des Unternehmers den Verbraucher aufzufordern, dass dieser ein entsprechendes ausdrückliches Verlangen erklärt. Für AGV muss dieses Verlangen des Verbrauchers sogar auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen. Dabei muss jedoch beachtet werden, dass es gem Art 6 Abs 1 lit j VR-RL zu den vorvertraglichen Informationspflichten des Unternehmers gehört, den Verbraucher zu informieren, dass dieser einen anteiligen Betrag zu leisten hat, wenn er verlangt, dass der Unternehmer während der Widerrufsfrist mit der Dienstleistung beginnt.

3.6.2 *„Handwerker-AGV“*

Eine Regelungsoption für die MS enthält Art 7 Abs 4 VR-RL, welche für Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten außerhalb des Geschäftsraumes Informationserleichterungen vorsieht. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass bei diesen Verträgen, der Verbraucher den Unternehmer anfordert, der Vertrag beiderseits sofort erfüllt wird und das zu zahlende Entgelt € 200,- nicht übersteigt.

In diesem Fall wird dem Unternehmer die Informationserteilung zeitlich und formal erleichtert, nicht hingegen inhaltlich.¹⁹⁰ Laut Art 7 Abs 4 lit a VR-RL müssen vor dem Vertragsabschluss nur einige der vorvertraglichen Informationen (jene über die Identität des Unternehmers und den Preis) auf Papier zur Verfügung stehen. Mit Zustimmung des Verbrauchers reicht auch ein anderer dauerhafter Datenträger aus. Für die anderen vorgeschriebenen vorvertraglich zu erteilenden Informationen (wesentliche Eigenschaften der Leistung und Widerrufsrecht¹⁹¹) reicht mit Zustimmung des Verbrauchers eine mündliche Erteilung vor Vertragsschluss aus. In Anlehnung an Art 6 Abs 9 VR-RL (Beweislast der Informationserteilung liegt beim Unternehmer) und Art 7 Abs 3 VR-RL (ausdrückliches

¹⁹⁰ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 40.

¹⁹¹ Die Belehrung erfolgt über die Modalitäten der Ausübung des Widerrufsrechts (Art 11 VR-RL), sowie über das Bestehen eines Widerrufsrechts (Art 9 und Art 16 VR-RL). Im gegebenen Zusammenhang vgl insbesondere Art 16 lit a und lit h VR-RL.

Verlangen des Verbrauchers muss auf einem dauerhaftem Datenträger erfolgen), wird wohl auch der Unternehmer die Zustimmung des Verbrauchers zur mündlichen vorvertraglichen Informationserteilung zu beweisen haben, weshalb der Unternehmer diese am besten schriftlich einfordern sollte.¹⁹²

Art 7 Abs 4 lit b VR-RL fordert eine urkundliche nachvertragliche Bestätigung des Vertrags, die nicht nur bestimmte von Art 7 Abs 4 lit a VR-RL geforderte, sondern alle speziellen vorvertraglichen Informationspflichten enthalten muss.

Obwohl Verbraucher bei solchen geringfügigen Angelegenheiten weniger schutzbedürftig sind und es daher legitim ist, dass der Unternehmer vorvertraglich vor einer Fülle an Informationspflichten bewahrt wird, sind durchaus Zweifel angebracht, ob diese Konstellation Handwerksverträge wirklich begünstigt. *Stabentheiner* und *Wendehorst* sind der Meinung, dass sowohl der Schwellenwert von € 200,- relativ niedrig angesetzt ist, als auch dass diese komplizierte Regelung nicht der Lebenswirklichkeit entspricht (zB Einholung einer schriftlichen Bestätigung, dass der Verbraucher der vom Gesetz erlaubten und vorläufigen mündlichen Erteilung bestimmter Informationspflichten zustimmt).¹⁹³

3.6.3 Elektronische FAV

Da Internetusern oftmals gar nicht bewusst ist, dass sie auch übers Internet einen Vertrag schließen, dass Dienstleistungen die übers World Wide Web bezogen werden kostenpflichtig sind, sie über die tatsächlichen Kosten in die Irre geführt werden oder ihnen Liefermodalitäten nicht bekannt sind, versucht die VR-RL in Art 8 Abs 2 und Abs 3 VR-RL dieser „Internetabzocke“¹⁹⁴ entgegen zu wirken. Die Notwendigkeit einer derartigen Regelung ergibt sich aus der Internationalität der Vertragsbeziehung und daraus, dass Verbraucher mit diesem Medium oftmals leichtfertig umgehen.

Art 8 Abs 2 Unterabs 1 VR-RL schreibt vor, dass der Verbraucher klar und in hervorgehobener Weise unmittelbar vor Vertragsabschluss („bevor dieser seine Bestellung tätigt“) auf folgende Informationen hingewiesen werden muss: Die Eigenschaften der Ware, den Preis, sowie gegebenenfalls die Vertragslaufzeit und die Mindestvertragsdauer. Es stellt sich nun die Frage, ob dadurch nur einige bestimmte Informationen von den speziellen

¹⁹² *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 40 FN 59; *Wendehorst* in FS Griss 729.

¹⁹³ *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1057; *Wendehorst* in FS Griss 728.

¹⁹⁴ *Dies*, ÖJZ 2011, 1057.

Informationspflichten bereits vor Vertragsabschluss zu erteilen sind und es ausreicht, wenn die übrigen speziellen Informationspflichten gem Art 8 Abs 7 VR-RL erst bei der nachvertraglichen Bestätigung gegeben werden.

Für eine „Exklusivlösung“¹⁹⁵, also die Erteilung nur bestimmter vorvertraglicher Informationspflichten vor Vertragsschluss, würde sprechen, dass Art 8 Abs 2 Unterabs 1 VR-RL explizit auf einzelne literae des Art 6 Abs 1 VR-RL Bezug nimmt (dies ist auch bei Art 7 Abs 4 VR-RL der Fall) und alle anderen Informationen, die sich nicht auf die Leistung oder die Bindungsintensität des Vertrags beziehen ohnehin nachvertraglich erteilt werden müssen. Ein weiteres Indiz ist, dass Art 8 Abs 2 VR-RL keinen klarstellenden Verweis enthält, dass alle speziellen vorvertraglichen Informationspflichten vor Vertragsabschluss gegeben werden müssen, wie dies Art 8 Abs 4 letzter S VR-RL vorsieht.

Gegen diese Auffassung und für eine Kumulation, dh dem Erfordernis umfassende Informationspflichten des Art 6 VR-RL vorvertraglich zur Verfügung zu stellen, lassen sich jedoch auch triftige Argumente anführen.

Erstens ist das Schutzbedürfnis bei Verträgen die übers Internet geschlossen werden mindestens gleich hoch, wenn nicht sogar um einiges höher, wie bei den „Handwerker-AGV“. Gerade deshalb wäre es unverständlich wesentliche Informationspflichten bei Internetverträgen nicht vorvertraglich geben zu müssen, wenn sogar bei den „Handwerker-AGV“ bereits vorvertraglich Informationen zur Identität des Unternehmers und zum Rücktrittsrecht (wenn auch möglicherweise nur mündlich) verlangt werden. Außerdem ist ein Internetanbieter durch umfangreiche Informationspflichten nicht vergleichsweise belastet wie zB ein Installateur.

Zweitens können aus der VR-RL keine Gegenschlüsse gezogen werden.¹⁹⁶ Nur weil in Art 8 Abs 4 VR-RL ausdrücklich auf alle speziellen Informationspflichten des Art 6 Abs 1 VR-RL Bezug genommen wird, kann nicht davon ausgegangen werden, dass bei Fehlen dieses Verweises eine Absicht des Gesetzgebers zu erkennen ist, dass diese nicht vorvertraglich gegeben werden müssen. Aus Art 8 Abs 4 VR-RL kann vielmehr ein Größenschluss gezogen werden, denn selbst bei Verträgen wo die Informationserteilung aufgrund von Sachzwängen nur schwer möglich ist, wird an einer umfassenden vorvertraglichen Informationsbereitstellung festgehalten.¹⁹⁷

¹⁹⁵ *Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger* 43.

¹⁹⁶ *Diskussionsbericht zu Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger* 50.

¹⁹⁷ *Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger* 43.

Drittens kann auch nicht wegen der Anwendung des Art 8 Abs 7 VR-RL, der eine Vertragsbestätigung inklusive nachvertraglicher Informationserteilung auf einem dauerhaften Datenträger erfordert, geschlussfolgert werden, dass deshalb eine umfassende vorvertragliche Informationsbereitstellung hinfällig wäre. Denn die ratio des Art 8 Abs 7 lit a VR-RL ist die Sicherstellung einer dauerhaften Information, welche zwar schon vorvertraglich gegeben wurde, aber eben nur für eine begrenzte Zeit zur Verfügung stand.¹⁹⁸ Dies geht auch aus Art 7 Abs 2 VR-RL hervor, welcher keine nachvertragliche Pflicht zur Informationserteilung vorsieht, da bei AGV ohnehin eine vorvertragliche Informationserteilung auf einem dauerhaften Datenträger zu erfolgen hat. Außerdem ist es die Intention des Gesetzgebers, den Verbraucher bereits vor Vertragsabschluss umfassend zu informieren, um ihm die Entscheidungsfindung zu erleichtern.

Viertens kann man durch den Wortlaut „klar und in hervorgehobener Weise“ darauf schließen, dass eben nur die in diesem Absatz genannten Informationspflichten nochmals besonders herausgestellt werden müssen.¹⁹⁹

Folgt man also dieser Ansicht und spricht man sich gegen reduzierte vorvertragliche Informationspflichten aus, müssen demnach bei einem übers Internet geschlossenen Vertrag vorvertraglich alle speziellen Informationspflichten des Art 6 VR-RL zur Verfügung gestellt werden. Es muss dabei jedoch auf die Informationspflichten der in Art 8 Abs 2 Unterabs 1 VR-RL aufgezählten literae noch ganz besonders hingewiesen werden, da diese insbesondere vor den spezifischen Risiken der „Internetabzocke“ schützen.

Unabhängig davon welcher Ansicht man folgt, stellt eine Internetseite, wie bereits zuvor ausgeführt (siehe dazu unter 3.4.2.1), in den seltensten Fällen einen tauglichen dauerhaften Datenträger dar, weshalb in praxi regelmäßig eine nachvertragliche Bestätigung inklusive aller speziellen vorvertraglichen Informationspflichten erfolgen müssen wird.

Eine verschärfte Verpflichtung sieht Art 8 Abs 2 Unterabs 2 VR-RL vor. Demnach hat der Unternehmer dafür Sorge zu tragen, dass der Verbraucher bei der Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung verbunden ist. Um dieses Kriterium zu erfüllen, führt die VR-RL die sogenannte Button-Lösung²⁰⁰ ein, wonach die Bestellschaltfläche, auf welche der Verbraucher klickt um seinen Bestellvorgang zu beenden,

¹⁹⁸ *Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger* 44.

¹⁹⁹ *Grundmann, JZ* 2013, 57.

²⁰⁰ In Deutschland sind die Vorschriften zur Button-Lösung bereits seit 1. August 2012 in Kraft (siehe dazu 312g BGB).

mit den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ (oder einer ähnlichen Formulierung) beschriftet sein muss. Andernfalls ist der Verbraucher nicht an den Vertrag gebunden. Selbst wenn nach geltendem Recht, mangels Einigung über den Preis der Vertrag gar nicht zu Stande gekommen ist oder jedenfalls angefochten werden kann, ist die „Button-Lösung“ ein sinnvolles Instrument, den Verbraucher vor Vertragsabschluss noch einmal deutlich auf seine Verpflichtung hinzuweisen. Dem rechtstatsächlichen Problem, dass ein rechtsunkundiger Verbraucher aufgrund von Unsicherheit und Druck von Anwalts- und Inkassomahnungen, trotz rechtlicher Vertragsunwirksamkeit zahlt, kann durch nochmaliges Hinweisen auf eine Zahlungsverpflichtung vor Vertragsschluss entgegengesteuert werden.²⁰¹ Fraglich ist, ob der Verbraucher die Vertragserfüllung, trotz Verstoßes des Unternehmers, verlangen kann. Da ausschließlich der Verbraucher vor einem leichtfertigen Vertragsabschluss geschützt werden soll, sprechen teleologische Überlegungen für die Bindung des Unternehmers und in weiterer Folge ein Wahlrecht des Verbrauchers.²⁰² Laut *Heinig* spricht dagegen, dass der Richtliniengeber ein solches Wahlrecht in der RL mit Sicherheit statuiert hätte, wenn er dem Verbraucher ein solches einräumen wollte.²⁰³ Dieses Argument kann jedoch insofern entkräftet werden, als dass der nationale Gesetzgeber durch Art 24 VR-RL beauftragt wird, ua die Unterlassung von Informationserteilungen zu sanktionieren. Dementsprechend könnte er dem Verbraucher ein solches Wahlrecht im nationalen Recht einräumen.

Im Zusammenhang mit der „Button-Lösung“ muss auch auf Art 22 VR-RL hingewiesen werden. Oftmals versuchen Unternehmer dem Verbraucher zahlungspflichtige Zusatzleistungen aufzudrängen, indem sie Voreinstellungen (zB ein vorabgesetztes Häkchen) erst ablehnen müssen. Diese Praktiken finden oftmals im Zusammenhang mit Flugbuchungen statt (zB Reiserücktrittsversicherung oder „priority boarding“ bei Billigfluggesellschaften).²⁰⁴ Diese automatischen Aktivierungen sind durch die VR-RL nun verboten. Der Unternehmer hat somit auch hier, wie bei vielen anderen Bestimmungen in der VR-RL, die ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers einzuholen.

Letztendlich wird der Verbraucher vom Unternehmer, wenn sich dieser richtlinienkonform verhält, bei einer Internetbestellung maximal dreimal über seine Zahlungsverpflichtung belehrt (erstens: vorvertraglich auf einem nicht dauerhaften Datenträger, zweitens: vor Anklicken des

²⁰¹ *Unger*, ZEuP 2012, 303.

²⁰² *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 42.

²⁰³ *Heinig*, MDR 2012, 325.

²⁰⁴ *Tacou*, ZRP 2009, 143.

Bestellbuttons und drittens: in der nachvertraglichen Bestätigung auf einem dauerhaften Datenträger).

