

VERNEHMLASSUNGSBERICHT
DER REGIERUNG
BETREFFEND
DIE ABÄNDERUNG DES KONSUMENTENSCHUTZGESETZES (KSCHG)
SOWIE
DIE SCHAFFUNG EINES GESETZES ÜBER FERNABSATZ– UND
AUSSERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENE VERTRÄGE
(FERN- UND AUSWÄRTSGESCHÄFTE-GESETZ; FAGG)
(UMSETZUNG DER RICHTLINIE 2011/83/EU ÜBER DIE RECHTE DER
VERBRAUCHER)

Ministerium für Inneres, Justiz und Wirtschaft

Vernehmlassungsfrist: 19. Dezember 2014

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Zusammenfassung.....	4
Zuständiges Ministerium	4
Betroffene Amtsstellen	4
1. Ausgangslage.....	5
2. Anlass der Vorlage	6
3. Schwerpunkte der Vorlage.....	7
3.1 Anwendungsbereich	7
3.2 Neuerungen	7
3.3 Sonstige Änderungen	10
3.4 Notwendige gesetzliche Anpassungen.....	10
4. Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln	11
4.1 Abänderung Konsumentenschutzgesetz	11
4.2 Aufhebung Fernabsatzgesetz	19
4.3 Gesetz über Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; FAGG).....	19
5. Verfassungsmässigkeit / Rechtliches	40
REGIERUNGSVORLAGE	41
5.1 Konsumentenschutzgesetz.....	41
5.2 Gesetz über Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; FAGG).....	50

Beilage:

- Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Änderung 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

ZUSAMMENFASSUNG

Die in der EU am 12.12.2011 in Kraft getretene Europäische Richtlinie 2011/83/EU legt neue, verbindliche Standards für Verbraucherrechte im Bereich bestimmter Verbraucherverträge fest. Im Schwerpunkt betrifft die Richtlinie allgemeine Vorschriften für die gemeinsamen Aspekte von Fernabsatz (z.B. Online-Handel) sowie von ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen (sogenannte Haustürgeschäfte). So gilt künftig für Online-Geschäfte in vielen Fällen europaweit ein 14-tägiges Widerrufsrecht.

Des Weiteren reformiert die Richtlinie einen Teil des bestehenden europäischen Standards an Verbraucherrechten und verbessert dadurch insgesamt das Verbraucherschutzniveau. Konkret werden die Richtlinien 93/13/EWG und 1999/44/EG abgeändert und die Richtlinien 85/577/EWG und 97/7/EG durch neue Vorgaben für Fernabsatzverträge sowie sogenannte Haustürgeschäfte ersetzt. Die Ausgestaltung der nationalen Regelungen berücksichtigt die Anliegen der Unternehmen und versucht durch Hilfestellungen wie z.B. Musterformulare und besondere Regelungen s. Handwerkerregelung die Wettbewerbsfähigkeit zu unterstützen.

Die verschiedenen Regelungsinhalte der Verbraucherrechte-Richtlinie werden an unterschiedlichen Regelungsorten umgesetzt. So sollen das Konsumentenschutzgesetz ergänzt, das Gesetz vom 18. April 2002 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (Fernabsatzgesetz; FAG) aufgehoben, und ein neues „Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz“ geschaffen werden.

Die neuen Vorgaben waren bis zum 13.12.2013 in nationales Recht umzusetzen. Die neuen Bestimmungen gelten dann für Verträge, die nach dem 13.06.2014 abgeschlossen werden. Für die EWR/EFTA-Staaten gelten die gleichen Fristen, da der Beschluss des Gemeinsamen EWR-Ausschusses Nr. 181/2012 bereits am 28. September 2012 in Kraft getreten ist.

ZUSTÄNDIGES MINISTERIUM

Ministerium für Justiz, Inneres und Wirtschaft

BETROFFENE AMTSSTELLEN

Amt für Volkswirtschaft

Vaduz, 21. Oktober 2014

LNR 2014-1299

1. AUSGANGSLAGE

Die Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher (ABl. Nr. L 304 vom 22. November 2011, S. 64) muss in das liechtensteinische Recht umgesetzt werden; sie gilt für Verträge, die ab dem 13. Juni 2014 geschlossen werden. Diese neue Richtlinie fasst den Regelungsbestand der Richtlinie 85/577/EWG betreffend den Verbraucherschutz im Falle von ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen sowie der Richtlinie 97/7/EG über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz zusammen und baut deren Schutzbestimmungen in vielerlei Hinsicht aus. Überdies sieht die Richtlinie auch allgemein geltende Informationspflichten des Unternehmers vor und statuiert einige spezifische Regelungen im Bereich des allgemeinen Vertragsrechts zugunsten des Verbrauchers. Bei der Umsetzung der neuen Richtlinie ist auf eine möglichst einfache, friktionsfreie Einfügung in das bestehende liechtensteinische Konsumentenschutzrecht zu achten. Einerseits soll in Einzelfragen eine Verschlechterung des innerstaatlich gewährleisteten Verbraucherschutzes vermieden werden, andererseits soll es nicht zu Wettbewerbsnachteilen für liechtensteinische Unternehmen durch eine überschüssende Richtlinienumsetzung kommen. Schliesslich muss danach getrachtet werden, trotz dieser komplexen inhaltlichen Anforderungen ein Regelwerk zu schaffen, das - auch im Zusammenspiel mit dem bereits geltenden Konsumentenschutzrecht - für den Rechtsanwender noch einigermaßen überschaubar bleibt.

