



Bundesministerium Justiz  
BMJ-I2(Sachen,- Schuld- und Wohnrecht)  
Museumstraße 7  
1070 Wien

BUNDESARBEITSKAMMER  
PRINZ EUGEN STRASSE 20-22  
1040 WIEN  
T 01 501 65  
www.arbeiterkammer.at  
DVR 1048384

Per Mail an:  
team.z@bmj.gv.at

Ihr Zeichen	Unser Zeichen	Bearbeiter/in	Tel <b>501 65</b> Fax <b>501 65</b>	Datum
2021-	BAK/KS-	Mag Miriam Forster	DW 13793DW 12693	24.01.2022
0.888.274	GSt/MF/BE			

Stellungnahme zu dem Entwurf eines Bundesgesetzes, mit dem das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz und das Konsumentenschutzgesetz geändert werden (Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz-MoRUG)

Die Bundesarbeitskammer (BAK) bedankt sich für die Übermittlung des Entwurfs eines Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (MoRUG).

Der gegenständliche Entwurf hat die nationale Umsetzung der in der Richtlinie (EU) 2019/2161 („Modernisierungs-Richtlinie“) vorgesehenen Änderungen der Richtlinie 2011/83/EU („Verbraucherrechte-Richtlinie“) sowie der Richtlinie 93/13/EWG („Klausel-Richtlinie“) zum Gegenstand, die den Mitgliedstaaten einige wichtige Umsetzungsspielräume ermöglichen. Zu den diesbezüglichen Änderungen des FAGG und des KSchG nimmt die BAK aus Verbrauchersicht wie folgt Stellung:

## **FAGG**

### **§ 1 – Geltungsbereich**

Es ist ausdrücklich zu begrüßen, dass man sich im Rahmen des vorliegenden Entwurfs dafür entschieden hat, auch **außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Datenhängeungsverträge in den Anwendungsbereich des FAGG mit einzubeziehen.**

Die in den Erläuterungen angeführten Argumente für eine Einbeziehung, wie zB eine zu erwartende Zunahme an diesbezüglichen Geschäftsmodellen, gelten jedoch für alle Datenhängeungsverträge – dementsprechend breit sollten VerbraucherInnen hier geschützt sein. Wie auch schon anlässlich des Gewährleistungsrichtlinien-Umsetzungsgesetzes (GRUG) gefordert, sollte sich der Anwendungsbereich des FAGG daher nicht nur auf die nach der Richtlinie zwingend vorzusehenden digitale Leistungen beschränken, sondern **auch „analoge“ Datenhängeungsverträge** umfassen.

## § 4 – Inhalt der Informationspflichten; Rechtsfolgen

### § 4 Abs 1 Z 2 – Informationspflicht zu Telefonnummer und E-Mail-Adresse

Eine erstreckende Umsetzung der zwingenden Bekanntgabe von E-Mail-Adresse und Telefonnummer wäre für den Bereich der **Personenbeförderung** sehr erstrebenswert. Verbraucher müssen insbesondere im Bereich von Flugreisen schnell und effizient mit dem Flugunternehmen kommunizieren können, was leider derzeit in vielen Fällen nicht sichergestellt ist.<sup>1</sup>

### § 4 Abs 1 Z 4a – Informationspflicht bei automatisiert personalisierten Preisen

Die BAK fordert eine **Ausdehnung der neu eingeführten Informationspflicht zu personalisierten Preisen** auf die bereits allgemein als einschlägig bekannten Bereiche Personenbeförderung, Pauschalreisen und Beherbergung (Immobilienverträge). Dies wäre nur eine logische Konsequenz daraus, dass die Tourismus- und Flugbranche seit Jahren eine Vorreiterrolle bei dynamischen bzw personalisierten Preisen einnimmt<sup>2</sup>.