Von allen in Art 6 VR-RL vorvertraglich zu erteilenden Informationspflichten abgesehen, schreibt Art 8 Abs 3 VR-RL zusätzliche, also nicht in Art 6 Abs 1 VR-RL verankerte Informationspflichten vor, die jedenfalls gegeben werden müssen. Spätestens zu Beginn des Bestellvorgangs muss auf der Internetseite für den Verbraucher klar und deutlich ausgewiesen werden, ob Lieferbeschränkungen (zB in bestimmte Staaten) bestehen und welche Zahlungsmittel (zB nur Kreditkarte) akzeptiert werden.²⁰⁵

3.6.4 FAV mit beschränktem Platz / beschränkter Zeit

Für Fernabsatzgeschäfte nach Art 8 Abs 4 VR-RL ist die Erteilung der Informationspflichten im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmern und Verbrauchern in einer bestimmten Form vorgesehen. Dies ist dann der Fall, wenn zur Informationserteilung nicht ausreichend Platz (Display von Mobiltelefonen) oder beschränkte Zeit (etwa Werbung im Teleshoppingkanal) zur Verfügung stehen.²⁰⁶ Es sind dann unmittelbar über das jeweilige Medium, über welches der Vertrag geschlossen wird, nur folgende Informationen des Art 6 Abs 1 VR-RL zu geben: Die wesentlichen Leistungsmerkmale, die Identität des Unternehmers, der Gesamtpreis, das Widerrufsrecht, die Vertragslaufzeit und die Kündigungsbedingungen unbefristeter Verträge. Die übrigen Informationen des Art 6 Abs 1 VR-RL hat der Unternehmer vorvertraglich in anderer geeigneter Weise, also durch ein anderes Kommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen. In Erwägungsgrund Nr 36 der VR-RL wird die Angabe einer gebührenfreien Telefonnummer oder eines Hyperlinks (was seit der VR-RL im Zusammenhang mit Fernabsatzgeschäften erlaubt ist, da es ausreicht die Informationen nur zur Verfügung zu stellen) angeführt.

3.6.5 Telefonische FAV

Der europäische Gesetzgeber sieht auch bei telefonisch geschlossenen FAV spezifische Gefahren, denen er durch Art 8 Abs 5 und 6 VR-RL entgegenet.

²⁰⁵ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 41.

²⁰⁶ Vgl Erwägungsgrund Nr 36 S 1 VR-RL; Heinig, MDR 2012, 325; Föhlisch, Endlich Vollharmonisierung im Fernabsatzrecht? Auswirkungen der geplanten Europäischen Verbraucherrechtsrichtlinie, MMR 2009, 75 (76).

In Art 8 Abs 5 VR-RL sind Offenlegungspflichten für Telefongespräche festgelegt. Demnach muss der Unternehmer zu Beginn des Telefonats seine Identität, sowie den geschäftlichen Zweck seines Anrufs bekannt geben. Dieselbe Regelung ist derzeit in Art 4 Abs 3 Fernabsatz-RL, sowie in § 5c Abs 3 KSchG verankert.

Eine optionale Regelung für die MS sieht auch Art 8 Abs 6 VR-RL für telefonisch geschlossene Verträge vor. Demnach muss der Unternehmer dem Verbraucher das Angebot bestätigen und der Verbraucher ist erst an dieses Angebot gebunden, wenn er es rückbestätigt, indem er es unterzeichnet oder dem Unternehmer sein schriftliches Einverständnis übermittelt („doppelte Bestätigungslösung“).²⁰⁷ Durch Anwendung dieser Option im nationalen Recht werden auch die mit dem KSchRÄG 2011 in Österreich eingeführten Bestimmungen für verbotene Telefonanrufe zu Werbezwecken („Cold Calling“) überflüssig.²⁰⁸ Schließlich wird die Gefahr, welche von unerbetenen Anrufen ausgeht, durch die von der VR-RL geforderte Bestätigungskonferenz vor einem Vertragsabschluss, gebannt.

Diese optionale Regelungsmöglichkeit wirft jedoch die Frage auf, ob die MS minimale Änderungen bei der Umsetzung vornehmen dürften, ob es etwa erlaubt wäre, einen einfachen Bestätigungsmechanismus (dh der Verbraucher muss sich mit dem Vertrag zwar schriftlich einverstanden erklären, ohne jedoch vorher eine Bestätigung des Unternehmers zu bekommen) einzuführen.²⁰⁹ Grundsätzlich ist es den MS nicht erlaubt von vollharmonisierten Regelungen abzuweichen, inwiefern die Änderung von Regelungsoptionen im unmittelbaren „Umgebungsbereich“ einer Richtlinienbestimmung erlaubt sind, gehört jedoch zu den schwierigsten Interpretationsaufgaben für die MS und letztlich für den EuGH.²¹⁰

Als weitere Möglichkeit für die MS, sieht die VR-RL in diesem Artikel vor, dass sie festlegen können, dass der Unternehmer das Angebot auf einem dauerhaften Datenträger bestätigen muss. Nutzen die MS diese Option nicht, reicht eine telefonische Bestätigung aus (dabei zu beachten ist, dass die Einverständniserklärung des Verbrauchers immer schriftlich sein muss).

²⁰⁷ *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1057.

²⁰⁸ *Dies*, ÖJZ 2011, 1057.

²⁰⁹ *Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger* 45.

²¹⁰ *Stabentheiner/Cap*, ÖJZ 2011, 1058.

3.6.6 Kumulation der Sondermodule

Anhand aller Bestimmungen des Art 8 VR-RL, welche bei telefonischen FAV zur Anwendung kommen könnten (Abs 4, 5, 6 und 7), soll zusammenfassend aufgezeigt werden, zu welcher Flut an Informationen dies für den Verbraucher und zu welchem umfassenden Pflichtenkatalog dies für den Unternehmer führen kann: Zu Beginn des Telefonats muss der Unternehmer die Informationen des Abs 5 (Offenlegungspflichten) geben, danach folgen vor Vertragsabschluss jene des Abs 4 (spezielle Informationspflichten des Art 6 Abs 1 VR-RL bei beschränktem Platz); möglicherweise (je nachdem ob die MS von der Regelungsoption Gebrauch machen) müssen die gegenseitigen Bestätigungen des Abs 6 folgen. Nach Abschluss und vor Ausführung des Vertrags muss gem Abs 7 lit a noch die Vertragsbestätigung (wenn vorvertraglich zur Informationserteilung kein dauerhafter Datenträger verwendet wurde, muss die Bestätigung sogar alle Informationen des Art 6 Abs 1 VR-RL beinhalten) erfolgen.

4. Die geltende österreichische Rechtslage bei Verbraucherverträgen in Bezug auf Informationspflichten und deren Anpassungsbedarf aufgrund der VR-RL

Dem österreichischen Gesetzgeber wurde zur Richtlinienumsetzung eine Frist von zwei Jahren eingeräumt.²¹¹ Innerhalb dieser Frist müssen die in Österreich derzeit geltenden Bestimmungen zu den Informationspflichten, die teilweise auf Richtlinienumsetzungen, teilweise auf autonomer gesetzgeberischer Entscheidung beruhen, inhaltlich geändert oder ergänzt werden. Der österreichische Gesetzgeber steht vor der Aufgabe die RL vollständig und richtlinienkonform umzusetzen. Bei den Umsetzungsarbeiten hat das BMJ zusätzlich die innerstaatlichen politischen Vorgaben zu berücksichtigen. Die politischen Maximen zur Richtlinienumsetzung beinhalten die Vornahme einer möglichst engen Transposition, also einer Umsetzung ohne wesentliche Weiterungen und die Beibehaltung des nationalen Verbraucherschutzstandards.²¹² Ursprünglich wollte das BMJ eine generelle Erneuerung des Verbraucherschutzes in Form eines neuen modernen Verbrauchergesetzbuches in Angriff nehmen, da das österreichische KSchG aus zahlreichen eingeschobenen Paragraphen in Form von Kleinbuchstaben besteht und keine stringente Systematik mehr aufweist.²¹³ Außerdem sind einzelne Bereiche, die den Verbraucher betreffen in zahlreichen Sondervorschriften (zB Teilzeitnutzungsgesetz, Verbraucherkreditgesetz) geregelt. Diese Idee wurde jedoch aufgrund der politischen Vorgabe an die Legistik, die VR-RL so eng wie möglich umzusetzen, wieder verworfen. Daher musste das BMJ Überlegungen dazu anstellen an welchem Regelungsort die Informationspflichten der VR-RL systematisch am besten Eingang ins österreichische Recht finden.

4.1 Vollharmonisierungsansatz

Kernelement der VR-RL ist die in Art 4 VR-RL niedergeschriebene Vollharmonisierung, wodurch die MS auch nicht zu Gunsten der Verbraucher von den Richtlinienvorgaben abweichen dürfen. Es soll dadurch der Rechtszersplitterung entgegengewirkt werden, welche die bisherige in früheren Richtlinien etablierte Mindestharmonisierung mit sich brachte.

²¹¹ Die VR-RL wurde am 22. November 2011 im ABl der EU veröffentlicht und ist am 12. Dezember 2011 in Kraft getreten. Sie ist bis zum 13. Dezember 2013 in nationales Recht umzusetzen und auf Verträge, die nach dem 13. Juni 2014 geschlossen werden, anzuwenden.

²¹² *Stabentheiner*, Zur Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie in Österreich, in *Bydlinski/Lurger* 127 (131).

²¹³ *Ders* in *Bydlinski/Lurger* 128.

Eingeschränkt wird der Vollharmonisierungsansatz der VR-RL jedoch durch das für Kapitel II der VR-RL geltende Prinzip der Mindestharmonisierung, sowie zahlreiche in der RL enthaltene Regelungsoptionen.

Bei der Umsetzung in das nationale Recht muss beachtet werden, dass der nationale Gesetzgeber die Vorgaben für die Informationspflichten in der VR-RL auch auf Sachverhalte erstrecken kann, die von der VR-RL ausgenommen wurden.²¹⁴ Denn die Mindest- bzw. Vollharmonisierung spielt nur für den Geltungsbereich eine Rolle, den die VR-RL vorgibt.²¹⁵

4.2 Auswirkungen der Informationspflichtenkapitel der VR-RL auf das nationale Recht

Bei der Umsetzung ist zuerst zu beachten, dass Art 3 Abs 3 VR-RL zahlreiche Anwendungsbereiche von der VR-RL ausnimmt und somit die Regelungen zu den Informationspflichten im nationalen Recht für diese Verbraucherverträge aufrecht erhalten werden können. Dazu zählen beispielsweise die auf Richtlinienrecht basierenden Informationspflichtenregelungen in § 4 TNG, § 6 VerbrKrG, §§ 9a und 18b VAG und §§ 5-7 FernFinG, für die die Ausnahmen des Art 3 Abs 3 lit h und lit d VR-RL maßgeblich sind.²¹⁶ Weitere Bestimmungen zu Informationspflichten, die allerdings auf autonomer gesetzgeberischer Entscheidung beruhen und auch nicht geändert werden müssen, da die Verträge nicht in den Anwendungsbereich der VR-RL fallen, finden sich im KSchG. Dazu zählen zB §§ 27c und 27d KSchG betreffend Heimverträge die als Haustürgeschäfte geschlossen werden und wegen Art 3 Abs 3 lit a VR-RL vom Anwendungsbereich der VR-RL ausgeschlossen sind.²¹⁷ Dasselbe gilt für als Haustürgeschäft geschlossene Verträge zur Wohnungssanierung in § 26d KSchG und § 4 BTVG, welche wegen Art 3 Abs 3 lit e und lit f VR-RL von dieser nicht tangiert werden.²¹⁸

4.2.1 Änderung der bestehenden Rechtslage

Bestehen im österreichischen Recht bereits Vorschriften, die in den Anwendungsbereich der VR-RL fallen, wird es möglicherweise, je nachdem ob die allgemeinen oder speziellen

²¹⁴ Grundmann, JZ 2013, 57; Unger, ZEuP 2012, 276.

²¹⁵ Unger, ZEuP 2012, 276.

²¹⁶ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 47.

²¹⁷ Stabentheiner/Cap, ÖJZ 2011, 1045, 1053 FN 45.

²¹⁸ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 48.

Informationspflichten zur Anwendung kommen, einer Änderung des nationalen Rechts bedürfen.

4.2.1.1 *Änderung aufgrund der allgemeinen Informationspflichten*

Da die Vorschriften über die allgemeinen Informationspflichten in Art 5 VR-RL für alle von der VR-RL nicht ausgenommenen Verbraucherverträge gelten und es derzeit im österreichischen Recht noch keine solche allgemeine Regelung für alle Verbrauchergeschäfte gibt, bedarf es überhaupt erst einer Einführung dieser Bestimmungen in die nationale Rechtsordnung. Aufgrund der Mindestharmonisierung des Art 5 VR-RL wäre es dem österreichischen Gesetzgeber sogar erlaubt, noch zusätzliche Informationspflichten einzuführen.

Selbst wenn sich im österreichischen Gesetz bereits vereinzelt Bestimmungen befinden, für welche nun die allgemeinen Informationspflichten der VR-RL Gültigkeit erlangen, bedeutet das noch lange nicht, dass diese nationalen Bestimmungen deshalb geändert werden müssen. Ein Beispiel dafür wäre § 30b KSchG, der eine genuine Bestimmung des österreichischen Gesetzgebers ist und auf den die allgemeinen Informationspflichten der VR-RL zur Anwendung kommen.²¹⁹ Der Immobilienmakler hat bereits vorvertraglich über seinen Auftritt als Makler, über alle anfallenden Kosten und über die Vermittlungsprovision aufzuklären. Die Informationspflichten des § 30b KSchG decken sich ohnehin mit den allgemeinen Informationspflichten der VR-RL, sie gehen sogar über den geforderten Mindestinhalt der VR-RL hinaus. Die Beibehaltung des § 30b KSchG wäre aufgrund der Mindestharmonisierung des Art 5 VR-RL rechtens.