Die Richtlinie löst sich von dem Mindestharmonisierungsansatz ihrer beiden Vorläufer Richtlinien zugunsten eines Vollharmonisierungsansatzes, der es den Mitgliedstaaten grundsätzlich nicht erlaubt, strengere oder weniger strenge Verbrau-

cherschutzvorschriften vorzusehen. In mehreren Artikeln ermöglicht die Richtlinie den Mitgliedstaaten jedoch durch Öffnungsklauseln, Vorschriften einzuführen oder beizubehalten, die ein abweichendes Verbraucherschutzniveau gewährleisten.

2. ANLASS DER VORLAGE

Die EWR-Kommission des Landtages und die Regierung haben an ihren Sitzungen vom 19.09.2012 bzw. 25.09.2012 befunden, dass der Übernahmebeschluss des Gemeinsamen EWR-Ausschusses betreffend die Richtlinie 2011/83/EG der Zustimmung des Landtages gemäss Art. 8 Abs. 2 der Landesverfassung bedarf, da aufgrund der Richtlinie liechtensteinisches Gesetzesrecht anzupassen ist.

Am 28.09.2012 hat der Gemeinsame EWR-Ausschuss beschlossen (Beschluss Nr. 181/2012), die Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 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. Nr. L 304 vom 22.11.2011, S. 64) in das EWR-Abkommen zu übernehmen. Der liechtensteinische Landtag hat diesem Übernahmebeschluss in seiner Sitzung vom 20. Dezember 2012 gemäss Art. 103 EWR-Abkommen zugestimmt (Bericht und Antrag Nr. 142/2012).

Die Richtlinie sieht eine Frist bis 13. Dezember 2013 vor, innerhalb derer die EWR-Mitgliedstaaten ihre nationalen Umsetzungsvorschriften zu erlassen haben. Liechtenstein hatte ebenfalls bis zu diesem Zeitpunkt die Vorschriften umzusetzen. Da in Liechtenstein die konsumentenschutzrechtlichen Rechtsvorschriften in der Vergangenheit mehrheitlich aus Österreich rezipiert wurden, ist es sinnvoll, sich auch bei dieser Richtlinienumsetzung stark an die österreichischen Vorgaben zu halten. Da sich die Umsetzung in Österreich erheblich verzögerte und das Verbraucher-

rechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz erst im Frühjahr 2014 in Kraft getreten ist, kann die Umsetzungsfrist in Liechtenstein nicht eingehalten werden.

3. SCHWERPUNKTE DER VORLAGE

3.1 Anwendungsbereich

Die Richtlinie gilt allgemein für Verträge (Kauf, Dienstleistungs- oder sonstige Verträge) zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher. Auf Verträge zwischen Unternehmern oder zwischen Verbrauchern sind die Bestimmungen dieser Richtlinie nicht anzuwenden.

Sachlich ist die Richtlinie auf Fernabsatzverträge, ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge sowie sonstige Verbrauchergeschäfte anzuwenden. Ausgeschlossen vom Anwendungsbereich der Richtlinie sind insbesondere Verträge über Finanzdienstleistungen, soziale Dienstleistungen, Pauschalreisen, Gesundheitsdienstleistungen und Übertragung (Verkauf) von Immobilien bzw. bestehen für Beförderungsdienstleistungen Teilausnahmen. Zusätzlich kann auch für ausserhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge, bei denen der vom Verbraucher zu zahlende Gegenleistung EUR 50.-- nicht übersteigt, eine nationale Ausnahme geschaffen werden.

3.2 Neuerungen

Der Entwurf enthält im Vergleich zur bisherigen Rechtslage keine substantiellen neuen Informationspflichten für Unternehmen. Soweit er – in Umsetzung der zwingenden Anordnungen der Richtlinie – den Unternehmen solche Pflichten auferlegt, hatten bereits die frühere Haustürgeschäfte- Richtlinie sowie die frühere Fernabsatzrichtlinie gleichartige Informationspflichten vorgesehen. Soweit die Richtlinie und damit auch deren Umsetzung allgemeine Informationspflichten statuieren, gehen diese grösstenteils nicht über die bislang schon aus der Natur der jeweiligen Absatzgeschäfte zu gebenden Informationen etwa über die angebote-

nen Leistungen und deren Preis hinaus; soweit dennoch weiterreichende Informationspflichten angeordnet werden, halten sie sich unter den Wahrnehmbarkeits- und Geringfügigkeitsschwellen. Abgesehen von einem allfälligen einmaligen Aufwand für die Umstellung ergeben sich durch die Erfüllung der Informationspflichten keine neuen Verwaltungslasten für Unternehmen.

Die Richtlinie über Rechte der Verbraucher (RL 2011/83/EU) beinhaltet insbesondere folgende Neuerungen:

- *Vorvertragliche Informationspflichten für Fernabsatzverträge und für Aussergeschäftsräumverträge*

Der Verbraucher ist sowohl bei Fernabsatzverträgen als auch bei solchen Verträgen, die ausserhalb der Geschäftsräume geschlossen werden, in klarer und verständlicher Weise vor Abschluss des Vertrages mit in der Richtlinie vorgesehenen Informationen zu versorgen. Diese Informationspflichten des Unternehmers betreffen vor allem wesentliche Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung, deren Gesamtpreis, die Identität, die Anschrift sowie die allgemeinen Kontaktdaten des Händlers, und Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen. Ebenso ist dem Verbraucher der Termin der Warenlieferung bzw. der Erbringung der Dienstleistung bekannt zu geben. Er ist sowohl auf das 14-tägige Widerrufsrecht, über Bedingungen und Ausnahmen des Widerrufsrechts sowie über eine allfällige Kostenerstattung für innerhalb der Widerrufsfrist auf entsprechendes Verlangen begonnene Leistungen hinzuweisen. Auch muss eine allfällige Belehrung über eine allfällige Kostentragung hinsichtlich der Rücksendung der Ware enthalten sein.