Um eine praktische Durchsetzbarkeit dieser Bestimmung zu ermöglichen, müsste flankierend eine **Beweislastumkehr** in Hinblick auf die Personalisierung des Preises auf Grund einer automatisierten Entscheidungsfindung angedacht werden.<sup>3</sup>

Für **Anbieter von Online-Marktplätzen** sind die nach der RL möglichen, erweiterten Informationspflichten vorzusehen (siehe gleich); die bloße Information darüber, dass personalisierte Preise verwendet werden, stellt zwar grundsätzlich einen wichtigen ersten Ansatzpunkt dar, ermöglicht Verbraucherinnen und Verbrauchern aber keine echten Erkenntnisse. Hier würde eine **verpflichtende Angabe des „objektiven“ Preises bzw der Bandbreite der möglichen personalisierten Preise** für deutlich mehr Transparenz sorgen. Weites sollten auch ohne Einsatz automatisierter Entscheidungsfindung personalisierte Preise in die Informationspflicht miteinbezogen werden.

### § 4a – Zusätzliche Informationerteilung bei auf Online-Marktplätzen geschlossenen Verträgen:

---

<sup>1</sup> Vgl *Pirker-Hörmann*, Anmerkungen zur Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union in *Reiffenstein/Blaschek* (Hrsg), Konsumentenpolitisches Jahrbuch 2019, 121.

<sup>2</sup> ÖIAT (Durchführung): Studie: Dynamic Pricing – Die Individualisierung von Preisen im E-Commerce / AK Wien (Beauftragung, Medieninhaber und Verlag) (2015) 9f, 15f [https://wien.arbeiterkammer.at/service/studien/Konsument/Dynamic\\_Pricing\\_2015.pdf](https://wien.arbeiterkammer.at/service/studien/Konsument/Dynamic_Pricing_2015.pdf) (24.2.2021).

<sup>3</sup> Vgl *Kodek/Leupold*, Modernisierung des Verbraucherrechts - Ausgewählte Auslegungsfragen und Umsetzungsoptionen der Omnibus-Richtlinie (2021), 64.

### § 4a Abs 1 Z 1 - Informationspflicht über die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings

Der Entwurf sieht lediglich vor, dass die Informationen zu den Hauptparametern des Rankings von der Seite, auf der die Angebote gezeigt werden, unmittelbar und leicht zugänglich sein müssen. Diese Begriffe sollten durch den Gesetzgeber in den Erläuterungen **näher konkretisiert** werden.

Denkbar wäre eine Anzeigeform (zumindest in derselben Schriftgröße wie die Suchinhalte), die nach Anzeige des Ergebnisses in unmittelbarer Nähe desselben, ohne die Notwendigkeit eines „Scrollens“ (orientiert an den gängigsten Endgeräten wie Smartphone, Laptop) sichtbar ist.<sup>4</sup>

Ein ganz wesentlicher Aspekt bei Rankings und Vergleichen ist ihre drohende Beeinflussung durch **Interessenskonflikte** (Vorteile direkter und indirekter Art im Austausch für günstige Rankings, rechtliche und wirtschaftliche Verflechtungen, Anbot eigener Produkte des Online-Marktplatzes). Der Gesetzgeber ist daher gefordert, hier eine Erweiterung der Informationspflichten vorzusehen. Wie auch bei auf Online-Marktplätzen präsentierten Vergleichen (§ 4a Abs 1 Z 5) sollten daher zusätzliche Informationen über die **in das Ranking einbezogenen Anbieter** sowie über **mögliche Interessenskonflikte** und die im Ranking berücksichtigte **Marktabdeckung** erteilt werden müssen.

### § 4a Abs 1 Z 5 – Informationspflicht über die in Vergleiche einbezogene Anbieter

§ 4a Abs 1 Z 5 sieht eine über die Erfordernisse der Richtlinie hinausgehende Informationspflicht von Online-Marktplätzen vor, welche Verbrauchern **Vergleichsergebnisse** ihrer Angebote präsentieren. Hiernach muss darüber informiert werden, welche Anbieter bei der Erstellung des Vergleichs miteinbezogen wurden.