4.2.1.2 *Änderung aufgrund der speziellen Informationspflichten*

Die speziellen Informationspflichten der VR-RL wurden bereits im 3. Kapitel der vorliegenden Diplomarbeit detailliert bearbeitet und mit der Rechtslage in der Haustürgeschäfte-RL und der Fernabsatz-RL, sowie den Haustür- und Fernabsatzgeschäften im KSchG verglichen. Aus dem Vergleich ergibt sich, dass die Haustürgeschäfte in der VR-RL wegen Einbeziehung von Geschäften, welche durch den Verbraucher angebahnt werden, einerseits einen weiteren Anwendungsbereich als durch die Haustürgeschäfte-RL und das

²¹⁹ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 48.

KSchG erfahren. Andererseits sind die Haustürgeschäfte-RL und das KSchG insofern großzügiger, als dass sie zahlreiche Geschäfte, welche die VR-RL von ihrem Anwendungsbereich ausnimmt, als Haustürgeschäfte behandeln.

Im Anwendungsbereich der Fernabsatzgeschäfte ist zwischen der VR-RL, der Fernabsatz-RL und dem KSchG kein allzu großer Unterschied feststellbar, da bereits die Fernabsatz-RL und das KSchG zahlreiche Geschäfte vom Anwendungsbereich ausnehmen, wenn auch nicht ganz so viele wie die VR-RL (so zählen zB im KSchG Verträge über soziale Dienstleistungen zu den FAV).

Demnach würde eine Aufhebung der einschlägigen KSchG-Bestimmungen zu den Haustür- und Fernabsatzgeschäften (§ 3 und §§ 5c - 5d KSchG) dazu führen, dass die Belehrungs- bzw Informationspflichten, welche das KSchG für seinen Restanwendungsbereich bei AGV und FAV beinhaltet, hinfällig werden würden.

Der österreichische Gesetzgeber hat im KSchG auch außerhalb der § 3 und §§ 5c und 5d KSchG gewisse Verträge mit Informationspflichten verankert, da er einen erhöhten Informationsbedarf des Verbrauchers ortete. Diese bedürfen nun einer Änderung, da sie in den Anwendungsbereich der speziellen Informationspflichten der VR-RL fallen.

Ein Beispiel dafür wären die Informationspflichten des § 26 Abs 2 KSchG, welche bei Verträgen, die in Form eines Haustürgeschäfts über den Handel mit periodischen Druckwerken geschlossen werden, zu geben sind. Die bisherigen Belehrungspflichten des Art 26 Abs 2 KSchG könnten zwar beibehalten werden, da sie denjenigen in der VR-RL nicht widersprechen, sie wären jedoch aufgrund der Vollharmonisierungswirkung des Kapitels III der VR-RL, um die umfangreicheren speziellen Informationen in Art 6 und Art 7 VR-RL, welche zukünftig bei AGV zur Anwendung kommen, zu erweitern.

4.2.1.3 Sonderbestimmung

In Art 6 Abs 8 VR-RL wird das Verhältnis der Informationspflichten der VR-RL zu jenen der E-Commerce-RL²²⁰ und der Dienstleistungs-RL²²¹ geklärt. Demnach gelten die Informationspflichten der VR-RL zusätzlich zu den Informationspflichten in §§ 5 ff ECG und § 22 DLG. So fordert § 5 Abs 1 Z 4 - 7 ECG (basierend auf Art 5 Abs 1 lit d - g E-Commerce-RL) über die speziellen Informationspflichten hinausgehend die Angabe der

²²⁰ RL 2000/31/EG v 8. 6. 2000 über den elektronischen Geschäftsverkehr, ABIL 2000/178, 1.

²²¹ RL 2006/123/EG v 12. 12. 2006 über Dienstleistungen im Binnenmarkt, ABIL 2006/376, 36.

Firmenbuchnummer, des Firmenbuchgerichts, der Aufsichtsbehörde, der Berufsbehörde und der USt-Identifikationsnummer. Dasselbe gilt für § 22 Abs 1 Z 6 DLG (basierend auf Art 22 Abs 1 lit f der Dienstleistungs-RL), der zusätzlich die Zurverfügungstellung verwendeter AGB verlangt. Diese über die Informationspflichten der VR-RL hinausgehenden Bestimmungen können also bestehen bleiben.

Kollidieren Bestimmungen zwischen den drei Richtlinien, haben die der VR-RL Vorrang gegenüber jenen aus der E-Commerce- und Dienstleistungs-RL.²²²

4.2.2 Überlegungen zur Umsetzung

Welche Änderungen aufgrund der Informationspflichtenkapitel der VR-RL im geltenden Recht vorzunehmen sind wurde in den vorherigen Kapiteln ausführlich bearbeitet. Aufgabe des Gesetzgebers ist es jedoch mitunter einen passenden Regelungsort für die neuen Informationspflichten zu finden. Anfang des Jahres 2012 wurde vom BMJ ein Rohentwurf für ein Bundesgesetz zur Umsetzung der VR-RL, mit dem Titel „Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz“ (VRUG)²²³ ausgearbeitet. Ein Entwurf wurde bis dato²²⁴ noch nicht zur Begutachtung ausgesendet.²²⁵ In diesem Rohentwurf wurden die allgemeinen und speziellen Informationspflichten, wegen ihres unterschiedlichen Anwendungsbereiches auch als unterschiedliche Teilbereiche behandelt.

4.2.2.1 Die Umsetzung der allgemeinen Informationspflichten

Da das allgemeine Informationspflichtenregime für alle nicht von der VR-RL ausgenommenen Verbraucherverträge zur Anwendung kommen soll, erscheint es sinnvoll die dazugehörigen innerstaatlichen Regelungen als allgemeine Basisregelung in das KSchG einzufügen.²²⁶ Diesem Ansatz ist das BMJ auch in seinem Rohentwurf gefolgt. Es gedenkt den § 5a KSchG zu ändern und in diesem allgemeine Informationspflichten einzuführen, die auf alle Verbraucherverträge Anwendung finden sollen, bis auf die von der VR-RL ausgenommenen Bereiche und die von der VR-RL eingeräumten Bereichsausnahmen, den Geschäften des täglichen Lebens und für AGV, bei denen das vom Verbraucher zu zahlende

²²² Art 6 Abs 8 Unterabs 2 VR-RL; *Stabentheiner*, ÖJZ 2011, 1056.

²²³ *Wirtschaftskammer Österreich*, Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=677680&dstid=335 (1. 6. 2013).

²²⁴ Stand 1. Juni 2013

²²⁵ *Stabentheiner* in *Bydlinski/Lurger* 136 FN 11.

²²⁶ *Ders* in *Bydlinski/Lurger* 130; *Schwarzenegger* in *Bydlinski/Lurger* 49.

Entgelt € 50,- nicht übersteigt. Die §§ 5b - 5i KSchG sollen aufgehoben werden. Weiterhin bestehen bleiben soll § 5e KSchG, allerdings in geänderter Form. In diesem sollen zukünftig nur mehr unzulässige Telefonanrufe im Zusammenhang mit Gewinnzusagen oder Wett- und Lotteriedienstleistungen geregelt werden, da alle anderen Anwendungsbereiche des „Cold Calling“ von den speziellen Informationspflichten der VR-RL erfasst werden (siehe unter 3.6.5).

4.2.2.2 Die Umsetzung der speziellen Informationspflichten

Da die VR-RL in Kapitel III die FAV und die AGV unter ein Informationspflichtenregime zusammenfasst und das BMJ das Vorhaben ein umfassendes Verbrauchergesetzbuch zu schaffen noch nicht gänzlich aufgegeben hat, will es, dass der Gesetzgeber für diese beiden Vertriebsarten ein eigenes Gesetz mit dem Titel Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) verabschiedet.²²⁷ Dieses soll aus fünf Abschnitten bestehen, wobei voraussichtlich der gesamte 2. Abschnitt (§§ 4 – 10 FAGG), von den Informationspflichten handeln wird.

Zukünftig sollen sich demnach in § 4 FAGG die Inhalte zu den Informationspflichten, sowie die Rechtsfolgen wiederfinden, in § 5 FAGG die formalen Anforderungen der Informationserteilung bei AGV und in § 7 FAGG jene zu den FAV. Dabei auffallend ist, dass das FAGG alle Sondermodule in eigenen Paragraphen regeln wird, außer jenes über FAV, bei denen nur beschränkt Platz oder Zeit zur Verfügung steht, da dieses auch in § 7 FAGG eingebettet werden soll.

Hinsichtlich der restlichen in der VR-RL genannten Sondermodule ist dem Rohentwurf des VRUG Folgendes zu entnehmen. Von der Regelungsoption, welche die VR-RL den MS bei den „Handwerker-AGV“ einräumt, soll, auf Wunsch der Wirtschaft, in § 6 FAGG, Gebrauch gemacht werden. Hinsichtlich der Sonderregelungen für elektronische FAV wird der nationale Normsetzer den Vorgaben der VR-RL im § 8 FAGG folgen, wobei er diese im nationalen Recht auf den von der VR-RL ausgenommenen Anwendungsbereich der Verträge über Personenbeförderung ausdehnen will. Die Regelung für telefonisch geschlossene FAV soll in § 9 FAGG verankert werden, wobei die von der VR-RL eingeräumte Regelungsoption einer doppelten Bestätigung, aufgegriffen werden soll. Bezüglich des Sondermoduls

²²⁷ Stabentheiner in Bydlinski/Lurger 150.

Dienstleistungsbeginn während der Widerrufsfrist soll § 10 FAGG eine richtlinienkonforme Regelung vorsehen.

Der Vorschlag des BMJ ein FAGG zu schaffen, widerspricht grundsätzlich der politischen Vorgabe einer möglichst engen Transposition der VR-RL. Die Legistik rechtfertigt die Schaffung eines neuen Gesetzes jedoch mit dem deutlichen gestiegenen Regelungsumfang bei AGV und FAV im Vergleich zu den Vorgängerregulativen.²²⁸

4.2.2.3 Kritische Würdigung des geplanten VRUG

Die Überlegungen, welche das BMJ in Zusammenhang mit der Umsetzung der allgemeinen und speziellen Informationspflichten anstellen muss, sind mit Sicherheit sehr komplex. Unter Berücksichtigung der innerstaatlichen politischen Vorgaben, die eine Beibehaltung des bisherigen Verbraucherschutzstandards und eine möglichst enge Transformation der VR-RL fordern, werden im Folgenden Vorschläge gemacht, wie das VRUG in Hinsicht auf Informationspflichtenregelungen, praxistauglicher gemacht werden könnte. Denn die Schaffung eines übersichtlicheren Regimes für Verbrauchernormen (womit das BMJ indirekt ebenso die durchaus sinnvolle Schaffung des FAGG rechtfertigt) sollte durch die beiden politischen Vorgaben nicht zu sehr aus dem Fokus rücken.

Das VRUG sieht eine Beibehaltung des § 3 KSchG, für alle AGV, die vom Anwendungsbereich der VR-RL ausgenommen sind, vor. Daraus folgt, dass die Regelung von AGV in zwei verschiedenen Gesetzen (KSchG und FAGG) zu einer Rechtszersplitterung im nationalen Recht und damit einhergehend zu Intransparenz und Verwirrung für den Rechtsanwender und die Rechtsunterworfenen führen würde.²²⁹ Es wäre durchaus denkbar diese Norm mit deren Belehrungspflichten nach § 3 Abs 1 S 2, 2. HS und S 3 KSchG als autonome Ergänzung der Richtlinienumsetzung (mit entsprechend klarer Abgrenzung der Anwendungsbereiche)²³⁰ ins FAGG einzufügen.

Im Gegensatz dazu beabsichtigt der nationale Gesetzgeber durch das VRUG, alle für FAV relevanten Normen im KSchG aufzuheben. Somit gäbe es keinen Restanwendungsbereich für FAV im KSchG mehr (dies wäre zB bei Verträgen über soziale Dienstleistungen der Fall). Der Gesetzgeber sollte berücksichtigen, dass eine Aufhebung aller für FAV relevanten

²²⁸ Stabentheiner in Bydlinski/Lurger 145.

²²⁹ Ders in Bydlinski/Lurger 132.

²³⁰ Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 46.

Normen im KSchG, ohne eine gleichwertige Regelung im FAGG, offensichtlich zu einer Verschlechterung des österreichischen Verbraucherschutzstandards führen würde.

Des Weiteren drängt sich mit Blick auf den Rohentwurf die Frage auf, weshalb AGV, welche vom Anwendungsbereich der Informationspflichten ausgenommenen sind, weil sie die Bagatellgrenze von € 50,- nicht erreichen, bei den allgemeinen Informationspflichten im KSchG verankert werden sollen. Systematisch betrachtet würde diese Bestimmung wohl eher in § 1 FAGG, der den Geltungsbereich des Gesetzes regelt, passen, weil sie nur bei AGV zur Anwendung kommt. Falls die Intention der Legistik war, diese Bestimmung bei den allgemeinen Informationspflichten zu verankern, um damit zugleich die Frage zu beantworten, dass bei solchen Geschäften nicht einmal die allgemeinen Informationspflichten zur Anwendung kommen, hätte sie dies auch einfach formulieren können.

Mit ziemlicher Sicherheit werden auch die litera für den momentan vorgesehenen § 5e KSchG geändert werden. Denn sollten die §§ 5b - 5d KSchG, wie bisher vorgesehen, aufgehoben werden, würde diese ungewöhnliche nicht alphabetische Reihung ebenso zu Verwirrung führen.

Mit Bedacht darauf, dass der Gesetzgeber bei der Umsetzung der VR-RL nicht nur auf die Informationspflichten Rücksicht nehmen kann, sollten sich die ausgeführten Änderungsvorschläge für das VRUG ohne große Auswirkungen auf die anderen Regelungsbereiche bewerkstelligen lassen.

5. Resümee

Die VR-RL als Gesamtes hat die Erwartungen, welche anfangs in sie gesetzt wurden, mit Sicherheit nicht erfüllt (man bedenke, dass ursprünglich acht Richtlinien vereinheitlicht hätten werden sollen). Selbst wenn die Zeit für eine europäische Kodifikation des Verbraucherrechts noch nicht gekommen zu sein scheint und zahlreiche Verträge von der VR-RL ausgenommen sind, ist die Innovation, welche die VR-RL, hier vor allem im Bereich der Informationspflichten mit sich bringt, nicht zu verachten.