- *Vorvertragliche allgemeine Informationspflichten des Unternehmers*
- Für alle übrigen (sonstigen) Verträge zwischen Verbrauchern und Unternehmern, die von der Richtlinie erfasst sind, gelten eingeschränkte Informationspflichten (u.a. wesentliche Eigenschaften von Ware oder Dienstleistung, Name und Kontaktdaten des Händlers, Gesamtpreis, Zahlungs-, Leistungs- und Lieferbedingungen sowie Gewährleistung und Garantie).

- Widerrufsrecht¹

Bei Fernabsatzverträgen als auch bei solchen Verträgen, die ausserhalb der Geschäftsräume geschlossen werden, kann der Verbraucher innerhalb von 14 Tagen den Vertrag ohne Angabe von Gründen widerrufen. Die Frist beginnt bei Warenlieferungen grundsätzlich mit dem Tag zu laufen, an dem der Verbraucher in den physischen Besitz der Ware gelangt. Bei Dienstleistungen beginnt die Widerrufsfrist mit dem Tag des Vertragsabschlusses. Sollte der Unternehmer den Verbraucher nicht über die Widerrufsfrist informieren, verlängert sich diese um 12 Monate. Nach erfolgtem Widerruf hat der Verbraucher die Ware binnen 14 Tagen an den Unternehmer zurückzusenden. Unter Umständen muss der Verbraucher bei Wertverlust der Ware dem Unternehmer diesen Wertverlust ersetzen, wenn er die Ware über das Mass einer angemessenen Prüfung der Beschaffenheit hinaus verwendet hat (z.B. wenn bestellte Kleidung getragen wurden, anstatt diese nur anzuprobieren).

- „Button Lösung bei Fernabsatzverträgen“

Gemäss Richtlinie muss der Unternehmer den Verbraucher bei einem auf elektronischem Wege geschlossenen Fernabsatzvertrag mit Zahlungsverpflichtung für den Verbraucher, diesen unmittelbar vor der Bestellung klar und in hervorgehobener Weise auf die nunmehr entstehende Zahlungsverpflichtung hinweisen und gleichzeitig seiner Informationspflicht gemäss Richtlinie nachkommen. Der Unternehmer hat dafür Sorge zu tragen, dass der Verbraucher bei der Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung verbunden ist (z.B. „Button“ mit Schriftzug „zahlungspflichtig bestellen“).

¹ Die Richtlinie spricht von einem „Widerrufsrecht“. In Liechtenstein wird mehrheitlich der Begriff „Rücktrittsrecht“ in Gesetzesbestimmungen verwendet, welche konsumentenschutzrechtliche Aspekte betreffen wie z.B. in folgenden Gesetzen: Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch vom 1. Juni 1811, Konsumentenschutzgesetz, LGBl. 2002 Nr. 164, Pauschalreiseverordnung; LGBl. 2003 Nr. 44, Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz, LGBl. 2005 Nr. 36.

Der Einheitlichkeit halber wird sohin im neuen Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) ebenfalls die Begrifflichkeit des „Rücktrittsrecht“ verwendet.

3.3 Sonstige Änderungen

Generell für Kaufverträge (also nicht nur bei Fernabsatzverträgen bzw. bei solchen Verträgen, die ausserhalb der Geschäftsräume geschlossen wurden) beinhaltet die Richtlinie Bestimmungen über den Zeitpunkt der Lieferung. Sofern nichts anderes über den Lieferzeitpunkt vereinbart wurde, soll die Ware unverzüglich, nicht jedoch später als 30 Tage nach Vertragsabschluss geliefert werden. Der Verbraucher kann bei nicht erfolgter Lieferung unter Setzung einer Nachfrist vom Vertrag zurücktreten (allfällige Schadenersatzpflichten bleiben unberührt).

Eine neue Regelung generell für Kaufverträge wird auch hinsichtlich des Risikoübergangs geschaffen: Das Risiko für Verlust oder Beschädigung der Waren beim Versendungskauf geht erst dann auf den Verbraucher über, wenn er oder ein von ihm benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen hat.

Ebenso dürfen dem Verbraucher bei einer telefonischen Kontaktaufnahme mittels Hotline/Telefonleitung, die der Unternehmer eingerichtet hat, um Verbrauchern die Kontaktaufnahme mit ihm im Zusammenhang mit einem geschlossenen Vertrag zu ermöglichen, keine den Grundtarif übersteigende Kosten entstehen.

3.4 Notwendige gesetzliche Anpassungen

Die verschiedenen Regelungsinhalte der Verbraucherrechte-Richtlinie werden an unterschiedlichen Stellen umgesetzt. Die neuen allgemeinen Informationspflichten des Unternehmers, die Regelungen über zusätzliche Zahlungen und Kosten sowie die Richtlinienbestimmungen allgemein-vertragsrechtlichen Charakters werden in den Allgemeinen Teil des Konsumentenschutzgesetzes eingebaut. Jene Kapitel der Richtlinie, die Verbraucherschutzrecht für Fernabsatzverträge und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge etablieren, sollen zusammengefasst durch ein neues Gesetz in das liechtensteinische Recht übernommen werden, nämlich durch ein neues „Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG)“.

Die Richtlinie bietet – wie bereits erwähnt – den Mitgliedstaaten bei einigen Rechtsvorschriften einen Handlungsspielraum. In der Vernehmlassungsvorlage wurde zum einen eine Bagatellgrenze nach Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie vorgesehen sowie zum anderen die Handwerkerregelung aus Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie. Ebenfalls wurde die Bestimmung von Art. 8 Abs. 6 der Richtlinie übernommen. Die Übernahme dieser Handlungsspielräume soll zusätzlich dem Ausgleich der Interessen von Konsumenten und Unternehmern dienen. Genauere Ausführungen finden sich in den Erläuterungen zu den einzelnen Artikeln.

4. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN EINZELNEN ARTIKELN

4.1 Abänderung Konsumentenschutzgesetz

Art. 4 Abs. 1, Abs. 3 Bst. d und e, Abs. 4

Das Rücktrittsrecht nach Art. 4 KSchG bleibt grundsätzlich in seiner bisherigen Ausgestaltung bestehen. Es wird lediglich mit den Umsetzungsbestimmungen zu den Artikel 9 ff der Richtlinie im Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) harmonisiert.

Erstens wird die Rücktrittsfrist von einer Woche auf 14 Tage verlängert. Zweitens wird der Beginn des Laufs der Rücktrittsfrist an die Ausfolgung einer Informationsurkunde mit Rücktrittsbelehrung geknüpft, dafür aber zugleich – dem Ergebnis nach wie in Art. 11 Abs. 2 FAGG – ein frühestmöglicher Zeitpunkt vorgesehen, nämlich bei Kaufverträgen über Waren der Tag, an dem der Konsument den Besitz an der Ware erlangt, bei allen anderen Verträgen der Tag des Vertragsabschlusses. Wenn also bei einem Dienstleistungsvertrag dem Konsumenten die Informationsurkunde schon vor dem Vertragsabschluss übergeben wird, beginnt die 14-tägige Rücktrittsfrist gleichwohl erst mit dem Zustandekommen des Vertrages zu laufen. Wird die Urkunde umgekehrt erst nach Vertragsabschluss ausgefolgt, so läuft die 14-Tages-Frist ab dieser Ausfolgung. Drittens wird eine dem Art. 12 FAGG entsprechende zeitliche Höchstgrenze für die Ausübung des Rücktrittsrechts eingezogen; nach Ablauf von 12 Monaten und 14 Tagen ab Vertragsabschluss bzw. Warener-

halt kann der Konsument nicht mehr zurücktreten. Eine Ausnahme gilt für Versicherungsverträge; bei ihnen endet die Rücktrittsfrist – wie bisher – einen Monat nach Zustandekommen des Vertrags. Viertens kann der Konsument den Rücktritt formfrei erklären; das bisherige Schriftformgebot entfällt.

Erweitert werden die in Abs. 3 Bst. d und e geregelten Ausnahmen vom Rücktrittsrecht. Zum einen sind diejenigen Verträge, die dem Kapitel III der Richtlinie und damit dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz als Umsetzungsnorm zu diesem Kapitel unterliegen, vom Anwendungsbereich des Art. 4 KSchG auszunehmen (Abs. 3 Bst. d), weil für diese Verträge das vollharmonisierte Regime der Richtlinie zum Tragen kommt. Zum anderen wird mit der neuen Ausnahme in Abs. 3 Bst e (für den Fall der Abgabe der Vertragserklärung des Konsumenten in Abwesenheit des Unternehmers) für das Rücktrittsrecht nach dem KSchG eine Abgrenzung getroffen, die der Definition in Artikel 2 Ziffer 8 der Richtlinie (vgl. Art 3 Bst. a FAGG) entspricht. Dort wird nämlich auf die gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Konsumenten abgestellt. Mit der Gegenausnahme (der Konsument wird vom Unternehmer zur Abgabe der Vertragserklärung gedrängt) soll – trotz fehlender gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit – ein Rücktritt möglich sein, wenn eine Überrumpelungs- oder sonstige Drucksituation gegeben ist; dies wird mit dem Ausdruck „gedrängt“ umschrieben.

Art. 7a – Allgemeine Informationspflichten des Unternehmers

Mit dieser Bestimmung wird das Kapitel II der Richtlinie umgesetzt, das nur aus Artikel 5 besteht, der als völliges Novum im Unionsrecht allgemeine Informationspflichten des Unternehmers im Zusammenhang mit Verbraucherverträgen ausserhalb von Fernabsatz- und Haustürgeschäften statuiert.

Abs. 1 übernimmt die Anordnungen von Artikel 5 Absatz 1 der Richtlinie über die Informationspflicht und die einzelnen Informationselemente inhalts- und im Wesentlichen auch wortgleich. An manchen Stellen werden gewisse Modifikationen zur Adaptierung an die liechtensteinische Rechtsterminologie vorgenommen, wie etwa in Bst. b („den Namen oder die Firma“ des Unternehmers anstelle von „Identität“ und „Handelsnamen“ wie in der Richtlinie).

Mit den in Abs. 1 Bst. g angeführten „technischen Schutzmassnahmen“ (Richtlinienvorbild dafür: Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe g) sind vor allem solche zu verstehen, die der Verletzung von Urheberrechten oder ähnlichen Rechtspositionen entgegenwirken sollen, also etwa ein „Kopierschutz“.

Unter dem Begriff der „Interoperabilität“ digitaler Inhalte mit Hard- und Software im Sinn von Abs. 1 Bst. h (Richtlinienvorbild dazu: Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe h) ist nach dem Erwägungsgrund 19 der Richtlinie „die Information in Bezug auf die standardmässige Umgebung an Hard- und Software“ zu verstehen, „mit der die digitalen Inhalte kompatibel sind, etwa das Betriebssystem, die notwendige Version und bestimmte Eigenschaften der Hardware“.

Abs. 2 nimmt eine Reihe von Vertragsarten von der Informationsverpflichtung aus. Alle diese Ausnahmen haben ihren Ursprung in der Richtlinie.

Mit Bst. a wird von der Ausnahmeoption in Artikel 5 Absatz 3 der Richtlinie für sofort erfüllte Geschäfte des täglichen Lebens Gebrauch gemacht. Unter den Begriff der Geschäfte des täglichen Lebens fallen jedenfalls Lebensmitteleinkäufe oder der Einkauf von anderen Waren des täglichen Bedarfs, wie etwa von Sanitärartikeln oder Zeitungen, allenfalls auch – dies wohl abhängig von der Höhe des Preises – der Kauf von Sport- oder Modeartikeln oder von Elektrogeräten.

