

XXIV. GP.-NR

1806 IA

14. Dez. 2011

Antrag

der Abgeordneten Dr. Fichtenbauer, Dr. Hübner, Ing. Hackl
und weiterer Abgeordneter

betreffend ein Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG, das Telekommunikationsgesetz, das Konsumentenschutzgesetz (KSchG) und das Bundesgesetzes über die Erbringung von Zahlungsdiensten (Zahlungsdienstegesetz – ZaDiG) geändert werden

Der Nationalrat wolle beschließen:

Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG, das Telekommunikationsgesetz, das Konsumentenschutzgesetz (KSchG) und das Bundesgesetzes über die Erbringung von Zahlungsdiensten (Zahlungsdienstegesetz – ZaDiG) geändert werden

Der Nationalrat hat beschlossen:

Artikel 1

Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 - UWG

Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 - UWG, BGBl. Nr. 448/1984, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 79/2007, wird wie folgt geändert:

1. In § 1a Abs. 3 wird die Zahl „31“ durch die Zahl „32“ ersetzt.
2. Im Anhang wird Punkt 32 angefügt:
„32. Das Erwecken des unrichtigen Eindrucks, der Verbraucher habe ein rechtswirksames Vertragsverhältnis abgeschlossen oder ein solches nicht rechtswirksam aufgekündigt.“

Artikel 2

Änderung des Bundesgesetzes, mit dem ein Telekommunikationsgesetz erlassen wird (Telekommunikationsgesetz 2003 - TKG 2003)

Das Bundesgesetz, mit dem ein Telekommunikationsgesetz erlassen wird (Telekommunikationsgesetz 2003 - TKG 2003), BGBl. I Nr. 70/2003, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 102/2011, wird wie folgt geändert:

1. § 107 soll wie folgt geändert werden:
„(1) Anrufe - einschließlich das Senden von Fernkopien - zu Werbezwecken ohne vorherige ausdrückliche, schriftliche – die Unterschrift des Teilnehmers aufweisende – Einwilligung sind unzulässig. Der Einwilligung des Teilnehmers steht die Einwilligung einer Person, die vom Teilnehmer zur Benützung seines Anschlusses ermäch-

tigt wurde, gleich. Die erteilte Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden; der Widerruf der Einwilligung hat auf ein bestehendes Vertragsverhältnis mit dem Adressaten der Einwilligung keinen Einfluss.“

Artikel 3

Änderung des Bundesgesetzes vom 8. März 1979, mit dem Bestimmungen zum Schutz der Verbraucher getroffen werden (Konsumentenschutzgesetz - KSchG)

Das Bundesgesetz, mit dem das Konsumentenschutzgesetz (KSchG), BGBl. Nr. 140/1979, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 100/2011, wird wie folgt geändert:

1. Im § 5 e lautet der Absatz 3 wie folgt:

„(3) Ist der Unternehmer seinen Informationspflichten nach § 5d Abs. 1 und 2 nicht nachgekommen, so beträgt die Rücktrittsfrist drei Monate ab den in Abs. 2 genannten Zeitpunkten. In Fällen einer Verletzung der Verpflichtung gemäß § 5c Abs 1 Z 6 kann der Verbraucher jedenfalls bis zur beiderseitigen, vollständigen, Vertragserfüllung zurücktreten.“

2. Im § 5e Absatz 4 entfällt die Wortfolge „im Zusammenhang mit Gewinnzusagen oder Wett- und Lotteriedienstleistungen“

3. In § 15 wird nach dem Absatz 4 folgender Absatz 5 angefügt:

„(5) Vollmachten zum Abschluss oder zur Aufkündigung von Verträgen im Sinne dieses Vertragspunktes bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform.“

„Artikel 4

Änderung des Bundesgesetzes über die Erbringung von Zahlungsdiensten (Zahlungsdienstegesetz – ZaDiG)