Durch die erstmalige gesetzliche Verankerung allgemeiner Informationspflichten für alle Verbraucherverträge, außer den von der VR-RL ausgenommenen Anwendungsbereichen, hat das ohnehin hohe Schutzniveau der EU, als auch das des MS Österreich mit Sicherheit keine Verschlechterung erfahren. Dem europäischen Gesetzgeber ist es durch die Mindestharmonisierung des Art 5 VR-RL über die allgemeinen Informationspflichten, wenn auch nur im kleinen Bereich, gelungen, die Charakteristik einer RL, nämlich die, eine Rahmenregelung für den nationalen Gesetzgeber zu schaffen, beizubehalten. Es drängt sich jedoch die Frage auf, ob es im alltäglichen Ladengeschäft überhaupt einer derartig detaillierten Informationspflichtenregelung bedarf. Würde ein durchschnittlich informierter, verständiger und aufmerksamer Durchschnittsverbraucher beim normalen Ladengeschäft einen Vertrag nicht von vornherein ablehnen oder zumindest auf nötigen Informationen bestehen, wenn ihm die Beschaffenheit der Ware, die Identität des Vertragspartners oder gar der Gesamtpreis der Ware nicht im Vorhinein bewusst ist, weil sich diese nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben? Durch eine derartig gesetzliche Ausprägung, muss sich der europäische Gesetzgeber wohl den Vorwurf gefallen lassen, vom seinem gängigen Verbraucherleitbild hin zu einem Verbraucherbild, nach dem Privatautonomie flächendeckend abgeschafft werden müsste, abgewichen zu sein.²³¹

Hinsichtlich der Geschäfte, bei welchen der Verbraucher eines besonderen Schutzes bedarf, den AGV und FAV, erscheint ein gesetzlich vorgeschriebener und vorvertraglich zu erteilender Informationspflichtenkatalog durchaus sinnvoll. Dieser wurde durch die VR-RL, welche AGV und FAV unter ein Informationspflichtenregime zusammenfasst, inhaltlich erweitert. Die VR-RL bringt gerade im Bereich der AGV erhebliche Fortschritte, da erstmals auch für diese (über das bloße Widerrufsrecht hinausgehend) Informationspflichten verankert werden. Die Informationspflichtenregelungen sind, wie der Rest der VR-RL, ausgenommen Art 5 VR-RL und vereinzelte Regelungsoptionen, ganz dem Vereinheitlichungsgedanken des

²³¹ Grundmann, JZ 2013, 57.

Binnenmarktes folgend maximalharmonisiert. Für die Unternehmer, welche ohnehin beklagen, dass die Informationspflichtenregelungen der VR-RL zu umfangreich sind²³², bringt das den Vorteil, dass die MS zusätzlich zum gesetzlich festgelegten Informationspflichtenkatalog keine gesetzlichen Informationspflichten vorschreiben dürfen. Obwohl die Kritik der Unternehmer nicht ungerechtfertigt ist, darf nicht außer Acht gelassen werden, dass der europäische Gesetzgeber durchaus versucht (zB im Anhang der VR-RL findet sich eine Muster-Widerrufsbelehrung) den Unternehmern ihre zusätzlich aufgetragenen Verpflichtungen zu erleichtern. Außerdem ist die Informationsbereitstellung für Unternehmer weder aufgrund der technischen Möglichkeiten heutzutage kostenmäßig belastend, noch steckt ein unzumutbarer Arbeitsaufwand dahinter, da Unternehmer ihren Informationspflichten im Großen und Ganzen durchaus mit einem Standardinformationsblatt nachkommen könnten.

Die durchaus umfangreiche gesetzliche Anordnung von Informationspflichten lässt den Gedanken aufkommen, dass die Verbraucher den Gefahren eines „information overkill“²³³ erliegen könnten, da es ihnen nicht möglich ist die vorvertraglich zu erteilenden Informationen aufgrund ihres Umfangs zu filtern und zu verarbeiten. Dieses Argument kann einerseits dadurch entkräftet werden, dass die VR-RL teilweise anordnet wichtige Informationen nochmals besonders hervorzuheben (siehe zB Art 8 Abs 2 Unterabs 1 VR-RL). Andererseits kann ein zu viel an Information grundsätzlich nicht schaden. Selbst wenn vorvertraglich nicht jede Information verarbeitet werden kann, gibt es dem Verbraucher Sicherheit und stellt schon eine wesentliche Erleichterung für ihn dar, sämtliche Informationen zu besitzen (man beachte den in der VR-RL vorgeschriebenen Grundsatz der Dauerhaftigkeit), um bei gegebenen Anlass nachschauen zu können.

Die Ausweitung des Anwendungsbereiches der AGV auf Geschäfte, die durch den Verbraucher angebahnt werden, ist zu begrüßen, da ein Verbraucher sich in einer enormen nachvollziehbaren Drucksituation befindet, wenn es ihm nicht gelingt einen abschlusswilligen Verkäufer, mit dem er sich vielleicht doch nicht einigen konnte, aus seinen Wohnräumen wieder zu verabschieden.

Weshalb der europäische Gesetzgeber den MS nur für AGV die Möglichkeit einräumt eine Bagatellgrenze von € 50,- einzuführen, während es für FAV keine solche Wertgrenze gibt, um sie von jeglichen Informationspflichten auszunehmen, ist nicht nachvollziehbar.

²³² Oehler, Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher aus deutscher Sicht in *Jud/Wendehorst* 15 (19).

²³³ Grundmann, *JZ* 2013, 57.

Mit den zahlreichen Regelungsoptionen und Sondermodulen, mit welchen der europäische Gesetzgeber einerseits den MS Entscheidungsfreiheit einräumen und andererseits vereinfachte Regelungen für bestimmte Alltagssituationen schaffen wollte, hat er dem nationalen Gesetzgeber, sowie den Rechtsanwendern keinen Gefallen getan. Die detailreichen und verschachtelten Regelungen sind kaum durchschaubar und mitunter sehr kompliziert.²³⁴

Bei näherer Betrachtung des Rohentwurfs zur Umsetzung der VR-RL (VRUG) ist bei der Umsetzung von Informationspflichten der VR-RL noch Optimierungspotential erkennbar.

Das BMJ will die allgemeinen Informationspflichten der VR-RL als Basisregelung für alle Verbraucherverträge im KSchG verankern. Für Haustür- und Fernabsatzverträge will es, aufgrund der zahlreichen Regelungen, ein eigenes Gesetz (das FAGG) schaffen, in welchem auch die speziellen Informationspflichten umgesetzt werden sollen. Die Idee ist grundsätzlich gut, führt sie doch zu einer besseren Übersicht für den Rechtsanwender.

Wie es dem Rohentwurf ebenso entnehmbar ist, sollen neben dem FAGG die derzeit geltenden Regelungen für AGV im KSchG (§ 3 KSchG) aufrecht erhalten werden. Demnach würde § 3 KSchG (und dessen Belehrungspflichten) für alle AGV, die vom Anwendungsbereich der VR-RL (und somit auch dem Anwendungsbereich des FAGG) ausgenommen sind, gelten. Dieses Vorhaben wie vorgesehen umzusetzen wäre nicht ratsam. Erstens wäre es für den Rechtsanwender äußerst verwirrend, Bestimmungen zu AGV in verschiedenen Gesetzen (KSchG und FAGG) vorzufinden. Zweitens sind derzeit gem § 3 KSchG vom Verbraucher angebaute Geschäfte keine AGV. Der Rechtsanwender müsste demnach zuerst prüfen, in welchen Anwendungsbereich der Vertrag fällt (KSchG oder FAGG), dabei berücksichtigen, dass unterschiedliche Voraussetzungen für die Definition als AGV gelten, um danach zu wissen, ob „nur“ die Belehrungspflichten des KSchG oder die umfangreicheren Informationspflichten des FAGG zu geben sind.

Außerdem enthält das VRUG Bestimmungen, die zu einer Verschlechterung des Verbraucherschutzniveaus in Österreich führen würden (zB Aufhebung aller für FAV relevanten Normen des KSchG, dessen Anwendungsbereich jedoch umfangreicher ist, als der des FAGG).

Um eine übersichtlichere Darstellung aller für den Verbraucher relevanten Normen, sowie eine Aufrechterhaltung des derzeitigen österreichischen Verbraucherschutzniveaus zu gewährleisten, sollten einige Regelungen (siehe auch unter 4.2.2.3) des Rohentwurfs zum VRUG nochmals überdacht werden.

²³⁴ *Schwarzenegger in Bydlinski/Lurger 49.*

Literaturverzeichnis

Angermann, Die Verletzung vertragsschlussbezogener Informationspflichten des Europäischen Privatrechts (2010).

Börger, Sanktionen für die Verletzung vorvertraglicher Informationspflichten (2010).

Dehn, Allgemeine Informationspflichten nach Art 5 des Vorschlags für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher, in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 41.

Ebers, Informations- und Beratungspflichten bei Finanzdienstleistungen: Allgemeine und besondere Rechtsgrundsätze, in *Schulze/Ebers/Grigoleit* (Hrsg), Informationspflichten und Vertragsschluss im Acquis communautaire (2003) 171.

Eidenmüller, Exerting Pressure in Contractual Negotiations, ERCL 2007, 21.

Eidenmüller, Widerrufsrechte, in *Eidenmüller/Faust/Grigoleit/Jansen/Wagner/Zimmermann* (Hrsg), Revision des Verbraucher-acquis (2011) 109.

Fleischer, Informationsasymmetrie im Vertragsrecht: Eine rechtsvergleichende und interdisziplinäre Abhandlung zu Reichweite und Grenzen vertragsschlussbezogener Aufklärungspflichten (2001).

Fleischer, Vertragsschlussbezogene Informationspflichten im Gemeinschaftsprivatrecht, ZEuP 2000, 772.

Föhlisch, Endlich Vollharmonisierung im Fernabsatzrecht? Auswirkungen der geplanten Europäischen Verbraucherrechtsrichtlinie, MMR 2009, 75.

Gabler, Volkswirtschaftslexikon (1996).

Grundmann, Die EU-Verbraucherrechte-Richtlinie, JZ 2013, 53.

Grundmann, Europäisches Schuldvertragsrecht – Struktur und Bestand, NJW 2000, 14.

Haratsch/Koenig/Pechstein, Europarecht⁸ (2012).

Heinig, Verbraucherschutz – Schwerpunkte der EU-Verbraucherrechte-Richtlinie, MDR 2012, 323.

Hopt, Disclosure Rules as a Primary Tool for Fostering Party Autonomy – Observations from a Functional and Comparative Legal Perspective, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* (Hrsg), Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market (2001) 246.

Jud/Wendehorst, Position Paper, in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 197.

Kirchner, Der punktuelle Ansatz als Leitprinzip gemeinschaftsrechtlicher Privatrechtsharmonisierung, in *Grundmann/Medicus/Rolland* (Hrsg), Europäisches Kaufgewährleistungsrecht (2000) 95.

Koziol/Welser, Grundriss des bürgerlichen Rechts II: Schuldrecht Allgemeiner Teil, Schuldrecht Besonderer Teil, Erbrecht¹³ (2006).

Lukas, Außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge, in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 66.

Lurger/Augenhofer, Österreichisches und Europäisches Konsumentenschutzrecht² (2008).

Magnus, Das Recht der vertraglichen Leistungsstörung und der Common Frame of Reference, ZEuP 2007, 260.

Micklitz, A Comment on Party Autonomy and Consumer Regulation in the European Community – A Plea for Consistency, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* (Hrsg), Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market (2001) 197.

Micklitz, Zum Recht des Verbrauchers auf die eigene Sprache, ZEuP 2003, 635.

Micklitz/Reich, Crónica de una muerte anunciada: The Commission Proposal for a “Directive on Consumer Rights”, CMLR 2009, 471.

Micklitz/Reich, Der Kommissionsvorschlag vom 8.10.2008 für eine Richtlinie über „Rechte der Verbraucher“, oder: „der Beginn des Endes einer Ära...“, EuZW 2009, 279.

Müller-Graff, Basic-Freedoms – Extending Party Autonomy across Borders, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* (Hrsg), Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market (2001) 133.

Oehler, Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher aus deutscher Sicht in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 15.

Pletzer, Aufklärungspflichten und Vertragsaufhebung, JBI 2002, 545.

Riesenhuber, Europäisches Vertragsrecht² (2006).

Schauer, Fernabsatzverträge, in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 100.

Schwab/Giesemann, Die Verbraucherrechte-Richtlinie: Ein wichtiger Schritt zur Vollharmonisierung im Binnenmarkt, EuZW 2012, 253.

Schwarzenegger, Informationspflichten nach der Verbraucherrechte-Richtlinie 2011/83/EU, in *Bydlinski/Lurger* (Hrsg), Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher : (2011/83/EU vom 25. Oktober 2011): Entstehung – Inhalt – Umsetzung (2012) 25.

Stabentheiner, Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher aus österreichischer Sicht, in *Jud/Wendehorst* (Hrsg), Neuordnung des Verbraucherprivatrechts in Europa? (2009) 1.

Stabentheiner, Der Vorschlag für eine Verbraucherrechte-Richtlinie – einige kritische Anmerkungen, Zak 2008, 423.

Stabentheiner, Der Vorschlag für eine Verbraucherrechte-Richtlinie – ein Überblick, *Zak* 2008, 407.

Stabentheiner, Zur Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie in Österreich, in *Bydlinski/Lurger* (Hrsg), Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher : (2011/83/EU vom 25. Oktober 2011): Entstehung – Inhalt – Umsetzung (2012) 127.

Stabentheiner/Cap, Die neue Verbraucherrechte-Richtlinie, *ÖJZ* 2011, 1045.

Tacou, Verbraucherschutz auf hohem Niveau oder Mogelpackung? – Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher, *ZRP* 2009, 140.

Ulen, Information in the Market Economy – Cognitive Errors and Legal Correctives, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* (Hrsg), Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market (2001) 98.

Unger, Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher – Eine systematische Einführung, *ZEuP* 2012, 270.

Wein, Consumer Information Problems – Causes and Consequences, in *Grundmann/Kerber/Weatherill* (Hrsg), Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market (2001) 80.

Wendehorst, Die neue Richtlinie über Rechte der Verbraucher, in *Schenk/Lovrek/Musger/Neumayr* (Hrsg), Festschrift für Irmgard Griss (2011) 717.

Wilhemsson/Twigg-Flesner, Pre-contractual information duties in the *acquis communautaire*, *ERCL* 2006, 441.