In Bst. b werden weiter solche Verträge ausgenommen, die dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz unterliegen, weil diese von Artikel 5 der Richtlinie nicht umfasst sind. Für Fern- und Auswärtsgeschäfte sieht Artikel 6 der Richtlinie eigene Informationspflichten vor, die über jene von Artikel 5 hinausgehen.

Schliesslich werden in den Bst. c bis p des Abs. 2 jene Verträge von der Informationspflicht ausgenommen, die nach Artikel 3 Absatz 3 der Richtlinie nicht zu deren Geltungsbereich gehören.

Art. 8b – Kosten telefonischer Kontaktaufnahme nach Vertragsabschluss

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 21 der Richtlinie, wonach der Konsument nicht verpflichtet ist, bei einer telefonischen Kontaktaufnahme mit dem Unternehmer „mehr als den Grundtarif“ zu zahlen, wenn der Unternehmer

eine Telefonleitung eingerichtet hat, „um mit ihm im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag telefonisch Kontakt aufzunehmen.“

Da der in dieser Richtlinienbestimmung verwendete Terminus „Grundtarif“ weder auf europäischer Ebene noch im liechtensteinischen Recht definiert ist, musste im Rahmen der Umsetzung anstelle dieses unklaren Begriffs ein anderer Anknüpfungspunkt gefunden werden. Art. 8b nimmt daher anstelle einer Verwendung dieses Begriffs auf die „Entgelte der eigentlichen Kommunikationsdienstleistung“ Bezug. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass der Unternehmer zwar nicht zur Bereitstellung einer gebührenfreien Telefonverbindung verpflichtet ist, dass es aber unzulässig wäre, vom Konsumenten – etwa in Gestalt einer Mehrwertnummer – ein Entgelt für den Anruf zu verlangen. Daher ist auch die Einschaltung eines Call-Centers unzulässig, wenn damit für den Konsumenten im Fall eines Anrufs höhere Kosten verbunden sind, als sie im Rahmen seines konkreten Telefonvertrages für die eigentliche Kommunikationsdienstleistung anfallen.

Art. 8c – Zusätzliche Zahlungen

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 22 der Richtlinie über „zusätzliche Zahlungen“. Nach dieser Bestimmung bedarf jede Extrazahlung, die über das vereinbarte Entgelt für die Hauptleistungspflicht des Unternehmers hinausgeht, einer ausdrücklichen Zustimmung des Konsumenten. Den Unternehmer trifft die Obliegenheit, diese ausdrückliche Zustimmung einzuholen, bevor der Konsument durch den Vertrag oder das Angebot gebunden ist (erster Satz von Artikel 22 der Richtlinie). Weiter ist vorgesehen, dass der Konsument Anspruch auf Erstattung der Extrazahlung hat, wenn der Unternehmer keine ausdrückliche Zustimmung eingeholt, sondern die Zustimmung dadurch herbeigeführt hat, dass er Voreinstellungen verwendet hat, die vom Konsumenten abgelehnt werden müssen, wenn er die zusätzliche Zahlung vermeiden will (zweiter Satz von Artikel 22 der Richtlinie).

Abs. 1 stellt klar, dass die ausdrückliche Zustimmung des Konsumenten ein essentielles Erfordernis für die Wirksamkeit jeder Vereinbarung ist, mit der sich der Konsument zu weiteren Zahlungen verpflichtet. Das Fehlen einer solchen ausdrücklichen Zustimmung führt zur Unwirksamkeit dieser Vereinbarung. Allerdings

handelt es sich dabei um eine gleichsam „schwebende“ Unwirksamkeit, zumal in Abs. 3 dem Konsumenten eine Sanierungsmöglichkeit durch nachträgliche Zustimmung an die Hand gegeben wird.

Abs. 2 ordnet entsprechend dem letzten Halbsatz von Artikel 22 der Richtlinie an, dass der Unternehmer dem Konsumenten bei Fehlen der erforderlichen Zustimmung geleistete zusätzliche Zahlungen zu erstatten hat. Dies bezieht sich auf den Fall, dass der Konsument bereits eine Zusatzzahlung entrichtet hat (sei es aufgrund aktiver Tätigkeit der Zahlung, sei es etwa durch Belastung seiner Kreditkarte); hier kann der Konsument den entsprechenden Betrag zurückfordern. Ist es noch zu keiner Zusatzzahlung gekommen, braucht der Konsument auch keine zusätzliche Zahlung zu leisten. Die fehlende Zahlungspflicht ist die Folge der Unwirksamkeit der Zusatzvereinbarung.

In Abs. 3 wird dem Konsumenten die Möglichkeit eingeräumt, eine nach Abs. 1 unwirksame Vereinbarung durch nachträgliche Zustimmung zu heilen. Der Konsument kann die Wirksamkeit der Vereinbarung im Nachhinein durch seine Zustimmung herbeiführen und die Zusatzleistung in Anspruch nehmen. Dazu ist es notwendig, dass die nachträgliche Zustimmung den Kriterien des Abs. 1 entspricht; der Konsument muss also eine „ausdrückliche Zustimmung“ erteilen.

Art. 9a – Leistungsfrist bei Verträgen über Waren

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 18 Absatz 1 der Richtlinie. Darin wird – anwendbar nur für Kaufverträge im Sinn der Richtlinie (Artikel 17 Absatz 1) – angeordnet, dass mangels anderer Vereinbarung hinsichtlich des Zeitpunkts der Unternehmer dem Konsumenten die Waren unverzüglich, jedoch nicht später als 30 Tage nach Vertragsabschluss zu liefern hat, indem er dem Konsumenten den physischen Besitz an den Waren oder die Kontrolle über die Waren überträgt. Diese Richtlinienbestimmung enthält also sowohl eine Regelung über die Leistungsfrist als auch eine solche über die Art der Erfüllung bzw. der Übergabe.