Diese Informationspflicht wird aus Konsumentensicht selbstverständlich ausdrücklich begrüßt, geht aber gleichzeitig nicht weit genug. Konsumenten erhalten hierdurch nämlich noch keine Kenntnis darüber, welchen **Anteil des diesbezüglichen Marktangebots** die in den Vergleich einbezogenen Anbieter repräsentieren oder ob etwaige **wirtschaftliche oder rechtliche Verflechtungen** die Einbeziehung oder Vergleichsergebnisse beeinflusst haben könnten. Ergänzend sollten daher auch solche Informationen erteilt werden müssen.

### § 4a Abs 2 – Informationspflicht über den Vertragspartner

Diese besondere Informationspflicht darüber, ob der Vertragspartner des Verbrauchers der Anbieter des Online-Marktplatzes oder ein Dritter ist, ist **sehr erfreulich**.

In der Praxis zeigten sich hier regelmäßig Schwierigkeiten, da Verbraucher mangels entsprechender Angaben häufig davon ausgingen, direkt mit dem Anbieter des Online-Marktplatzes und nicht mit einem Dritten kontrahiert zu haben. Die nun im Rahmen der Regelungsoption vorgesehene **doppelte Informationspflicht** („zum frühestmöglichen Zeitpunkt“ und nochmals

---

<sup>4</sup> Vgl hierzu auch VZBV, Stellungnahme Transparenz auf Online-Marktplätzen und Schutz vor unerwünschten Haustürgeschäften verbessern, 5 [https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/04/16/21-04-13\\_vzbv\\_stn\\_ge\\_staeckung\\_verbraucherschutz\\_bgb\\_modernisierungs-rl.pdf](https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/04/16/21-04-13_vzbv_stn_ge_staeckung_verbraucherschutz_bgb_modernisierungs-rl.pdf) (24.1.2022).

unmittelbar vor Abgabe der Vertragserklärung) erscheint ein geeignetes Mittel zu sein, um entsprechende Klarheit sicherzustellen.

### Haftung von Online-Marktplätzen

Die BAK ist bereits anlässlich der nationalen Umsetzung der Warenkauf-Richtlinie und der Digitale-Inhalte und Dienstleistungen-Richtlinie (Gewährleistungsrichtlinien-Umsetzungsgesetzes (GRUG)) für eine allgemeine **gewährleistungsrechtliche Solidarhaftung von Plattformbetreibern (mit Herstellern und Händlern)** eingetreten.<sup>5</sup> Diese Forderung wird in diesem Zusammenhang wiederholt.

Online-Marktplätze sollten jedoch zumindest dann gewährleistungsrechtlich haften müssen, wenn ihnen ein beherrschender Einfluss auf Drittanbieter und Vertragsbedingungen zukommt bzw, wenn sie ihre in § 4a in Hinblick auf Identität und Unternehmereigenschaft des Vertragspartners (bzw der Unanwendbarkeit von Verbraucherschutzbestimmungen) normierten Informationspflichten verletzen.

### § 11 – Rücktrittsrecht und Rücktrittsfrist

#### § 11 Abs 3 FAGG

Die hier wahrgenommene Regelungsoption des Art 9 Abs 1a Verbraucherrechte-RL (idF Modernisierungs-RL) hinsichtlich der Verlängerung der Rücktrittsfrist auf 30 Tage bei Verträgen, die anlässlich eines unerbetenen Besuchs des Unternehmers in der Wohnung des Verbrauchers oder im Zuge von Werbefahrten geschlossen werden, ist sehr **begrüßenswert**. Aus Kohärenzerwägungen sollte diese Fristverlängerung aber auch auf das Rücktrittsrecht des bei Nichtanwendbarkeit des FAGG diesbezüglich vorgesehenen **Auffangtatbestand des § 3 KSchG erstreckt werden**.<sup>6</sup>

#### § 11 Abs 3 Z 1 – Erkennbare Unerbetenheit des Besuchs

Es sollte nicht an den Verbrauchern liegen, präventiv zu erkennen geben zu müssen, dass sie keine unerbetenen Besuche von Unternehmen wünschen. Hier wäre eine Anknüpfung des verlängerten Rücktrittsrechts an eine zuvor *nicht* erteilte Einwilligung der VerbraucherInnen (**Eintragung in eine „Positivliste“**) sachgerechter.