Wirtschaftskammer Österreich, Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz, http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=677680&dstid=335 (1. 6. 2013).

Zypries, Der Vorschlag für eine Richtlinie über Verbraucherrechte, *ZEuP* 2009, 225.

Judikaturverzeichnis

Entscheidungen des EuGH:

EuGH 8. 4. 1976, C-48/75 *Royer*.

EuGH 20. 2. 1979, C-120/78, *Rewe-Zentral AG/Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*.

EuGH 9. 12. 1981, C-193/80, *Kommission/Italienische Republik*.

EuGH 12. 3. 1987, C-178/84, *Kommission/Bundesrepublik Deutschland*.

EuGH 21. 9. 1989, C-68/88, *Kommission/Griechenland*.

EuGH 7. 3. 1990, C-362/88, *GB-INNO-BM SA/Confédération du commerce luxembourgeois*.

EuGH 6. 7. 1995, C-470/93, *Verein gg Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V./Mars*.

EuGH 3. 7. 1997, C-269/95, *Francesco Benincasa/Dentalkit Srl*.

EuGH 16. 7. 1998, C-210/96, *Gut Springenheide/OKD Steinfurt*.

EuGH 28. 1. 1999, C-303/97, *Verbraucherschutzverein/Sektkellerei Kessler*.

EuGH 5.10.1999, C-240/97, *Spanien/Kommission*.

EuGH 13. 1. 2000, C-220/98, *Estée Lauder/Lancaster*.

EuGH 4. 4. 2000, C-465/98, *Verein gg Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V./Adolf Darbo AG*.

EuGH 13. 12. 2001, C-481/99, *Heininget/Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG*.

EuGH 17.12.2009, C-227/08, *Martin/EDP Editores SL*.

EuGH 5.7.2012, C-49/11, *Content Services Ltd/Bundesarbeitskammer*.

Entscheidungen des EFTA-Gerichtshofs

EFTA 27. 1. 2010, E-4/09, *Inconsult/Finanzmarktaufsicht*.

Bundesgesetz, mit dem das allgemeine bürgerliche Gesetzbuch und das Konsumentenschutzgesetz geändert werden und ein Bundesgesetz über Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz – FAGG) erlassen wird (Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz – VRUG)

Der Nationalrat hat beschlossen:

Artikel 1 Änderung des ABGB

Das allgemeine bürgerliche Gesetzbuch, JGS Nr. 946/1811, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 58/2010, wird wie folgt geändert:

ACHTUNG HINWEIS: Die ABGB-Bestimmungen – zB zu Art. 18 der RL und allenfalls auch zu Art. 20 der RL – sind in diesem Rohentwurf noch nicht enthalten, weil sie erst noch in einer Runde von Rechtswissenschaftlern besprochen werden.

[Hinweis für Erläuterungen: Eine Änderung des § 864 wird nicht vonnöten sein, weil – wie schon bei Schaffung des Abs. 2 in den Materialien ausgeführt wurde – davon auch Dienstleistungen erfasst werden.]

Artikel 2 Änderung des Konsumentenschutzgesetzes

Das Konsumentenschutzgesetz, BGBl. Nr. 140/1979, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 100/2012, wird wie folgt geändert:

1. In § 3 Abs. 3 wird das Wort „oder“ am Ende der Z 2 durch einen Beistrich ersetzt, wird der Punkt am Ende der Z 3 durch die Wendung „ , oder“ ersetzt und wird folgende Z 4 angefügt:

„4. bei Verträgen, die dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz unterliegen.“

2. § 5a samt Überschrift lautet:

„Allgemeine Informationspflichten des Unternehmers

§ 5a. (1) Bevor der Verbraucher durch einen Vertrag oder seine Vertragserklärung gebunden ist, muss ihn der Unternehmer in klarer und verständlicher Weise über Folgendes zu informieren, soweit sich diese Informationen nicht bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben:

1. die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen in dem für das Kommunikationsmittel und die Waren oder Dienstleistungen angemessenen Umfang,

2. den Namen oder die Firma und die Telefonnummer des Unternehmers sowie die Anschrift seiner Niederlassung,

3. den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, wenn aber der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Ware oder Dienstleistung vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung und gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder, wenn diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, das allfällige Anfallen solcher zusätzlichen Kosten,

4. gegebenenfalls die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem nach der Zusage des Unternehmers die Waren geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird, sowie ein allenfalls vorgesehenes Verfahren beim Umgang des Unternehmers mit Beschwerden,

5. zusätzlich zu dem Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen nach dem Verkauf und von gewerblichen Garantien,

6. gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen für die Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,

7. gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte und

8. gegebenenfalls — soweit wesentlich — die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein muss.

[Hinweis für Erläuterungen: In den Erl.ist darauf hinweisen, dass Art. 5 Abs. 2 der RL keiner Umsetzung bedarf, weil § 5a Abs. 1 KSchG grundsätzlich – vorbehaltlich der Ausnahmen in Abs. 2 – ohnehin für alle Verbraucherverträge gilt und wir die einschränkende Definition von „Waren“ in Art. 2 Z 3 der RL nicht übernehmen. Anzumerken ist, dass diese Bezugsverträge und die Verträge über digitale Inhalte ja sicher als Verträge entweder über Waren oder über Dienstleistungen zu qualifizieren sind. Der Richtliniengeber hat die Sonderregelungen für diese Verträge nur geschaffen, weil er eben keine Qualifikation darüber vornehmen wollte, ob es sich dabei nun um Waren oder um Dienstleistungen handelt.]

(2) Die in Abs. 1 festgelegten Informationspflichten gelten nicht für Verträge

1. über Geschäfte des täglichen Lebens, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses sofort erfüllt werden,

2. die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden (§ 3 Z 1 FAGG) und bei denen das vom Verbraucher zu zahlende Entgelt den Betrag von 50 Euro nicht überschreitet,

3. über soziale Dienstleistungen einschließlich der Bereitstellung und Vermietung von Sozialwohnungen, der Kinderbetreuung oder der Unterstützung von dauerhaft oder vorübergehend hilfsbedürftigen Familien oder Personen einschließlich Langzeitpflege,

4. über Gesundheitsdienstleistungen gemäß Artikel 3 Buchstabe a der Richtlinie 2011/24/EU unabhängig davon, ob sie von einer Einrichtung des Gesundheitswesens erbracht werden,

5. über Glücksspiele, die einen geldwerten Einsatz verlangen, einschließlich Lotterien, Glücksspiele in Spielkasinos und Wetten,

6. über Finanzdienstleistungen,

7. über die Begründung, den Erwerb oder die Übertragung von Eigentum oder anderen Rechten an unbeweglichen Sachen,

8. über den Bau von neuen Gebäuden, erhebliche Umbaumaßnahmen an bestehenden Gebäuden oder die Vermietung von Wohnraum,

9. die in den Geltungsbereich der Richtlinie 90/314/EWG des Rates vom 13. Juni 1990 über Pauschalreisen fallen,

10. die in den Geltungsbereich der Richtlinie 2008/122/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Januar 2009 über den Schutz der Verbraucher im Hinblick auf bestimmte Aspekte von Teilzeitnutzungsverträgen, Verträgen über langfristige Urlaubsprodukte sowie Wiederverkaufs- und Tauschverträgen fallen,

11. die vor einem öffentlichen Amtsträger geschlossen werden, der gesetzlich zur Unabhängigkeit und Unparteilichkeit verpflichtet ist und durch umfassende rechtliche Aufklärung sicherzustellen hat, dass der Verbraucher den Vertrag nur aufgrund gründlicher rechtlicher Prüfung und in Kenntnis seiner rechtlichen Tragweite abschließt,

12. über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die vom Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz des Verbrauchers geliefert werden,

13. über die Beförderung von Personen,

14. die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden,

15. die mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln mit Hilfe öffentlicher Fernsprecher zu deren Nutzung geschlossen werden oder die zur Nutzung einer einzelnen von einem Verbraucher hergestellten Telefon-, Internet- oder Faxverbindung geschlossen werden.“

3. Die §§ 5b bis 5d werden aufgehoben.

4. § 5e samt Überschrift lautet:

„Vertragsabschlüsse bei unzulässigen Telefonanrufen

§ 5e. Verträge, die während eines gemäß § 107 Abs. 1 TKG 2003 unzulässigen Anrufs im Zusammenhang mit Gewinnzusagen oder Wett- und Lotteriedienstleistungen ausgehandelt werden, sind nichtig. Auf die Ungültigkeit des Vertrags kann sich nur der Verbraucher berufen. Für Leistungen, die der Unternehmer trotz der Nichtigkeit derartiger Verträge erbracht hat, kann er weder ein Entgelt noch eine Wertminderung verlangen. Der Verbraucher kann alle Zahlungen und Leistungen, die vom Unternehmer entgegen dieser Bestimmung angenommen wurden, zurückfordern.“

5. Die §§ 5f bis 5i werden aufgehoben.

6. Nach § 6 werden folgende §§ 6a und 6b samt Überschriften eingefügt:

[Hinweis für Erläuterungen: In den Erl.wird darauf hinzuweisen sein, dass Art. 19 der RL – Entgelte für die Verwendung bestimmter Zahlungsmittel – im Hinblick auf den geltenden § 27 Abs. 6 Zahlungsdienstegesetz keiner gesonderten Umsetzung mehr bedarf.]

„Kosten telefonischer Kontaktaufnahme nach Vertragsabschluss

§ 6a. Hat der Unternehmer eine Telefonleitung eingerichtet, um im Zusammenhang mit geschlossenen Verbraucherverträgen seinen Vertragspartnern eine telefonische Kontaktaufnahme mit ihm zu ermöglichen, so ist ein Verbraucher, der diese Möglichkeit in Anspruch nimmt, nicht verpflichtet, mehr als den Grundtarif für das Ferngespräch zu zahlen. [Formulierungsalternative: so ist für einen Verbraucher, der diese Möglichkeit in Anspruch nimmt, eine vertragliche Vereinbarung, wonach er mehr als den Grundtarif für das Ferngespräch zu zahlen hätte, nicht verbindlich]

[Umsetzung von Art. 21 der RL; allenfalls könnte auch überlegt werden, diese RL-Regelung im Telekommunikationsrecht umzusetzen.]

Zusätzliche Zahlungen

§ 6b. (1) Eine Vereinbarung, mit der sich ein Verbraucher neben dem für die Hauptleistung vereinbarten Entgelt zu weiteren Zahlungen – etwa als Entgelt für eine Zusatzleistung des Unternehmers – verpflichtet, kommt nur wirksam zustande, wenn ihr der Verbraucher durch aktives Handeln zustimmt. Eine solche Zustimmung liegt insbesondere dann nicht vor, wenn der Verbraucher zur Vermeidung einer Vertragserklärung eine vom Unternehmer vorgenommene Voreinstellung ablehnen müsste, diese Ablehnung jedoch unterlässt.

(2) Fehlt die nach Abs. 1 erforderliche Zustimmung, so ist der Verbraucher unabhängig von der Erbringung der Zusatzleistung durch den Unternehmer zu keiner zusätzlichen Zahlung verpflichtet. Vom Verbraucher geleistete zusätzliche Zahlungen hat der Unternehmer zurückzuerstatten.

(3) Der Verbraucher kann die Wirksamkeit der Vereinbarung durch nachträgliche Zustimmung im Sinn des Abs. 1 herbeiführen.“

[Umsetzung von Art. 22 der RL]

7. Nach § 7 wird folgender § 7a samt Überschrift eingefügt:

„Lieferfrist beim Versandungskauf

§ 7a. Beim Versandungskauf hat der Unternehmer, sofern nichts anderes vereinbart ist, die Ware unverzüglich [ohne unnötigen Aufschub], jedenfalls aber nicht später als 30 Tage nach Vertragsabschluss, beim Verbraucher abzuliefern.“

[Hinweis: Diese Bestimmung wird noch mit einer allfälligen ABGB-Bestimmung zu Art. 18 der RL zu koordinieren sein.]

8. Nach § 12 wird folgender § 12a samt Überschrift eingefügt:

„Fälligkeit von Betreuungskosten

§ 12a. Ist der Gläubiger einer Geldforderung ein Unternehmer und der Schuldner ein Verbraucher, so ist eine Vereinbarung unwirksam, die zum Nachteil des Verbrauchers von den Regelungen des § 1333 Abs. 2 ABGB über die Angemessenheit und die Fälligkeit der Betreuungskosten abweicht.“

9. In § 28a Abs. 1 wird das Wort „Haustürgeschäften“ durch die Wendung „außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“ und wird die Wendung „oder im Zusammenhang mit Diensten der Informationsgesellschaft im elektronischen Geschäftsverkehr oder im Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen oder Dienstleistungen der Vermögensverwaltung oder Zahlungsdiensten oder

der Ausgabe von E-Geld“ durch die Wendung „, im Zusammenhang mit Diensten der Informationsgesellschaft im elektronischen Geschäftsverkehr, Wertpapierdienstleistungen, Dienstleistungen der Vermögensverwaltung, Zahlungsdiensten, der Ausgabe von E-Geld oder im Zusammenhang mit der Geltendmachung von Betriebskosten nach § 1333 Abs. 2 ABGB“ ersetzt.

10. In § 32 Abs. 1 wird die Z 1 wie folgt geändert:

a) Lit. a und b lauten:

- „a) die Informationspflicht nach § 5a vollständig und mit zutreffenden Angaben zu erfüllen,
- b) die Ware im Sinn des § 7a rechtzeitig abzuliefern,“;

b) die bisherigen lit. a bis c erhalten die Buchstabenbezeichnungen „c“, „d“ und „e“;

c) in Z 6 wird das Wort „oder“ durch einen Punkt ersetzt;

d) Z 7 entfällt.

11. Dem § 41a wird folgender Abs. 28 angefügt:

„(28) § 3 Abs. 1, §§ 5a, 5e, 6a, 6b, 6c, 7a, 12a, 28a Abs. 1 und § 32 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. XXX/2013 treten am 1. Oktober 2013 in Kraft. § 3 Abs. 1, §§ 5a, 6a, 6b, 6c und 7a in der Fassung dieses Bundesgesetzes sind auf Verträge anzuwenden, die nach dem 30. September 2013 geschlossen werden. § 12a in der Fassung dieses Bundesgesetzes ist auf Betriebs- oder Einbringungsmaßnahmen anzuwenden, die nach dem 30. September 2013 gesetzt werden. §§ 5b, 5c, 5d, 5f, 5g, 5h, und 5i treten mit Ablauf des 30. September 2013 außer Kraft; sie sowie §§ 5a und 5e in der bisherigen Fassung sind jedoch weiterhin auf vor dem 1. Oktober 2013 geschlossene Verträge anzuwenden.“

Artikel 3

Bundesgesetz über Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz – FAGG)

1. Abschnitt

Allgemeines

Geltungsbereich

§ 1. (1) Dieses Bundesgesetz gilt für Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte) zwischen Unternehmern und Verbrauchern (§ 1 KSchG).