Art. 9b – Gefahrenübergang bei Übersendung der Ware

Mit den ersten beiden Sätzen dieser Bestimmung werden die Anordnungen von Artikel 20 der Richtlinie über den Gefahrenübergang bei Übersendung der Ware umgesetzt.

Art. 9b knüpft – ebenso wie Artikel 20 der Richtlinie – daran an, dass der Unternehmer die Ware an den Konsumenten übersendet. Dies umfasst zum einen die zwischen den Vertragsparteien von vornherein vereinbarte Übersendung, also den Versendungskauf. Zum anderen kommt die Regelung aber auch dann zum Tragen, wenn zwischen den Vertragsparteien erst nach Vertragsabschluss Einvernehmen über die Übersendung hergestellt wurde, indem der Konsument im Nachhinein – entweder ausdrücklich oder schlüssig – das Verlangen nach Übersendung der Ware stellt und der Unternehmer diesem Wunsch nachkommt (obwohl er dazu eigentlich nicht verpflichtet wäre).

Als massgeblicher Zeitpunkt für den Gefahrenübergang wird im ersten Satz die Ablieferung der Ware an den Konsumenten vorgesehen; dies entspricht der Inbesitznahme in Artikel 20 der Richtlinie.

Die gleiche Wirkung auf die Gefahrtragung hat es, wenn die Ware an einen vom Konsumenten bestimmten Dritten abgeliefert wird, sofern dieser Dritte nicht die mit der Beförderung der Ware betraute Person ist. Diese zweite Alternative hat ihren Ursprung ebenfalls in Artikel 20 der Richtlinie. Die Übergabe der Ware an den Beförderer führt also noch nicht zum Gefahrenübergang; die Ware „reist“ daher auf Gefahr des unternehmerischen Verkäufers.

Anderes gilt allerdings nach dem zweiten Satz des Art. 9b dann, wenn der Konsument selbst den Beförderungsvertrag geschlossen hat, sofern er dabei nicht eine vom Unternehmer vorgeschlagene Auswahlmöglichkeit hinsichtlich des Beförderers wahrgenommen hat; diese letztgenannte Einschränkung entspricht der Richtlinienregelung über die vom Unternehmer angebotene „Option“. Die Regelung des zweiten Satzes setzt also voraus, dass der Konsument bei Abschluss des Werkvertrages mit dem Beförderer unabhängig von entsprechenden Vorschlägen des Unternehmers handelt. Wenn etwa der Unternehmer dem Konsumenten einige Be-

förderungsunternehmen zur Auswahl stellt, die für den Transport der Ware in Betracht kommen, und der Konsument einem dieser Beförderungsunternehmen den Auftrag erteilt, kommt die Gefahrtragsregelung des zweiten Satzes nicht zum Tragen. Gleiches gilt auch dann, wenn der Unternehmer dem Konsumenten nur ein einziges Beförderungsunternehmen für die Durchführung des Transports nahelegt. Liegen aber die Voraussetzungen des zweiten Satzes vor, so geht die Gefahr für den Verlust oder die Beschädigung der Ware bereits mit der Aushändigung der Ware an den Beförderer über. Hier „reist“ die Ware also auf Risiko des Konsumenten.

Wenn die Ware im Fall des zweiten Satzes während des Transports beschädigt wird oder verloren geht, hat der Konsument bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen einen vertraglichen Schadenersatzanspruch gegen den Beförderer; dies ergibt sich schon aus dem allgemeinen Schadenersatzrecht und braucht hier nicht gesondert angeordnet zu werden.

Art 35 und 36 – Lieferung im Handel mit Druckwerken / Verträge über periodische Druckschriften

Die Art. 35 und 36 KSchG treffen Regelungen über die Form und die Vertragsurkunde für Verträge im Handel mit Druckwerken, die in einer Haustürgeschäft-Situation im Sinn des Art. 4 KSchG geschlossen werden. Solche Verträge unterliegen aber künftig dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG). Somit sind Art. 35 und 36 KSchG aufzuheben.

Art. 37 Abs. 5 – Wohnungsverbesserung

Art. 37 trifft Regelungen über die Form und die Vertragsurkunde für Verträge über Leistungen zur Sanierung von Wohnräumen, die in einer Haustürgeschäft-Situation im Sinn des Art. 4 KSchG geschlossen werden. Auch für diese Bestimmung ist zur Herstellung einer richtlinienkonformen Rechtslage eine klare Grenzziehung zum Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz vorzunehmen. Diejenigen Wohnungsverbesserungsverträge, die dem Kapitel III der Verbraucherrechte-Richtlinie und damit dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz als Umsetzungsnorm zu die-

sem Kapitel unterliegen, sind von den Regelungen des Art. 37 auszunehmen (Abs. 5), weil für diese Verträge die Verbraucherrechte-Richtlinie zum Tragen kommt.

Art. 41 Abs. 1 – Unterlassungsklage

Die Änderung des Art. 41 dient der Umsetzung von Artikel 23 der Richtlinie. Artikel 23 Absatz 2 sieht vor, dass bestimmte Einrichtungen die Gerichte oder die zuständigen Verwaltungsbehörden anrufen können, um die Anwendung der innerstaatlichen Vorschriften zur Umsetzung der Richtlinie sicherzustellen. Zur Umsetzung dieser Anordnung wird Art. 41 erweitert. Neu aufgenommen werden Verstösse gegen Art. 7a, 8a, 8b, 9a und 9b. Überdies werden Verstösse gegen die Anordnungen des Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes durch die Anführung der „ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträge“ im Zusammenhang mit den schon bisher genannten „Abschlüssen im Fernabsatz“ erfasst. Die Einrichtungen, welche gemäss Artikel 23 Absatz 2 angerufen werden können sind bereits in Art. 42 KSchG festgeschrieben und es bedarf hier keiner konkreten Umsetzung mehr.