#### § 11 Abs 3 Z 3 – Zahlungen am Tag des Vertragsabschlusses im Beisein des Unternehmers

Haustürgeschäfte und Werbefahrten stellen für Verbraucher „traditionell“ problembehaftete Vertriebswege dar, die überhöhte Preise und psychologische Drucksituationen mit sich

---

<sup>5</sup> Vgl BAK, Stellungnahme zum Entwurf des Gewährleistungsrichtlinien-Umsetzungsgesetz (GRUG) 5, [https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/SNME/SNME\\_89221/imfname\\_955084.pdf](https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/SNME/SNME_89221/imfname_955084.pdf).

<sup>6</sup> Kodek/Leupold, 89.

bringen. Die hiervon in erster Linie betroffenen Verbrauchergruppen sind oftmals zudem besonders schutzbedürftig (zB ältere Menschen, die Bargeldersparnisse zu Hause haben) und eine Rückabwicklung stellt sich selbst bei rechtzeitig ausgeübtem Rücktrittsrecht in der Praxis oft schwierig dar. Aus Sicht der BAK sprechen daher viele gute Gründe für ein **allgemeines Verbot von diesbezüglichen Sofortzahlungen**.

Es wird dennoch positiv zur Kenntnis genommen, dass mit der vorgesehenen erweiterten Rücktrittsfrist der skizzierten Problematik Rechnung getragen werden soll, da sie den betroffenen Personen jedenfalls mehr Zeit zur Rücksprache mit Verbraucherschutzeinrichtungen oder Angehörigen ermöglicht. Im Detail ist aber festzuhalten, dass das verlängerte Rücktrittsrecht in Berücksichtigung der oft geringen Einkommensverhältnisse der betroffenen Verbrauchergruppen ganz grundsätzlich **nicht an die Entrichtung eines Mindestbetrags** gebunden sein sollte. Falls dieses Tatbestandsmerkmal beibehalten werden soll, wird zumindest eine deutliche **Herabsetzung des vorgesehenen Betrags von EUR 250.-** dringend angeregt.

#### **§ 11 Abs 3 Z 4 – Verstoß gegen gewerberechtliche Verbote**

Verbraucher, die Verträge in Zusammenhang mit Verstößen gegen die genannten, spezifischen Haustürgeschäfte und Werbefahrten adressierenden, gewerberechtlichen Verbote abgeschlossen haben, benötigen – im Gegensatz zu ihren unternehmerischen Vertragspartnern in diesen Fällen – besonderen Schutz. Hier sollte alternativ zur verlängerten Frist an eine **relative, vom Verbraucher geltend zu machende Nichtigkeit** am Beispiel von § 5b KSchG gedacht werden, welche als Regelung des nationalen Vertragsrechts auch unionsrechtlich unproblematisch wäre.<sup>7</sup>

#### **§ 18 – Ausnahmen vom Rücktrittsrecht**

##### **Art 18 Abs 1 Z 1 lit b**

Hier soll von der Regelungsoption des Art 16 letzter Absatz der Verbraucherrechte-RL (idF Modernisierungs-RL) Gebrauch gemacht werden, wonach der Verbraucher bei entgeltlichen Dienstleistungsverträgen über Reparaturarbeiten sein Widerrufsrecht verliert, wenn er den Unternehmer ausdrücklich zu einem Besuch aufgefordert hat und die Dienstleistung auf ausdrückliches Verlangen des Verbrauchers noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist des § 11 FAGG begonnen und in der Folge vollständig erbracht wurde.