(2) Die Bestimmungen dieses Bundesgesetzes sind auf die in § 5a Abs. 3 Z 2 bis 12, 14 und 15 KSchG genannten Verträge nicht anzuwenden. Für Verträge über die Beförderung von Personen ist nur § 8 anzuwenden.

[Umsetzung von Art. 3 Abs. 3 der RL. Art. 3 Abs. 4 der RL ist schon in § 5a Abs. 2 KSchG berücksichtigt. Zu Art. 3 Abs. 2, 5 und 6 der RL kein Umsetzungserfordernis].

Zwingendes Recht

§ 2. Soweit Vereinbarungen zum Nachteil des Verbrauchers von den Bestimmungen dieses Bundesgesetzes abweichen, sind sie unwirksam.

Begriffsbestimmungen

§ 3. In diesem Bundesgesetz bezeichnet der Ausdruck

1. „außerhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag“ jeden Vertrag zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher,
 - a) der bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers an einem Ort geschlossen wird, der kein Geschäftsraum des Unternehmers ist,
 - b) für den der Verbraucher unter den unter lit. a genannten Umständen ein Angebot gemacht hat,
 - c) der in den Geschäftsräumen des Unternehmers oder durch Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, unmittelbar nachdem der Verbraucher an einem anderen Ort als den Geschäftsräumen des Unternehmers bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers persönlich und individuell angesprochen wurde, oder

- d) der auf einem Ausflug geschlossen wird, der von einem Unternehmer in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert wurde, dass er für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen beim Verbraucher wirbt und entsprechende Verträge mit dem Verbraucher abschließt;
2. „Fernabsatzvertrag“ jeden Vertrag, der zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems geschlossen wird, wobei bis zum Zustandekommen des Vertrags ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwendet werden;
 3. „Geschäftsräume“ unbewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit dauerhaft ausübt, oder bewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit für gewöhnlich ausübt;
 4. „öffentliche Versteigerung“ eine Verkaufsmethode, bei der der Unternehmer Verbrauchern, die bei der Versteigerung persönlich anwesend sind oder denen diese Möglichkeit gewährt wird, Waren oder Dienstleistungen anbietet, und zwar in einem vom Versteigerer durchgeführten, auf konkurrierenden Geboten basierenden transparenten Verfahren, bei dem der Bieter, der den Zuschlag erhalten hat, zum Erwerb der Waren oder Dienstleistungen verpflichtet ist;
 5. „dauerhafter Datenträger“ jedes Medium, das es dem Verbraucher oder dem Unternehmer gestattet, an ihn persönlich gerichtete Informationen derart zu speichern, dass er sie in der Folge für eine für die Zwecke der Informationen angemessene Dauer einsehen kann, und das die unveränderte Wiedergabe der gespeicherten Informationen ermöglicht;
 6. „digitale Inhalte“ Daten, die in digitaler Form hergestellt oder bereitgestellt werden;
 7. „akzessorischer Vertrag“ einen Vertrag, mit dem der Verbraucher Waren oder Dienstleistungen erwirbt, die im Zusammenhang mit einem Fern- oder Auswärtsgeschäft stehen und bei dem diese Waren oder Dienstleistungen von dem Unternehmer oder einem Dritten auf der Grundlage einer Vereinbarung zwischen diesem Dritten und dem Unternehmer geliefert oder erbracht werden.

[Umsetzung von Art. 2 der RL.]

2. Abschnitt Informationspflichten

Inhalt der Informationspflicht; Rechtsfolgen

§ 4. (1) Bevor der Verbraucher durch einen Vertrag oder seine Vertragserklärung gebunden ist, muss ihn der Unternehmer zusätzlich zu den nach § 5a Abs. 1 KSchG zu erteilenden Informationen in klarer und verständlicher Weise über Folgendes informieren:

1. gegebenenfalls
 - a) die Faxnummer und die E-Mail-Adresse, unter denen der Verbraucher den Unternehmer schnell erreichen und ohne weiteres mit ihm in Verbindung treten kann,
 - b) die von der Niederlassung des Unternehmers abweichende Geschäftsanschrift, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann, und
 - c) den Namen oder die Firma und die Anschrift der Niederlassung jener Person, in deren Auftrag der Unternehmer handelt, sowie die allenfalls abweichende Geschäftsanschrift dieser Person, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann,
2. bei einem unbefristeten Vertrag oder einem Abonnementvertrag die für jeden Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten, wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden, die monatlichen Gesamtkosten, wenn aber die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Art der Preisberechnung,
3. die Kosten für den Einsatz der für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationsmittel, sofern diese nicht nach dem Grundtarif berechnet werden,
4. bei Bestehen eines Rücktrittsrechts die Bedingungen, die Fristen und die Vorgangsweise für die Ausübung dieses Rechts, dies unter Zurverfügungstellung des Muster-Widerrufsformulars gemäß Anhang II,
5. die den Verbraucher im Fall seines Rücktritts vom Vertrag gemäß § 15 treffende Pflicht zur Tragung der Kosten für die Rücksendung der Waren,
6. die den Verbraucher im Fall seines Rücktritts vom Vertrag gemäß § 16 treffende Pflicht zur Zahlung eines anteiligen Betrags für die bereits erbrachten Leistungen,

7. gegebenenfalls über das Nichtbestehen eines Rücktrittsrecht nach § 18 oder über die Umstände, unter denen der Verbraucher sein Rücktrittsrecht verliert,
8. gegebenenfalls bestehende einschlägige Verhaltenskodizes gemäß § 1 Abs. 4 Z 4 UWG und darüber, wie der Verbraucher eine Ausfertigung davon erhalten kann,
9. gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,
10. gegebenenfalls das Recht des Unternehmers, vom Verbraucher die Stellung einer Kautions oder anderer finanzieller Sicherheiten zu verlangen, sowie deren Bedingungen und
11. gegebenenfalls die Möglichkeit des Zugangs zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, und die Voraussetzungen für diesen Zugang.

(2) Im Fall einer öffentlichen Versteigerung können anstelle der in Abs. 1 Z 1 und der in § 5a Abs. 1 Z 2 KSchG genannten Informationen die entsprechenden Angaben des Versteigerers übermittelt werden.

(3) Die Informationen nach Abs. 1 Z 4, 5 und 6 können mittels der Muster-Widerrufsbelehrung gemäß Anhang I erteilt werden. Mit dieser formularmäßigen Informationserteilung gelten die genannten Informationspflichten des Unternehmers als erfüllt, sofern der Unternehmer dem Verbraucher das Formular zutreffend ausgefüllt übermittelt hat.

(4) Die dem Verbraucher nach Abs. 1 und nach § 5a Abs. 1 KSchG erteilten Informationen sind Vertragsbestandteil. Änderungen sind nur dann wirksam, wenn sie von den Vertragsparteien ausdrücklich vereinbart wurden.

(5) Hat der Unternehmer seine Pflicht zur Information über zusätzliche und sonstige Kosten nach § 5a Abs. 1 Z 3 KSchG oder über die Kosten für die Rücksendung der Waren nach Abs. 1 Z 5 nicht erfüllt, so hat der Verbraucher die zusätzlichen und sonstigen Kosten nicht zu tragen.

(6) Die Informationspflichten nach Abs. 1 und nach § 5a Abs. 1 KSchG gelten unbeschadet der Informationspflichten nach dem Dienstleistungsgesetz und nach dem E-Commerce-Gesetz.

[Umsetzung von Art. 6 der RL. Im Besonderen wird Art. 6 Abs. 8 der RL durch § 4 Abs. 6 umgesetzt.]

Hinweis für die Erläuterungen: Eine Umsetzung der Kollisionsregel in Art. 6 Abs. 8 zweiter Unterabsatz der RL ist entbehrlich, weil die innerstaatlichen Umsetzungsvorschriften zu den beiden genannten RL nicht mit den hier getroffenen Regelungen über Informationspflichten kollidieren.

Weiters ist in den Erl. darauf hinzuweisen, dass Art. 6 Abs. 2 der RL keiner Umsetzung bedarf, weil § 4 Abs. 1 FAGG grundsätzlich ohnehin für alle Verbraucherverträge gilt und wir die einschränkende Definition von „Waren“ in Art. 2 Z 3 der RL nicht übernehmen. Anzumerken ist, dass diese Bezugsverträge und die Verträge über digitale Inhalte ja sicher als Verträge entweder über Waren oder über Dienstleistungen zu qualifizieren sind. Der Richtliniengeber hat die Sonderregelungen für diese Verträge nur geschaffen, weil er eben keine Qualifikation darüber vornehmen wollte, ob es sich dabei nun um Waren oder um Dienstleistungen handelt.

Zur RL-Bestimmung des Art. 6 Abs. 9 bedarf es ebenfalls keiner gesonderten Umsetzung, weil sich diese Beweislast bereits aus allgemeinen Regeln ergibt.]

Informationserteilung bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen

§ 5. (1) Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen sind die in § 5a Abs. 1 KSchG und in § 4 Abs. 1 genannten Informationen dem Verbraucher auf Papier oder, sofern der Verbraucher dem zustimmt, auf einem anderen dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen. Die Informationen müssen lesbar, klar und verständlich sein.

(2) Der Unternehmer hat dem Verbraucher eine Ausfertigung des unterzeichneten Vertragsdokuments oder die Bestätigung des geschlossenen Vertrags auf Papier oder, sofern der Verbraucher dem zustimmt, auf einem anderen dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen. Gegebenenfalls muss die Ausfertigung oder Bestätigung auch einen Hinweis auf die Zustimmung und Kenntnisnahme des Verbrauchers nach § 18 Abs. 1 Z 11 enthalten.

[Umsetzung von Art. 7 Abs. 1 und 2 der RL.]

[Das BMJ hat die nachfolgende Regelung zwar konzipiert, hält sie aber eigentlich für sinnlos. Sie soll hier dennoch zur Diskussion gestellt werden]

Vereinfachte Informationserteilung bei Handwerkerverträgen

§ 6. (1) Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen über Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten, bei denen der Verbraucher die Dienste des Unternehmers zur Ausführung dieser Arbeiten ausdrücklich angefordert hat, das vom Verbraucher zu zahlende Entgelt den Betrag von 200 Euro nicht übersteigt und beide Vertragsteile ihre vertraglichen Verpflichtungen sofort erfüllen, gelten für die Informationserteilung abweichend von § 5 Abs. 1 die Bestimmungen des nachfolgenden Absatzes.

(2) Der Unternehmer hat dem Verbraucher die in § 5a Abs. 1 Z 2 KSchG und in § 4 Abs. 1 Z 1 genannten Informationen sowie Informationen über die Höhe des Preises oder die Art der Preisberechnung zusammen mit einem Kostenvoranschlag über die Gesamtkosten auf Papier oder, wenn der Verbraucher dem zustimmt, einem anderen dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen. Überdies hat der Unternehmer dem Verbraucher die in § 5a Abs. 1 Z 1 KSchG und in § 4 Abs. 1 Z 4 und 7 genannten Informationen zu erteilen, kann jedoch davon absehen, diese auf Papier oder einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen, wenn sich der Verbraucher damit ausdrücklich einverstanden erklärt. Die nach § 5 Abs. 2 zur Verfügung zu stellende Ausfertigung oder Bestätigung muss auch die in § 5a Abs. 1 KSchG und in § 4 Abs. 1 genannten Informationen enthalten.

[Umsetzung von Art. 7 Abs. 4 der RL.]

Informationserteilung bei Fernabsatzverträgen

§ 7. (1) Bei Fernabsatzverträgen sind die in § 5a Abs. 1 KSchG und in § 4 Abs. 1 genannten Informationen dem Verbraucher klar und verständlich in einer dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise zu erteilen. Werden diese Informationen auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt, so müssen sie lesbar sein.

(2) Wird der Vertrag unter Verwendung eines Fernkommunikationsmittels geschlossen, bei dem für die Darstellung der Information nur begrenzter Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung steht, so hat der Unternehmer dem Verbraucher vor dem Vertragsabschluss über dieses Fernkommunikationsmittel zumindest die in § 5a Abs. 1 Z 1, 2 und 3 KSchG und in § 4 Abs. 1 Z 4 und 11 genannten Informationen über die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, den Namen des Unternehmers, den Gesamtpreis, das Rücktrittsrecht, die Vertragslaufzeit und die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge zu erteilen. Die anderen in § 5a Abs. 1 KSchG und in § 4 Abs. 1 genannten Informationen sind dem Verbraucher auf geeignete Weise unter Beachtung von Abs. 1 zu erteilen.

(3) Der Unternehmer hat dem Verbraucher innerhalb einer angemessenen Frist nach dem Vertragsabschluss, spätestens jedoch mit der Lieferung der Waren oder dem Beginn der Dienstleistungserbringung, eine Bestätigung des geschlossenen Vertrags auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen, die die in § 5a Abs. 1 KSchG und in § 4 Abs. 1 genannten Informationen enthält, sofern er diese Informationen dem Verbraucher nicht schon vor Vertragsabschluss auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt hat. Gegebenenfalls muss die Bestätigung auch einen Hinweis auf die Zustimmung und Kenntnisnahme des Verbrauchers nach § 18 Abs. 1 Z 11 enthalten.

(4) Die vorstehenden Regelungen sowie jene des § 8 gelten unbeschadet der Bestimmungen des E-Commerce-Gesetzes über den Abschluss von Verträgen.

[Umsetzung von Art. 8 der RL, und zwar:

Abs. 1 setzt Art. 8 Abs. 1 der RL um,

Abs. 2 setzt Art. 8 Abs. 4 der RL um,

Abs. 3 setzt Art. 8 Abs. 7 der RL um,

Abs. 4 setzt Art. 8 Abs. 9 der RL um.]