Art. 49 Abs. 1 Bst. a Ziff. 1 und 2 und Bst. f

Die Richtlinie verpflichtet die Mitgliedstaaten in ihrem Artikel 24 Absatz 1, für Verstösse gegen die Vorschriften zur Umsetzung der Richtlinie Sanktionen vorzusehen, die wirksam, angemessen und abschreckend sind. Soweit Verstösse gegen das umgesetzte Richtlinienrecht entweder bereits nach bestehenden Rechtsinstituten des liechtensteinischen Zivilrechts oder aufgrund von umgesetzten Rechtsfolgenanordnungen der Richtlinie unmittelbare rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen, die einen sanktionsartigen Charakter haben, ist die Schaffung zusätzlicher Sanktionen entweder entbehrlich oder höchstens flankierend angebracht. Um dem Sanktionierungsgebot von Artikel 24 der Richtlinie zu entsprechen, werden in Art. 49 entsprechende Verwaltungsstrafbestimmungen vorgesehen. Dies betrifft einerseits die Informationspflichten des Unternehmers und andererseits dessen Pflicht zur Einhaltung der Leistungsfrist bei Kauf- und gleichgelagerten Verträgen. Hinzuweisen ist darauf, dass Art. 19 Bst. e des neu geschaffenen Fern- und Aus-

wärtsgeschäfte-Gesetzes eine solche Verwaltungsstrafbestimmung enthält. Diese Regelung im Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz umfasst den derzeit in Art. 49 Abs. 1 Bst. f sanktionierten Fall, sodass diese Bestimmung entfallen kann.

4.2 Aufhebung Fernabsatzgesetz

Die Bestimmungen dienen der Umsetzung der früheren Fernabsatzrichtlinie (Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz, ABl. L 144 vom 4.6.1997, S. 19). Da auf unionsrechtlicher Ebene die Richtlinie 97/7/EG aufgehoben und die Bestimmungen der Fernabsatzrichtlinie in die Verbraucherrechte-Richtlinie aufgenommen wurden und die liechtensteinischen Umsetzungsregelungen dazu im neuen Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz getroffen werden, ist dieses Gesetz aufzuheben.

4.3 Gesetz über Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; FAGG)

Zu Art. 1 – Geltungsbereich

Art. 1 umschreibt den Geltungsbereich des Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes (FAGG). Der erste Absatz dieser Bestimmung enthält die grundsätzliche Geltungsanordnung, der zweite Absatz listet die vom Geltungsbereich ausgenommenen Verträge auf, der dritte Absatz sieht für Personenbeförderungsverträge einen sachlich sehr eingeschränkten Geltungsumfang vor. Überdies wird von der Ausnahmeoption in Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie Gebrauch gemacht.

Nach Abs. 1 gilt das FAGG grundsätzlich für Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen zwischen Unternehmern und Konsumenten. Durch den in Klammern angefügten Verweis auf Art. 1 KSchG wird klargestellt, dass dabei auf den Konsumentenbegriff des Konsumentenschutzgesetzes abgestellt wird. Für die Dualität von Fernabsatzverträgen und Ausser-Geschäftsraum-Verträgen wird im ersten Klammerausdruck von Abs. 1 der zusammenfassende

Kurzbegriff der „Fern- und Auswärtsgeschäfte“ eingeführt, der auch der Bezeichnung des neuen Gesetzes zugrunde liegt.

Abs. 2 nimmt zahlreiche Arten von Verträgen vom Geltungsbereich des Gesetzes aus. Zusätzlich werden in Bst. a – in Wahrnehmung der in Artikel 3 Absatz 4 der Richtlinie vorgesehenen Option – solche Verträge ausgenommen, bei denen die vom Konsumenten zu zahlende Gegenleistung 60 Franken (EUR 50.-) nicht überschreitet. Die Einziehung einer solchen Bagatellgrenze scheint zweckmässig, um den Geschäftsverkehr in diesem Segment mit bloss verhältnismässig niedrigen Entgelten nicht durch Verbraucherschutzregelungen zu überfrachten, für die wegen der geringen ökonomischen Dimension des jeweiligen Geschäfts kein Bedürfnis nach forciertem Verbraucherschutz besteht.

In Bst. c wird die Ausnahme von Verträgen über Gesundheitsdienstleistungen in Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe b der Richtlinie umgesetzt. Von dieser Ausnahme sind zum einen ärztliche Dienstleistungen oder etwa solche von Hebammen umfasst. Zum anderen fallen darunter aber auch gewerbliche Tätigkeiten, wie beispielsweise jene eines Bandagisten, eines Orthopädienschuhmachers oder eines Hörgeräteakustikers.

Der Bereich der Personenbeförderung ist grundsätzlich vom Anwendungsbereich der Richtlinie ausgenommen, doch sieht Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe k der Richtlinie dafür – neben den allgemein-vertragsrechtlichen Bestimmungen der Artikel 19 und 22 der Richtlinie – die Geltung der Regelung von Artikel 8 Absatz 2 der Richtlinie über elektronisch geschlossene Verträge vor. In Abs. 3 wird diese eingeschränkte Anwendungsanordnung durch die Bezugnahme auf Art. 8 FAGG umgesetzt.

Art. 2 – Zwingendes Recht

Diese Bestimmung stellt klar, dass von den in diesem Gesetz verankerten Schutzbestimmungen für Konsumenten auch durch Vereinbarung nicht zum Nachteil des Konsumenten abgewichen werden darf. Es handelt sich beim FAGG also um relativ zwingendes Recht. Die Richtlinie lässt in ihrem Artikel 3 Absatz 6 allerdings ver-

tragliche Vereinbarungen zu, mit denen zugunsten des Konsumenten über den Standard der Richtlinie hinausgegangen wird.