Das Rücktrittsrecht des Verbrauchers erlischt mit der vollständigen Erfüllung des Vertrages – auch wenn dieser **dessen drohenden Entfall (hier ist keine verpflichtende Bestätigung der Kenntnisnahme erforderlich) zuvor gar nicht wahrgenommen hat**. Diese Einschränkung der bestehenden gesetzlichen Rücktrittsrechte wird von der BAK aus verschiedenen Gründen entschieden abgelehnt.

Zum einen sind der BAK aus der Beratung in den Länderkammern schon derzeit zahlreiche Beschwerden von Konsumentinnen und Konsumenten bekannt, nach denen im Internet werbende, unseriöse Handwerksdienste (im Regelfall 24h-Dienste) überhöhte Preise

---

<sup>7</sup> Kodek/Leupold, 89.

verrechnen und oftmals Leistungen auch nicht ordnungsgemäß erbringen. Es ist zu befürchten, dass diese Regelung solche Unternehmen begünstigen könnte.

Zum anderen spielt das Element der „Anbahnung“ durch den Verbraucher in der Verbraucherrechte-RL und deren Umsetzung (abgesehen von § 18 Abs 2 FAGG, s.u.) keine Rolle, was im Sinne eines hohen Verbraucherschutzniveaus auch nicht geändert werden sollte.

Zuletzt stellt sich die Frage, ob Unternehmern durch die Einführung des § 18 Abs 1 Z 1 lit b FAGG nicht tatsächlich ein Bärendienst erwiesen würde, zumal die Bestimmung nur im Falle der kongruenten Vertragsanbahnung durch den Verbraucher und somit jedenfalls nicht bei (davon unabhängigen) zusätzlich vor Ort beauftragten Reparaturarbeiten oder anderen Dienstleistungen zur Anwendung kommt. Wie in den Erläuterungen dargelegt, müsste ein Unternehmer für jeden weiteren Vertrag zumindest ein zusätzliches ausdrückliches Verlangen des Verbrauchers sicherstellen, widrigenfalls das Rücktrittsrecht bestehen bliebe.

Im Ergebnis ergibt sich durch diese Bestimmung eine Verkomplizierung des ohnehin komplexen Rücktritts- und Informationsregime des FAGG für beide Vertragspartner. Durch Vorhandensein der weiter gefassten Sonderregelung des 18 Abs 2 FAGG über den Entfall des Rücktrittsrechts bei dringenden Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten besteht auch kein diesbezüglicher Regelungsbedarf.

#### **§ 18 Abs 4 FAGG**

Dass hier in Zusammenhang mit der Erfüllung der Tatbestandsvoraussetzungen des neuen § 11 Abs 3 von der Regelungsoption Gebrauch gemacht wird, Gegenausnahmen für die Rücktrittsausschlüsse nach Abs 1 Z 1 lit a (vollständige Dienstleistungserbringung), Z 2 (Waren bzw Dienstleistungen, deren Preis von Schwankungen auf dem Finanzmarkt abhängt), Z 3 (nach Kundenspezifikation gefertigte Waren) und Z 5 (versiegelte Waren) vorzusehen, ist so sachgerecht wie **erfreulich**.

#### **KSchG**

#### **§ 32a – Unterlassungsexekution**

Die nach den Richtlinienvorgaben vorzusehenden erweiterten Sanktionierungen bei Verstößen werden sehr positiv gesehen. In Hinblick auf die diesbezüglich sehr verbesserungswürdige Praxis ist eine flankierende Effektuierung in Hinblick auf Vollzug und Höhe der Strafdrohungen jedoch auch außerhalb der Verbraucherbehördenkooperation sowie des nun gewählten alternativen Ansatzes in § 32a KSchG dringend notwendig.

Die BAK ersucht, zur Klarstellung in den Erläuterungen festzuhalten, dass unter dem Begriff „weiter verwenden“ in Abs 1 alle in § 28 KSchG genannten Tatbestandsvarianten („Vorsehen“, „Berufen“ sowie **„Empfehlen“** (iSd Art 7 Abs 3 Klausel-RL)) zu verstehen sind.

Die BAK ersucht um Berücksichtigung ihrer Anliegen und Anregungen.

