



An das
Bundesministerium für Justiz
team.z@bmj.gv.at
z.H. SC Hon.-Prof. Dr. Georg Kathrein

Wien, 26.2.2014

GZ BMJ-Z7.012E/0001-I 2/2014

Stellungnahme des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbandes (ÖZV) zum Ministerialentwurf für ein 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)

Sehr geehrter Herr Sektionschef Dr. Kathrein!

Wir bedanken uns für die Möglichkeit zur Stellungnahme zum oben bezeichneten Gesetzesentwurf.

Der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV) ist die Berufs- und Standesorganisation der Herausgeber und Verleger österreichischer Zeitschriften und Fachmedien. Fernabsatzgeschäfte (Online-Abovertrieb und telefonischer Abovertrieb), teilweise auch Geschäfte außerhalb von Geschäftsräumlichkeiten (Straßenverkauf) sind für unsere Mitglieder zentrale Vertriebskanäle. Unseren einzelnen Anmerkungen zu den vorgeschlagenen Regelungen möchten wir daher folgende grundsätzliche Anmerkungen zur Richtlinie und zum Gesamtkonzept des Umsetzungsvorschlags voranstellen:

Der vorgelegte Ministerialentwurf dient der Umsetzung der EU-Verbraucherrechte-Richtlinie (RI 2011/83/EU). Diese bezweckt ua die *vollständige Harmonisierung* der Verbraucherinformation und des Widerrufsrechts in Verträgen, die im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden (vgl. ErwGr. 5 der RI). Durch die Vorgaben der Richtlinie kommt es für österreichische Unternehmen im Vergleich zur bisher geltenden Rechtslage zu erheblichen Mehrbelastungen. Exemplarisch seien zwei für Printmedien-Verlage relevante Belastungen herausgegriffen:

Österreichischer Zeitschriften- u. Fachmedienverband

1010 Wien, Wipplingerstr. 15 Tel: +43 1 319 70 01 E-Mail: office@oezv.or.at <http://www.oezv.or.at>
Bankverbindung: Bank Austria, BLZ 12000, Kto.-Nr. 00621234400
DVR: 0366846 UID-Nr. ATU37090107

- Die allgemeinen Rücktritts- bzw. Widerrufsfristen für Haustür- und Fernabsatzgeschäfte werden von einer Woche (Haustürgeschäfte iS § 3 KSchG) bzw. sieben Werktagen (Fernabsatzgeschäfte) auf 14 Tage erhöht. Dies wird vor allem die Quote objektiv grundloser „Impuls-Rücktritte“ erhöhen.
- Die bisher in § 5g Abs. 1 Z 2 KSchG vorgesehene Möglichkeit, ein angemessenes Entgelt für die Benützung zu verlangen, welche gerade beim Rücktritt von Zeitschriften und Fachmedien-Abonnements im Hinblick auf bereits bezogene (und konsumierte) Ausgaben bedeutend ist, entfällt.

Zusätzliches „Gold Plating“ im Verbraucherschutz (durch den Vollharmonisierungsanspruch der Richtlinie im Bereich Fernabsatz- und Haustürgeschäfte ohnehin nur dort zulässig, wo die Richtlinie dazu ausdrücklich ermächtigt) ist daher unter Berücksichtigung der Interessen der Wirtschaft, vor allem auch der Interessen kleiner und mittlerer Unternehmen, aus unserer Sicht strikt abzulehnen.

Dies vorausgeschickt, nehmen wir im Einzelnen wie folgt Stellung:

1. Kein paralleles „genuin österreichisches Haustürgeschäfte-Rücktrittsrecht“

Die Richtlinie enthält einen Katalog von vom Haustürgeschäfte-Rücktrittsrecht ausgenommenen Geschäften. Gemäß Art. 16 lit. j der Richtlinie sehen die Mitgliedstaaten bei außerhalb von Geschäftsräumlichkeiten geschlossenen Verträgen über die *Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten, mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen über die Lieferung solcher Publikationen*, kein Widerrufsrecht nach den Artikeln 9 bis 15 vor.

Vom bestehenden „Haustürgeschäfte-Rücktrittsrecht“ nach § 3 KSchG (dieses erfasste schon bisher nicht nur an der Haustür, sondern generell außerhalb von Geschäftsräumlichkeiten abgeschlossene Geschäfte) sind Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierte nicht ausgenommen. Der vorgelegte Ministerialentwurf will dieses Rücktrittsrecht als „genuin österreichische“ Regelung parallel zum Widerrufsrecht laut Richtlinie beibehalten, wobei die bisherige Rücktrittsfrist von fünf Werktagen an die in der Richtlinie vorgegebene Widerrufsfrist von 14 Tagen „angepasst“, also verlängert werden soll.

