



ÖAMTC  
Rechtsdienste  
Schuberttring 1-3  
A-1010 Wien

An das  
Präsidium des Nationalrates  
c/o Parlament  
Dr. Karl Renner-Ring  
1017 Wien


Datum: Wien, 7. Mai 1999  
Zeichen: SK 23 / Dr. Ha-gm  
Bearbeiter: mag. Ursula Zelenka  
Telefon: 711 99-1219  
Telefax: 711 99-1259

**Entwurf eines Bundesgesetzes mit dem Bestimmungen über den Vertragsabschluß  
im Fernabsatz in das KonsumentenschutzG eingefügt und das Bundesgesetz gegen  
den unlauteren Wettbewerb 1984 geändert werden;  
Bundesministerium für Justiz  
GZl. 7.012A/139-I.2/1999;  
Stellungnahme des ÖAMTC**

Sehr geehrte Damen und Herren!

In der Anlage übermittelt der ÖAMTC seine oben genannte Stellungnahme in 25-facher  
Ausfertigung.

Mit freundlichen Grüßen

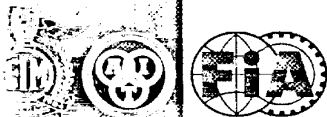
  
Dr. Hugo Hauptfleisch  
Hauptabteilungsleiter  
Rechtsdienste

Beilagen erwähnt

Tel (0222) 711 99-0  
Fax 711 99-1259

Juristische  
Kurzauskünfte:  
Tel (0222) 711 99-8

Rechtshilfe  
rund um die Uhr:  
In Notfällen  
auch nachts und  
an Wochenenden  
rufen Sie den  
Euro-Notruf:  
Tel (0222) 982 13 04





**STELLUNGNAHME**  
**zum Entwurf eines**  
**Bundesgesetzes, mit dem Bestimmungen über den**  
**Vertragsabschluß im Fernabsatz in das Konsumentenschutzgesetz**  
**eingefügt und das Bundesgesetz gegen den unlauteren**  
**Wettbewerb 1984 geändert werden**  
**(Fernabsatz-Gesetz)**

### A) Grundsätzliches

Der ÖAMTC begrüßt den vorliegenden Entwurf als wichtigen Schritt zur Stärkung der Rechte der Konsumenten. Viele der darin verwirklichten Verbraucherschutzbestimmungen gehen auf Vorschläge zurück, die wir und unsere Partnerclubs anlässlich der Ausarbeitung der Fernabsatz-Richtlinie eingebracht haben. Mit den geplanten Änderungen wird den vielfältigen Gefahren Rechnung getragen, denen sich Verbraucher im Zuge der zunehmenden Informationsflut und durch die Verwendung immer neuer technischer Kommunikationswege gegenüber sehen.

Dennoch regt der ÖAMTC an, den Schutz der Verbraucher in einigen Bereichen über das durch die umzusetzenden Richtlinien geregelte Mindestmaß hinaus zu erweitern. Wir dürfen diesbezüglich auf unsere nachstehenden Ausführungen verweisen.

### B) Stellungnahme zu den Vorschlägen im einzelnen

#### Zu § 1 Abs. 5 KSchG:

Auch der ÖAMTC ist der Ansicht, daß dem Problem der sogenannten „Spendenvereine“ in geeigneter Form entgegengetreten werden muß. In jüngster Zeit standen verschiedene Vereinigungen aufgrund dubioser Machenschaften oder aggressiver Mitgliederwerbung im Blickpunkt der Öffentlichkeit, wobei die „Produktpalette“ vom Tierschutz bis zu gefälschten Ambulanzflugversicherungen reicht. Diese - zumeist an Passanten auf öffentlichen Straßen und Plätzen gerichtete - Form der Mitgliederwerbung sollte unbedingt unterbunden werden. Wir geben allerdings zu bedenken, daß die **Definition** in der derzeitigen Textierung des § 1 Abs. 5 weit über jene Fälle hinausgeht, die gemäß den EB zu regeln beabsichtigt ist.

#### Zu § 5d KSchG:

Unseres Erachtens sollten die dem Verbraucher zu übermittelnden Informationen - insbesondere hinsichtlich grenzüberschreitender Vertragsabschlüsse - unbedingt ergänzt werden um Angaben über das auf das Vertragsverhältnis **anzuwendende Recht**, den **Gerichtsstand** und die etwaige **Firmenbuchnummer** des Unternehmers.

#### Zu § 5f KSchG:

Dem Verbraucher mangels Vereinbarung bei Verträgen über Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierte (Z 5) wegen der „besonderen Aktualität der Waren“ **kein Rücktrittsrecht** einzuräumen, halten wir in bezug auf **Abonnementverträge** für bedenklich. Unseres Erachtens wird damit ein Verbraucher, der sein Abonnement im Wege des Fernabsatzes

erworben hat, schlechter gestellt als jener, der einen solchen Vertrag im Zuge eines Haustürgeschäftes abgeschlossen hat.

**Zu § 5j KSchG:**

Bei den Kommunikationsmitteln, deren erlaubte Verwendung gemäß Abs. 1 an die Zustimmung des Verbrauchers gebunden ist, wäre - unbeschadet einer künftigen Regelung des elektronischen Geschäftsverkehrs im Binnenmarkt - eine **Ergänzung um e-mails, SMS-Nachrichten und auf der Mobil- bzw. Sprachbox von Handy-Besitzern hinterlassene (Werbe-) Botschaften** sinnvoll und wünschenswert.

Die Verwendung anderer **Fernkommunikationsmittel** zu gestatten, sofern „dies der Verbraucher nicht **offenkundig abgelehnt** hat“, bedeutet im Umkehrschluß, daß der Verbraucher - um künftige Belästigungen im vorhinein zu vermeiden - eine umfassende Erklärung gegenüber dem Unternehmer abgeben müßte, in welcher er taxativ all jene Kommunikationsmittel aufzählt, deren Verwendung er ausschließen will. Dies erscheint uns für den Konsumenten unzumutbar, zumal wenn man bedenkt, daß seine Phantasie oft nicht so weit reichen wird wie jene des Unternehmers (oder dessen Werbeabteilung).

**Zu § 32 Abs. 1 Z 7:**

Im Sinne der zuvor genannten Bedenken wäre die Aufzählung zu ergänzen.

Wien, 6.5.1999

RD / Mag. Ursula Zelenka