Besondere Erfordernisse bei elektronisch geschlossenen Verträgen

§ 8. (1) Wenn ein auf elektronischem Weg geschlossener Fernabsatzvertrag den Verbraucher zu einer Zahlung verpflichtet, hat der Unternehmer den Verbraucher unmittelbar, bevor dieser seine Vertragserklärung abgibt, klar und in hervorgehobener Weise auf die in § 5a Abs. 1 Z 1, 3 und 6 KSchG und in § 4 Abs. 1 Z 9 genannten Informationen hinzuweisen.

(2) Der Unternehmer hat dafür zu sorgen, dass der Verbraucher bei der Bestellung ausdrücklich seine Kenntnis darüber bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungspflicht verbunden ist. Wenn der Bestellvorgang die Aktivierung einer Schaltfläche oder die Betätigung einer ähnlichen Funktion erfordert, muss diese Schaltfläche oder Funktion gut lesbar ausschließlich mit den Worten „zahlungspflichtig

bestellen“ oder einer gleichartigen, eindeutigen Formulierung gekennzeichnet sein, die den Verbraucher darauf hinweist, dass die Bestellung mit einer Zahlungspflicht gegenüber dem Unternehmer verbunden ist. Kommt der Unternehmer dieser Verpflichtung nicht nach, so ist der Verbraucher an den Vertrag oder seine Vertragserklärung nicht gebunden.

(3) Auf Websites für den elektronischen Geschäftsverkehr ist spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden.

[Umsetzung von Art. 8 Abs. 2 und 3 der RL.]

Besondere Erfordernisse bei telefonisch geschlossenen Verträgen

§ 9. (1) Bei Ferngesprächen mit Verbrauchern, die auf den Abschluss eines Fernabsatzvertrags abzielen, hat der Unternehmer dem Verbraucher zu Beginn des Gesprächs seinen Namen oder seine Firma, gegebenenfalls den Namen der Person, in deren Auftrag er handelt, sowie den geschäftlichen Zweck des Gesprächs offenzulegen.

(2) Bei einem telefonisch ausgehandelten Fernabsatzvertrag ist der Verbraucher erst gebunden, wenn der Unternehmer dem Verbraucher eine Bestätigung seines Vertragsanbots auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung stellt und der Verbraucher dem Unternehmer hierauf eine schriftliche Erklärung über die Annahme dieses Anbots auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt.

[Umsetzung von Art. 8 Abs. 5 und 6 der RL.]

[In Art 8 Abs. 6 wird uE entgegen der etwas missverständlichen Formulierung nicht Unterschriftlichkeit im Sinne des § 886 ABGB gefordert, sondern nur geschriebene Form, die wir hier einerseits mit der Bezugnahme auf den dauerhaften Datenträger einfangen und andererseits im Hinblick auf die Vorgabe der RL nochmals ausdrücklich erwähnen. Hier geht es ja nicht um die Frage der Nachweisbarkeit der Identität, sondern um eine gewisse Warnfunktion, die mit bloßer Textform durchaus bereits einhergeht. Alles andere wäre eine Überfrachtung; dann würde nämlich ein einfaches Mail nicht mehr ausreichen, sondern wäre eine elektronische Signatur vonnöten.]

Beginn der Vertragserfüllung vor Ablauf der Rücktrittsfrist

§ 10. [(1)] Hat ein Fernabsatzvertrag oder ein außerhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag eine Dienstleistung, die nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge angebotene Lieferung von Wasser, Gas oder Strom oder die Lieferung von Fernwärme zum Gegenstand und wünscht der Verbraucher, dass der Unternehmer noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach § 11 mit der Vertragserfüllung beginnt, so muss der Unternehmer dem Verbraucher dazu auffordern, ihm ein ausdrücklich auf diese vorzeitige Vertragserfüllung gerichtetes Verlangen – im Fall eines außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrags auf einem dauerhaften Datenträger – zu übermitteln.

[(2) Hat ein Fernabsatzvertrag oder ein außerhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten zum Gegenstand und wünscht der Verbraucher, dass der Unternehmer noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach § 11 mit der Vertragserfüllung beginnt, so muss der Unternehmer den Verbraucher dazu auffordern, ihm die ausdrückliche Zustimmung zur vorzeitigen Vertragserfüllung, verbunden mit der Kenntnisnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts, zu übermitteln.]

[Umsetzung von Art. 7 Abs. 3 und Art. 8 Abs. 8 der RL.]

[Frage: Brauchen wir denn den bei uns in Klammern gesetzten Abs. 2? Ein unmittelbares Vorbild in der RL findet sich dafür nicht. Siehe allerdings Art. 16 lit. m der RL; dazu fehlt nämlich eine korrespondierende Aufforderungspflicht in der RL, wie das bei den Dienstleistungs- und Bezugsverträgen in Art. 7 Abs. 3 und 8 Abs. 8 der Fall ist. Siehe im Einzelnen die ausführlichen Erläuterungen zu § 16 Abs. 3. Sollten wir uns für die dort dargestellte, aber dort nicht präferierte Lösungsvariante 1 entscheiden, dann wäre wohl zu überlegen, auch für digitale Inhalte innerstaatlich eine solche Aufforderung vorzusehen. Wenn wir uns hingegen für Lösungsvariante 2 entscheiden, kann uE § 10 Abs. 2 jedenfalls entfallen.]

3. Abschnitt

Rücktritt vom Vertrag

Rücktrittsrecht und Rücktrittsfrist

§ 11. (1) Der Verbraucher kann von einem Fernabsatzvertrag oder einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag binnen 14 Tagen ohne Angabe von Gründen zurücktreten.

(2) Die Frist zum Rücktritt beginnt

1. bei Dienstleistungsverträgen mit dem Tag des Vertragsabschlusses,
2. bei Kaufverträgen und sonstigen auf den entgeltlichen Erwerb einer Ware gerichteten Verträgen
 - a) mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der Ware erlangt,
 - b) wenn der Verbraucher mehrere Waren im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat, die getrennt geliefert werden, mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der zuletzt gelieferten Ware erlangt,
 - c) bei Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der letzten Teilsendung erlangt,
 - d) bei Verträgen über die regelmäßige Lieferung von Waren über einen bestimmten Zeitraum hinweg mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der zuerst gelieferten Ware erlangt,
3. bei einem Vertrag, der die nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge angebotene Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, die Lieferung von Fernwärme oder die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten zum Gegenstand hat, mit dem Tag des Vertragsabschlusses.

[Umsetzung von Art. 9 der RL.]

Unterbliebene Aufklärung über das Rücktrittsrecht

§ 12. (1) Ist der Unternehmer seiner Informationspflicht nach § 4 Abs. 1 Z 4 nicht nachgekommen, so verlängert sich die in § 11 vorgesehene Rücktrittsfrist um zwölf Monate.

(2) Holt der Unternehmer die Informationserteilung innerhalb der nach Abs. 1 verlängerten Frist nach, so endet die Rücktrittsfrist 14 Tage nach dem Zeitpunkt, zu dem der Verbraucher diese Information erhält.

[Umsetzung von Art. 10 der RL.]

Ausübung des Rücktrittsrechts

§ 13. (1) Die Ausübung des Rücktrittsrechts ist an keine bestimmte Form gebunden. Der Verbraucher kann für die Erklärung des Rücktritts das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang II verwenden. Die Rücktrittsfrist ist gewahrt, wenn die Erklärung innerhalb der Frist abgesendet wird.

(2) Der Unternehmer kann dem Verbraucher auch die Möglichkeit einräumen, das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang II oder eine anders formulierte Rücktrittserklärung auf der Website des Unternehmers elektronisch auszufüllen und abzuschicken. Gibt der Verbraucher eine Rücktrittserklärung auf diese Weise ab, so hat ihm der Unternehmer unverzüglich eine Bestätigung über den Eingang der Rücktrittserklärung auf einem dauerhaften Datenträger zu übermitteln.

[Abs. 1: Umsetzung von Art. 11 Abs. 1 und 2 der RL.]

[Hinweis für Erläuterungen: Auf EG 44 Bezug nehmen; Erklärung – Vertrauenstheorie; „eindeutig hervorgeht“.]

[Abs. 2: Umsetzung von Art. 11 Abs. 3 der RL.]

Pflichten des Unternehmers bei Rücktritt des Verbrauchers vom Vertrag

[Hinweis: Art. 12 der RL bedarf keiner Umsetzung]

§ 14. (1) Tritt der Verbraucher nach § 11 Abs. 1 vom Vertrag zurück, so hat der Unternehmer alle vom Verbraucher geleisteten Zahlungen, gegebenenfalls einschließlich der Lieferkosten, unverzüglich, spätestens jedoch binnen 14 Tagen ab Zugang der Rücktrittserklärung zu erstatten. Er hat für die Rückzahlung dasselbe Zahlungsmittel zu verwenden, dessen sich der Verbraucher für die Abwicklung seiner Zahlung bedient hat, sofern für den Verbraucher dadurch keine Kosten anfallen und nicht mit dem Verbraucher ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde.

(2) Hat sich der Verbraucher ausdrücklich für eine andere Art der Lieferung als die vom Unternehmer angebotene günstigste Standardlieferung entschieden, so hat er keinen Anspruch auf Erstattung der ihm dadurch entstandenen Mehrkosten.

(3) Bei Kaufverträgen und sonstigen auf den entgeltlichen Erwerb einer Ware gerichteten Verträgen kann der Unternehmer die Rückzahlung verweigern, bis er entweder die Ware wieder zurückerhalten oder ihm der Verbraucher einen Nachweis über die Rücksendung der Ware erbracht hat; dies gilt nicht, wenn der Unternehmer angeboten hat, die Ware selbst abzuholen.

[Umsetzung von Art. 13 der RL.]

Pflichten des Verbrauchers bei Rücktritt vom Kaufvertrag

§ 15. (1) Tritt der Verbraucher nach § 11 Abs. 1 von einem Kaufvertrag oder einem sonstigen auf den entgeltlichen Erwerb einer Ware gerichteten Vertrag zurück, so hat er die empfangene Ware unverzüglich, spätestens jedoch binnen 14 Tagen ab Abgabe der Rücktrittserklärung, an den Unternehmer zurückzustellen; dies gilt nicht, wenn der Unternehmer angeboten hat, die Ware selbst abzuholen. Die Rückstellungsfrist ist gewahrt, wenn die Ware innerhalb der Frist abgesendet wird.

(2) Die Kosten der Rücksendung der Ware sind vom Verbraucher zu tragen; dies gilt nicht, wenn der Unternehmer sich bereit erklärt hat, diese Kosten zu tragen, oder wenn er es unterlassen hat, den Verbraucher über dessen Kostentragungspflicht zu unterrichten.

(3) Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, bei denen die Ware zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zur Wohnung des Verbrauchers geliefert wurde, hat der Unternehmer die Ware auf eigene Kosten abzuholen, wenn wegen deren Beschaffenheit eine Rücksendung auf dem Postweg nicht tunlich ist.

(4) Der Verbraucher hat dem Unternehmer nur dann eine Entschädigung für eine Minderung des Verkehrswerts der Ware zu zahlen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Ware nicht notwendigen Umgang mit derselben zurückzuführen ist. Der Verbraucher haftet in keinem Fall für einen Wertverlust der Ware, wenn er vom Unternehmer nicht gemäß § 4 Abs. 1 Z 4 über sein Rücktrittsrecht belehrt wurde.

(5) Außer den in dieser Bestimmung angeführten Zahlungen und allfälligen Mehrkosten nach § 14 Abs. 2 dürfen dem Verbraucher wegen seines Rücktritts keine sonstigen Lasten auferlegt werden.

[Abs. 1 bis 4: Umsetzung von Art. 14 Abs. 1 und 2 der RL.]

Abs. 5: Umsetzung von Art. 14 Abs. 5 der RL.]

Pflichten des Verbrauchers bei Rücktritt von einem Vertrag über Dienstleistungen, Energie- und Wasserlieferungen oder digitale Inhalte

§ 16. (1) Tritt der Verbraucher nach § 11 Abs. 1 von einem Vertrag über Dienstleistungen oder über die in § 10 Abs. 1 genannten Energie- und Wasserlieferungen zurück, nachdem er ein Verlangen gemäß § 10 Abs. 1 erklärt und der Unternehmer hierauf mit der Vertragserfüllung begonnen hat, so hat er dem Unternehmer einen Betrag zu zahlen, der im Vergleich zum vertraglich vereinbarten Gesamtpreis verhältnismäßig den vom Unternehmer bis zum Rücktritt erbrachten Leistungen entspricht. Ist der Gesamtpreis überhöht, so wird der anteilig zu zahlende Betrag auf der Grundlage des Marktwerts der erbrachten Leistungen berechnet.

(2) Die anteilige Zahlungspflicht nach Abs. 1 besteht nicht, wenn der Unternehmer seiner Informationspflicht nach § 4 Abs. 1 Z 4 und 6 nicht nachgekommen ist [oder wenn der Verbraucher kein ausdrückliches Verlangen nach § 10 Abs. 1 erklärt hat].

[Hinweis: Die hier im Abs. 2 in eckige Klammer gesetzte Wendung hat zwar ihr Vorbild in Art. 14 Abs. 4 lit. a sublit. ii der RL, ist aber eigentlich unsinnig, weil die Erklärung des Verlangens ja schon Voraussetzung der Zahlungspflicht nach § 16 Abs. 1 ist. Also muss das hier nicht nochmals als Tatbestandsmerkmal des Nichtbestehens der Zahlungspflicht wiederholt werden.]

(3) Tritt der Verbraucher nach § 11 Abs. 1 von einem Vertrag über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten zurück, so trifft ihn für bereits erbrachte Leistungen des Unternehmers keine Zahlungspflicht, wenn er keine ausdrückliche Zustimmung [nach § 10 Abs. 2] erteilt oder den damit verbundenen Verlust des Rücktrittsrechts nicht zur Kenntnis genommen hat [oder wenn der Unternehmer dem Verbraucher keine Ausfertigung oder Bestätigung nach § 5 Abs. 2 oder § 7 Abs. 3 zur Verfügung gestellt hat].