Die EU-Verbraucherrichtlinie bezweckt, wie eingangs dargelegt, die Vollharmonisierung des Widerrufsrechts auf Basis des in der Richtlinie gefundenen Kompromisses. Ein „genuin österreichisches“ Haustürgeschäfte-Rücktrittsrecht mit breiterem Anwendungsbereich als das in der Richtlinie vorgegebene Widerrufsrecht steht im Widerspruch zur Vollharmonisierung und bringt den in der Richtlinie gefundenen Kompromiss zulasten der Unternehmer aus dem Gleichgewicht.

Wir ersuchen, von einer Umgehung der Vollharmonisierung des Widerrufsrechtes durch Beibehalt eines „genuin österreichischen Haustürgeschäfte-Rücktrittsrechtes“ Abstand zu nehmen und ein einheitliches Widerrufsrecht für Haustürgeschäfte nach den Vorgaben der EU-Verbraucherrechte-Richtlinie zu normieren.

2. Keine Aufsplitterung des Konsumentenschutzrechtes

Bei Normierung eines einheitlichen Widerrufsrechtes, wie von der Richtlinie vorgegeben, gibt es unseres Erachtens auch keinen Grund dafür, die schon bisher im KSchG geregelten Informationspflichten und Rücktrittsrechte bei „Haustürgeschäften“ (im Sinne von außerhalb von Geschäftsräumlichkeiten geschlossene Geschäfte) und Fernabsatzgeschäften aus dem KSchG herauszuschälen.

Die vollständige Regelung dieser Materien im KSchG ist seit Jahrzehnten „gelernt“. Die in den Erläuterungen vertretene Auffassung, die künstliche Aufteilung dieser Materie auf zwei Gesetze sei „die legislativ elegantere Lösung“ ist für uns als diese in der Praxis anwendende Normunterworfenen ebenso erstaunlich wie unnachvollziehbar: Das Konsumentenschutzrecht würde durch diese Konstruktion für Unternehmer, vor allem aber auch für Konsumenten mit Sicherheit unübersichtlicher und unnachvollziehbarer.

Wir ersuchen, die schon bisher im KSchG geregelten Informationspflichten und Rücktrittsrechte bei „Haustürgeschäften“ (im Sinne von außerhalb von Geschäftsräumlichkeiten geschlossenen Geschäfte) und Fernabsatzgeschäften auch weiterhin im KSchG zu regeln, um Unübersichtlichkeit und Doppelgleisigkeit im Konsumentenschutzrecht zu vermeiden.

3. Keine Erschwerung des telefonischen Abo-Vertriebs

Ein nicht unerheblicher Teil entgeltlicher Zeitschriften-Abonnements wird telefonisch akquiriert. Die gemäß § 107 TKG erforderliche Vorab-Zustimmung zu Werbeanrufen wird regelmäßig im Rahmen von Gratis-Testabos eingeholt. Bereits 2010/2011 wurde erwogen, im KSchG „ewige Ungültigkeit“ für Verträge vorzusehen, bei denen der vertreibende Unternehmer nicht nachweisen kann, dass der telefonische Vertragsabschluss bei einem vom Verbraucher erlaubten Anruf und nicht bei einem sog. „unerbetenen Werbeanruf“ erfolgte. Auf diese völlig unverhältnismäßige Belastung für Unternehmen wurde letztlich zurecht verzichtet: ewige Ungültigkeit wurde treffsicher eingeschränkt auf Gewinnspielverträge anlässlich unerbetener Werbeanrufe vorgesehen.

Im Zuge der Umsetzung der EU-Verbraucher-Richtlinie besteht für EU-Mitgliedstaaten neuerlich die Möglichkeit, *aber nicht dir Pflicht*, telefonische Vertragsabschlüsse erheblich zu erschweren, in dem durch das Gebot der „schriftlichen Bestätigung“ letztlich Schriftform vorgesehen wird. Der Begutachtungsentwurf sieht in § 9 FAGG eine entsprechende *Gold-Plating-Regelung* vor: Ein Verbraucher soll an einen anlässlich eines unerbetenen Werbeanrufes geschlossenen Vertrag erst gebunden sein, wenn er diesen nach Zusendung eines Vertragsanbots durch schriftliche Erklärung bestätigt hat.