Das Bundesgesetzes über die Erbringung von Zahlungsdiensten (Zahlungsdienstegesetz – ZaDiG), BGBl. I Nr. 66/2009, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 107/2010, wird wie folgt geändert:

1. In § 34 Absatz 1 wird zwischen dem ersten und zweiten Satz folgender Satz eingefügt:

„Sofern es sich bei dem Zahler um einen Verbraucher handelt, kann als Form rechtswirksam nur die Schriftlichkeit (samt eigenhändiger Unterschrift des Zahlers) vereinbart werden.“

Begründung

Das Konsumentenschutzrechts-Änderungsgesetz 2011 – KSchRÄG 2011, Bundesgesetzblatt I Nr. 22/2011 vom 28. April 2011, beinhaltet eine Verschärfung im Bereich unerwünschte Telefonwerbung („Cold Calling“).

Laut den Materialien zu diesem Gesetz wird der Unternehmer verpflichtet, einen telefonisch ausgehandelten Vertrag schriftlich oder auf einem für den Verbraucher verfügbaren dauerhaften Datenträger besonders zu bestätigen. Darüber hinaus wird den Verbrauchern bei Verträgen, die während eines unerwünschten Telefonanrufs ausgehandelt worden sind, ein spezielles Rücktrittsrecht eingeräumt, das über das bereits bestehende Fernabsatz-Rücktrittsrecht (§§ 5e ff. KSchG) hinausreicht. Letztlich sollen bestimmte Verträge in diesem Zusammenhang für nichtig erklärt werden. Diese Änderungen waren aber nicht ausreichend.

Unerwünschte Telefonwerbung hat sich in der letzten Zeit zu einem die Konsumenten erheblich belästigenden Problem entwickelt. Bereits nach geltendem Recht ist Werbung mit unerwünschten Telefonanrufen gegenüber Konsumentinnen und Konsumenten unerlaubt und damit rechtswidrig, wenn sie ohne deren Einwilligung erfolgt. Die Durchsetzung des geltenden Rechts stößt in der Praxis allerdings auf Schwierigkeiten: Es ist immer noch zum Teil eine „Holschuld“ der betreffenden Konsumenten, sich im Einzelfall zu schützen. Die Novellierung des § 5 des KSchG ist hier nur zum Teil eine Heilung des Zustandes und hat noch dazu im Gegenteil dazu geführt, dass die „Vertriebsformen“ perfider und aggressiver geworden sind, wie aktuelle Anzeigen und Berichte ergeben. Diesem Zustand soll entgegengewirkt werden. Darüber hinaus klagen Konsumenten über vermeintlich oder tatsächlich „untergeschobene“ Verträge, insbesondere im Zusammenhang mit Telefonwerbung. Gegen die hieraus resultierenden Folgen sollen sich Konsumenten besser zur Wehr setzen können. Ein weiteres häufig beobachtetes Phänomen ist die Berufung auf angeblich mündliche Vollmachten.

In diesem Zusammenhang soll nicht nur der Missbrauch eingeschränkt, sondern auch eine Vereinfachung der Gesetzeslage vorgenommen werden, um den Verbrauchern mehr Rechtssicherheit zu gewährleisten.