[Zu Abs. 3:

1. Ein Problem für die Umsetzung der die **digitalen Inhalte** (die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden) betreffenden Richtlinieninhalte ist deren **Inkohärenz**. Sie kamen größtenteils erst in einer späteren Phase der Verhandlungen über die Richtlinie in den Text, und zwar auf Initiative des Europäischen Parlaments. Im Zuge der Einfügung der sie betreffenden Regelungsinhalte in die Richtlinie war es offenbar nicht mehr möglich, sie völlig konsistent auszugestalten, sondern blieben einige Widersprüche und Fragen ungelöst. Die Regelungen über die nicht auf einem körperlichen Datenträger gelieferten digitalen Inhalte sind zwar **ähnlich konstruiert wie jene über die Energie- und Wasserbezugsverträge und auch wie jene über Dienstleistungsverträge** (hier ist allerdings je nach

geregelter Frage zwischen vollständig erbrachten und nur teilweise erbrachten Dienstleistungen zu differenzieren), sie **unterscheiden sich im Einzelnen von diesen dann aber doch wieder erheblich**.

2. Dies gilt im Besonderen für den Fragenkomplex um das **Rücktrittsrecht und die vorzeitige Leistungserbringung**. Für Letztere sieht die Richtlinie bei den Dienstleistungen und den Bezugsverträgen die Obliegenheit des Unternehmers vor, den Verbraucher zu einem ausdrücklichen Verlangen nach Leistungserbringung vor Ablauf der Rücktrittsfrist aufzufordern (Art. 7 Abs. 3, Art. 8 Abs. 8 der RL). Für die digitalen Inhalte fehlt es in der Richtlinie an einer korrespondierenden Obliegenheit des Unternehmers (siehe die obigen Ausführungen zu § 10 Abs. 2) – was schon einmal zur Frage führt, ob es sich dabei um eine ungeplante Regelungslücke handelt oder dieses Fehlen Ausdruck eines entsprechenden Differenzierungswillens des Richtliniengebers ist. Ein weiterer Unterschied liegt darin, dass die Richtlinie bei den digitalen Inhalten **nicht ein ausdrückliches Verlangen** des Verbrauchers nach vorzeitiger Vertragserfüllung vorsieht, **sondern** – und auch das nicht als Aufforderungsobliegenheit des Unternehmers, sondern nur implizit aus Art. 14 Abs. 4 lit. b sublit. I und II und aus Art. 16 lit. m ableitbar – **bloß** dessen ausdrückliche **Zustimmung** dazu (verbunden mit der Erklärung der Kenntnisnahme vom damit verbundenen Verlust des Rücktrittsrechts), ohne dass diese Zustimmungserklärung an eine bestimmte Form gebunden wäre. (Unterschiedlich sind im Übrigen auch die Rechtsfolgen der vorzeitigen Leistungserbringung ohne Verlangen bzw. Zustimmung: Bei den digitalen Inhalten und den vollständig erbrachten Dienstleistungen hat dies den Verlust des Rücktrittsrechts zur Folge [Art. 16 lit. a und m der RL], bei den Bezugsverträgen und den teilweise erbrachten Dienstleistungen hingegen die anteilige Zahlungspflicht).

3. Bei den digitalen Inhalten sieht die Richtlinie eine **eigene Obliegenheit des Unternehmers** vor, nämlich den **Hinweis auf** die ausdrückliche **Zustimmung** des Verbrauchers zur vorzeitigen Vertragserfüllung **und** dessen **Kenntnisnahme** über den dadurch eintretenden Verlust des Rücktrittsrechts nach Art. 16 lit. m im Rahmen der Bestätigung des geschlossenen Vertrags (Art. 7 Abs. 2 und Art. 8 Abs. 7 lit. b der RL). Und hier kommt es nun zu einer nur schwer auflösbaren **Diskrepanz**: **Unterlässt** der **Unternehmer** diesen an sich gebotenen **Hinweis**, so hat das nach Art. 16 lit. m der Richtlinie **auf den Ausschluss des Rücktrittsrechts keine Wirkung** (demnach hat nämlich der Verbraucher nur dann dennoch ein Rücktrittsrecht, wenn er der vorzeitigen Leistungserbringung nicht ausdrücklich zugestimmt oder den Verlust seines Rücktrittsrechts nicht zur Kenntnis genommen hat). In Art. 14 Abs. 4 lit. b (wo es – siehe die Überschrift von Art. 14 – um die Zahlungspflicht „im Widerrufsfall“ geht) nimmt die Richtlinie allerdings in der sublit. III auf die Unterlassung dieses Hinweises im Rahmen der Bestätigung Bezug: Wenn dieser Hinweis unterbleibt, muss der Verbraucher **trotz Rücktritts Zahlung leisten**. Das ist ein logischer Bruch: Denn allein das Unterbleiben des Hinweises steht dem Ausschluss des Rücktritts nach Art. 16 lit. m der Richtlinie nicht entgegen; der Verbraucher hat also nicht etwa wegen dieses Unterbleibens doch – als Ausnahme von der Ausnahme – ein Rücktrittsrecht. Und andererseits ordnet Art. 14 Abs. 4 lit. b der Richtlinie bei Rücktritt des Verbrauchers und – als eines von drei Anknüpfungsmomenten – Unterbleiben des Hinweises eine Zahlungspflicht des Verbrauchers trotz Rücktritts an, obwohl in diesem Fall der Verbraucher gar nicht zum Rücktritt berechtigt ist. Zahlung bei Rücktritt, obwohl gar kein Rücktrittsrecht besteht? Das passt nicht zusammen.

4. Der innerstaatliche Gesetzgeber muss sich nun überlegen, wie er zur Herstellung einer konsistenten innerstaatlichen Rechtslage mit dieser Diskrepanz umgeht. Dazu sind zwei Möglichkeiten denkbar: Entweder man sieht es für den Ausschluss des Rücktrittsrechts doch als erforderlich an, dass der Unternehmer einen Hinweis auf die ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers zur vorzeitigen Vertragserfüllung und dessen Kenntnisnahme über den dadurch eintretenden Verlust des Rücktrittsrechts gibt (obwohl dieses Erfordernis im Text des Art. 16 lit. m der RL nicht aufscheint). Das hätte allerdings die etwas seltsame Konsequenz, dass der Verbraucher hier an sich kein Rücktrittsrecht hat, aber das Unterbleiben eines Hinweises genau darauf, nämlich auf das Fehlen des Rücktrittsrechts, nun ein an sich nicht existentes Rücktrittsrecht als Sanktion für dieses Unterbleiben entstehen lässt. Der verabsäumte Hinweis auf ein Negativum soll das Gegenteil – ein Positivum – kreieren? Das scheint keine besonders schlüssige Konstruktion zu sein. Die **zweite Lösungsvariante** besteht darin, dass man die Diskrepanz nicht bei Art. 16, sondern bei Art. 14 der Richtlinie behebt. Demnach hätte das **Unterbleiben des Hinweises** – wie es der Wortlaut von Art. 16 lit. m der Richtlinie ohnehin vorsieht – keinen Einfluss auf den Ausschluss des Rücktrittsrechts; und bei der Umsetzung von Art. 14 Abs. 4 lit. b der Richtlinie wird kein Pendant zur sublit. III geschaffen, das Unterbleiben des Hinweises also **nicht als Anknüpfungsmoment für eine Zahlungspflicht des Verbrauchers** statuiert. Dies scheint die weniger weitgehende Korrektur gegenüber dem unlogischen Richtlinientext und insgesamt näher am Willen des Richtliniengebers zu sein. Freilich stellt sich bei dieser Variante die Frage, wie hier die Unterlassung des Hinweises durch den Unternehmer sanktioniert wird. Dies soll bei der österreichischen Umsetzung durch

die Schaffung eines Verwaltungsstraftatbestands gelöst werden, der den in der Unterlassung des Hinweises gelegenen Pflichtverstoß des Unternehmers mit einer Verwaltungsstrafe belegt.]

(4) Außer der in Abs. 1 [und 3] angeführten Zahlung dürfen dem Verbraucher wegen seines Rücktritts keine sonstigen Lasten auferlegt werden.

[Umsetzung von Art. 14 Abs. 3 bis 6 der RL.]

Auswirkungen des Rücktritts auf akzessorische Verträge

§ 17. Tritt der Verbraucher nach § 11 Abs. 1 vom Vertrag zurück, so gilt der Rücktritt auch für einen akzessorischen Vertrag. Außer den in §§ 15 und 16 angeführten Zahlungen dürfen dem Verbraucher daraus keine sonstigen Lasten auferlegt werden.

[Umsetzung von Art. 15 der RL.]

Ausnahmen vom Rücktrittsrecht

§ 18. (1) Der Verbraucher hat kein Rücktrittsrecht bei Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen über

1. Dienstleistungen, wenn der Unternehmer – auf Grundlage eines ausdrücklichen Verlangens des Verbrauchers nach § 10 Abs. 1 sowie einer Bestätigung des Verbrauchers über dessen Kenntnis vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vollständiger Vertragserfüllung – noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach § 11 mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen hatte und die Dienstleistung sodann vollständig erbracht wurde,
2. Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von Schwankungen auf dem Finanzmarkt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat und die innerhalb der Rücktrittsfrist auftreten können,
3. Waren, die nach Kundenspezifikationen angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind,
4. Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,
5. Waren, die versiegelt geliefert werden und aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder aus Hygienegründen nicht zur Rückgabe geeignet sind, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
6. Waren, die nach ihrer Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden,
7. alkoholische Getränke, deren Preis bei Vertragsabschluss vereinbart wurde, die aber nicht früher als 30 Tage nach Vertragsabschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat,
8. Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware, die in einer versiegelten Packung geliefert werden, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
9. Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen über die Lieferung solcher Publikationen,
10. Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung zu anderen als zu Wohnzwecken, Beförderung von Waren, Vermietung von Kraftfahrzeugen sowie Lieferung von Speisen und Getränken und Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen erbracht werden, sofern jeweils für die Vertragserfüllung durch den Unternehmer ein bestimmter Zeitpunkt oder Zeitraum vertraglich vorgesehen ist,
11. die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalte, wenn der Unternehmer – auf Grundlage eines ausdrücklichen Verlangens des Verbrauchers nach § 10 Abs. 2 sowie einer Bestätigung des Verbrauchers über dessen Kenntnis vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vorzeitigem Beginn mit der Vertragserfüllung – noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach § 11 mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen hatte.

(2) Der Verbraucher hat weiters kein Rücktrittsrecht bei Verträgen über dringende Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten, bei denen der Verbraucher den Unternehmer ausdrücklich zu einem Besuch zur Ausführung dieser Arbeiten aufgefordert hat. Erbringt der Unternehmer bei einem solchen Besuch weitere Dienstleistungen, die der Verbraucher nicht ausdrücklich verlangt hat, oder liefert er Waren, die bei der Instandhaltung oder Reparatur nicht unbedingt als Ersatzteile benötigt werden, so steht dem Verbraucher hinsichtlich dieser zusätzlichen Dienstleistungen oder Waren das Rücktrittsrecht zu.

(3) Dem Verbraucher steht schließlich kein Rücktrittsrecht bei Verträgen zu, die auf einer öffentlichen Versteigerung geschlossen werden.

[Abs. 1: Umsetzung von Art. 16 lit. a bis g, i, j, l und m der RL.

Abs. 2: Umsetzung von Art. 16 lit. h der RL.

Abs. 3: Umsetzung von Art. 16 lit. k der RL.]

4. Abschnitt

Strafbestimmungen

§ 19. Sofern die Tat nicht den Tatbestand einer gerichtlich strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist, begeht ein Unternehmer eine Verwaltungsübertretung und ist mit einer Geldstrafe bis zu 1 450 Euro zu bestrafen, wenn er

1. in die gemäß § 4 Abs. 1 gebotenen vorvertraglichen Informationen falsche Angaben aufnimmt oder die Informationspflichten gemäß § 4 Abs. 1 nicht oder nicht vollständig erfüllt,
2. gegen eine der in § 5 Abs. 1, § 6 Abs. 2 und § 7 Abs. 1 und 2 getroffenen Anordnungen über die Art der Informationsverteilung verstößt,
3. dem Verbraucher entgegen § 5 Abs. 2 oder § 7 Abs. 3 keine Vertragsausfertigung oder -bestätigung – gegebenenfalls einschließlich eines Hinweises auf die Zustimmung und Kenntnisnahme des Verbrauchers nach § 18 Abs. 1 Z 11 – zur Verfügung stellt;
4. seine besonderen vorvertraglichen Informationspflichten bei elektronisch geschlossenen Verträgen gemäß § 8 Abs. 1 und 3 nicht oder nicht vollständig erfüllt;
5. ein Ferngespräch beginnt, ohne zu Beginn des Gesprächs den Namen (die Firma) des Unternehmers, gegebenenfalls den Namen der Person, in deren Auftrag er handelt, sowie den geschäftlichen Zweck des Gesprächs gemäß § 9 Abs. 1 offenzulegen;
6. es unterlässt, dem Verbraucher gemäß § 13 Abs. 2 eine Bestätigung über den Eingang der Rücktrittserklärung auf einem dauerhaften Datenträger zu übermitteln;
7. gegen seine Erstattungspflicht nach § 14 Abs. 1 verstößt.

5. Abschnitt

Schlussbestimmungen

Inkrafttreten

§ 20. Dieses Bundesgesetz tritt mit 1. Oktober 2013 in Kraft. Es ist auf Fern- und Auswärtsgeschäfte anzuwenden, die ab diesem Zeitpunkt geschlossen werden.

Vollziehung

§ 21. Mit der Vollziehung dieses Bundesgesetzes ist die Bundesministerin für Justiz betraut.

Umsetzungshinweis

§ 22. Mit diesem Bundesgesetz wird die Richtlinie 2011/83/EU über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG und der Richtlinie 1999/44/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG und der Richtlinie 97/7/EG, ABl. Nr. L 304 vom 22. November 2011, S. 64, umgesetzt.

Artikel 4

Schlussbestimmungen

Inkrafttreten

§ 1. (1) Artikel 1 tritt mit 1. Oktober 2013 in Kraft.

.....

Umsetzungshinweis

§ 2. Mit diesem Bundesgesetz wird die Richtlinie 2011/83/EU über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG und der Richtlinie 1999/44/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG und der Richtlinie 97/7/EG, ABl. Nr. L 304 vom 22. November 2011, S. 64, umgesetzt.