Dies ist eine existenzbedrohende Gefährdung des Abo-Vertriebs österreichischer Medienunternehmen: Verbraucher haben zurecht die Erwartung, Verträge über den (auch wiederkehrenden) Bezug alltäglicher Gebrauch- bzw. Konsumgüter, wie es auch Zeitungen und Zeitschriften sind, schnell und unbürokratisch abschließen zu können. Eine Verbürokratisierung wird häufig dazu führen, dass der Verbraucher von der (nicht zuletzt auch impulsgesteuerten) Kaufentscheidung Abstand nimmt. Um späterer Berufung auf Ungültigkeit vorzubauen, wären Medienunternehmen jedoch letztlich gezwungen, jedes telefonisch akquirierte Abonnement schriftlich bestätigen zu lassen und mangels Eingang der Bestätigung den Abo-Vertrag als nicht geschlossen zu betrachten.

Die vorgeschlagene Regelung des § 9 FAGG führt zu einer ewigen Nachweispflicht des Unternehmers, dass der Vertragsabschluss nicht bei einem unerbetenen Werbeanrufer erfolgte. Dies erzeugt hohen Administrativaufwand und hohes Risiko nachträglicher „Rücktritten“ von Abo-Verträgen, aufgrund derer unter Umständen Jahre lang Printmedien geliefert wurden. Die Regelung ist unverhältnismäßig und gefährdet die Vertriebs Erlöse von Medienunternehmen und damit Arbeitsplätze. Wir ersuchen dringend, von dieser Regelung Abstand zu nehmen. Die 2011 im KSchG verankerte Regelung über die ewige Ungültigkeit von bei unerbetenen Werbeanrufern abgeschlossenen Glückspielverträgen ist ausreichend und treffsicher.

4. Klarstellung über den Fristenlaufbeginn bei Aboverträgen erforderlich

Die EU-Verbraucherrechte-Richtlinie sieht in Art. 9 (2) iii vor, dass bei Verträgen zur regelmäßigen Lieferung von Waren über einen *festgelegten* Zeitraum hinweg (englische Fassung: „*contracts for regular delivery of goods during defined period of time*“) die Widerrufsfrist 14 Tage ab dem Tag, an dem der Verbraucher [...], in den physischen Besitz *der ersten* Ware gelangt, beträgt.

Diese Regelung hat Abo-Verträge jeglicher Art, also auch Zeitungs- und Zeitschriftenabos vor Augen. Mit der Wendung „*über einen festgelegten Zeitraum hinweg*“, soll zum Ausdruck gebracht werden, dass *die wiederkehrende Lieferung innerhalb eines beliebigen, von den Vertragsparteien festgelegten Zeitraumes gewollter Vertragsinhalt* ist (im Gegensatz zum Fall nicht vom Verbraucher ausgehender getrennter Lieferungen einer einheitlichen Bestellung, vgl. Art. 9 (2) ii der Richtlinie bzw. § 11 Abs. 2 lit c. des vorgelegten Entwurfes). Dieser Zeitraum kann von den Parteien auch so festgelegt werden, dass er bis zur intervallmäßig möglichen Kündigung einer der beiden Parteien dauern soll – also auch als unbefristeter Abo-Vertrag.

Die Regelung des Art. 9 (2) iii ist im vorgelegten Ministerialentwurf in § 11 Abs. 2 lit. d umgesetzt. Dort wird jedoch die Formulierung „*über einen festgelegten Zeitraum hinweg*“ durch die Formulierung „*über einen bestimmten Zeitraum hinweg*“ ersetzt. Dadurch entsteht der Eindruck, dass diese Regelung nur auf befristete, nicht aber auf unbefristete Abo-Verträge anwendbar sein soll, was aber nicht richtlinienkonform wäre.

Wir ersuchen, die im vorgelegten Ministerialentwurf gewählte Formulierung „*über einen bestimmten Zeitraum hinweg*“ durch die in der Richtlinie verwendete Formulierung „*über einen festgelegten Zeitraum hinweg*“ zu ersetzen und in den Erläuterungen klarzustellen, dass die Regelung auf Abo-Verträge jeder Art, befristet wie unbefristet, anwendbar ist.

Wir ersuchen um Berücksichtigung unserer Anmerkungen und stehen für eine Erörterung jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen


Mag. Gerald Grünberger
(Verbandsgeschäftsführer)

Die Stellungnahme wurde auch an das Präsidium des Nationalrates an die Adresse begutachtungsverfahren@parlament.gv.at übermittelt.