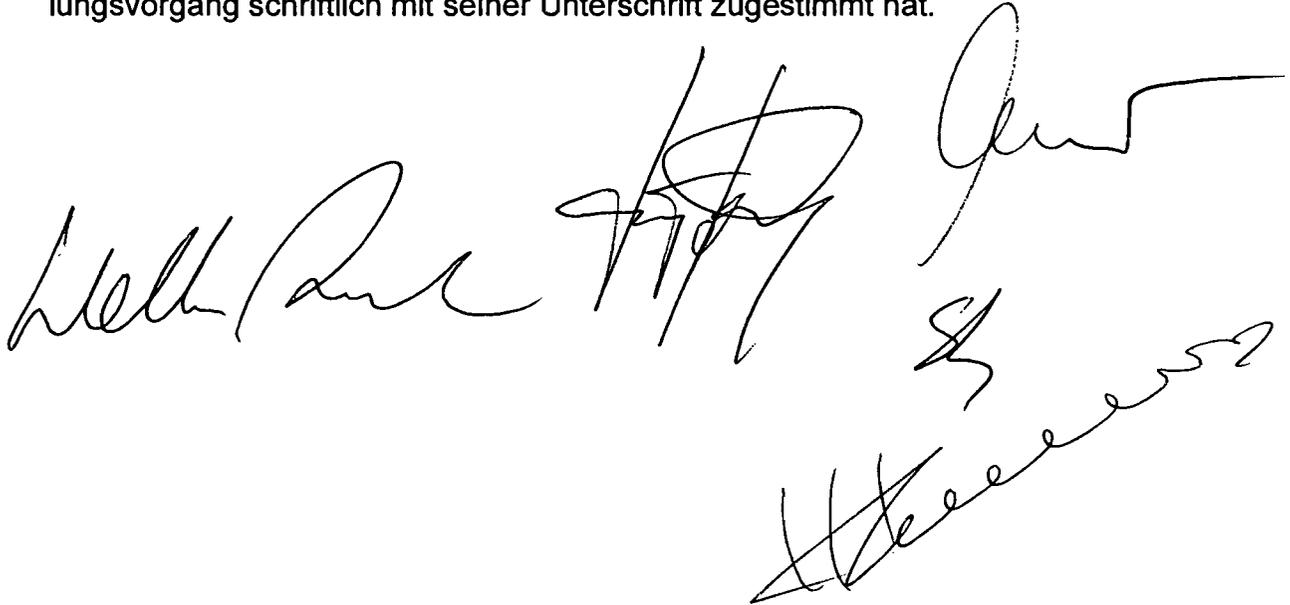
Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG besagt in § 1a Absatz 1 unter „Aggressive Geschäftspraktiken“ folgendes: Eine Geschäftspraktik gilt als aggressiv, wenn sie geeignet ist, die Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Marktteilnehmers in Bezug auf das Produkt durch Belästigung, Nötigung, oder durch unzulässige Beeinflussung wesentlich zu beeinträchtigen und ihn dazu zu veranlassen, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Das Erwecken des unrichtigen Eindrucks, der Verbraucher habe ein rechtswirksames Vertragsverhältnis abgeschlossen oder ein solches nicht rechtswirksam aufgekündigt, nimmt immer mehr zu. Daher soll dies ergänzt werden.

In § 107 Absatz 1 soll die bereits normierte Einwilligung in der Hinsicht präzisiert werden, als dass künftig die Unterschrift des Verbrauchers für die gültige Einwilligung notwendig ist.

Durch die Änderungen in § 5e Absatz 3 Konsumentenschutzgesetz soll es zu einer Vereinfachung kommen. Die Änderung im Absatz 4 soll dazu führen, dass alle Verträge, die während eines gemäß § 107 Abs. 1 TKG 2003 unzulässigen Anrufs aus-

gehandelt werden, nichtig sind und damit mehr Rechtssicherheit für den Verbraucher gegeben ist.

Die Änderung im § 34 Absatz 1 Zahlungsdienstegesetz soll dafür sorgen, dass zukünftig ein Zahlungsvorgang nur dann als autorisiert gilt, wenn der Zahler dem Zahlungsvorgang schriftlich mit seiner Unterschrift zugestimmt hat.

The image shows three handwritten signatures in black ink. The first signature on the left is 'Helmut Peter'. The middle signature is 'H. Peter' with a stylized flourish. The signature on the right is 'Gustav' with a long horizontal line extending to the right. Below these, there is a fourth signature that appears to be 'H. Peter' written in a different style or as a correction.

ZV: Konsumentenschutzkommission