Zu Art. 3 – Begriffsbestimmungen und Bezeichnungen

Die Richtlinie enthält in ihrem Artikel 2 eine Vielzahl von Begriffsbestimmungen, die für das Verständnis der einzelnen Richtlinienregelungen gewiss von Bedeutung sind. Dennoch ist es nicht erforderlich, alle diese Definitionen im Rahmen der Richtlinienumsetzung explizit in liechtensteinisches Recht zu übernehmen, weil sie sich zum Teil ohnehin damit decken, was man auch nach liechtensteinischer Rechtsauffassung unter dem jeweiligen Begriff verstehen würde bzw. erfolgt eine entsprechende Auslegung richtlinienkonform.

Die Definition des „ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrages“ in Bst. a (dafür wird auch häufig die Kurzbezeichnung „Ausser-Geschäftsraum-Vertrag“ bzw. die Abkürzung „AGV“ verwendet) wurde nahezu wortgleich aus dem Richtlinienentwurf übernommen.

Ein wesentlicher Unterschied zwischen dem neuen AGV und dem „Haustürgeschäft“ im Sinn des Art. 4 KSchG besteht darin, dass es nach der Richtlinie nicht mehr darauf ankommt, ob die geschäftliche Verbindung vom Unternehmer oder vom Konsumenten angebahnt wurde (vgl. Erwägungsgrund 21 der Richtlinie). Ein AGV liegt somit beispielsweise auch dann vor und die neuen Vorgaben sind zu beachten, wenn der Konsument selbst das Geschäft angebahnt hat, er z.B. einen Handwerker wegen eines Auftrages zu sich in die Wohnung gerufen hat und dieser dort geschlossen wird.

Der auf Artikel 2 Ziffer 8 Buchstabe d der Richtlinie basierende Art. 3 Bst. a Ziff. 4 FAGG entspricht inhaltlich Art. 4 Abs. 2 KSchG, dadurch werden Werbefahrten in die Regelung miteinbezogen.

Die Definition des Fernabsatzvertrages (für den häufig auch die Abkürzung „FAV“ verwendet wird) in Bst. b entspricht im Wesentlichen der bisherigen Begriffsumschreibung des Fernabsatzgesetzes. Das nun zusätzlich genannte Erfordernis des Vertragsabschlusses „ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Konsumenten“ hat bei praxisnaher Betrachtung keine zusätzlich

einschränkende Wirkung auf das Begriffsverständnis. Erwägungsgrund 20 der Richtlinie gibt näheren Aufschluss darüber, welche Rechtsgeschäfte von der Definition erfasst sein sollen und für welche Gegenteiliges gilt. So soll die Tatsache, dass der Konsument die Geschäftsräume des Unternehmers betritt, um sich dort über die Waren oder Dienstleistungen zu informieren, bei einer späteren Aushandlung und Schliessung des Vertrages „aus der Ferne“ die Qualifikation des Vertrages als FAV nicht ausschliessen. Wenn der Vertrag hingegen in den Geschäftsräumen des Unternehmers verhandelt und letztlich über ein Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, soll er nicht als FAV gelten. Auch sollen blosse „Reservierungen über ein Fernkommunikationsmittel“, wie etwa die telefonische Terminvereinbarung mit einem Friseur, nicht vom Begriff des FAV erfasst sein. Fernkommunikationsmittel sind etwa Briefe (also z.B. postalische Bestellungen), Internet, Telefon oder Fax.

Unter „Geschäftsräumen“ sind nach Bst. c auch bewegliche Gewerberäume zu verstehen, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit für gewöhnlich ausübt, wie etwa fahrbare Verkaufsstände. Unter dieser Voraussetzung werden nach Erwägungsgrund 22 auch Markt- und Messestände als Geschäftsräume behandelt, ebenso Verkaufsstätten, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit saisonal ausübt (wie etwa während der Fremdenverkehrssaison in einem Skiort).

Die Definition der „öffentlichen Versteigerung“ in Bst. d wurde wörtlich aus Artikel 2 Ziffer 13 der Richtlinie übernommen. Ein wesentliches Merkmal dieser Definition liegt darin, dass bei der Versteigerung Konsumenten entweder persönlich anwesend sind oder zumindest die Möglichkeit dazu haben. Daher gelten Online-Versteigerungen nicht als öffentliche Versteigerungen in diesem Sinn (vgl. Erwägungsgrund 24 der Richtlinie).

Die in Bst. e gegebene Definition des „dauerhaften Datenträgers“ wurde aus Artikel 2 Ziffer 10 der Richtlinie übernommen; sie entspricht jener in zahlreichen anderen unionsrechtlichen Instrumenten. Eine Besonderheit liegt allerdings darin, dass in Erwägungsgrund 23 der Richtlinie nun ausdrücklich klargestellt wird, dass

neben Papier, USB-Sticks, CD-ROMs, DVDs, Speicherkarten und Computerfestplatten auch E-Mails zu den dauerhaften Datenträgern zählen.

Die aus Artikel 2 Ziffer 11 der Richtlinie wörtlich übernommene Definition der „digitalen Inhalte“ in Bst. f ist für sich genommen nicht sehr vielsagend: Demnach sind darunter Daten zu verstehen, die in digitaler Form hergestellt oder bereitgestellt werden. Nähere Aufschlüsse ergeben sich allerdings aus Erwägungsgrund 19 der Richtlinie. Demnach sind digitale Inhalte dann als Ware zu qualifizieren, wenn sie auf einem körperlichen Datenträger, etwa einer CD oder einer DVD, bereitgestellt werden; unter dieser Voraussetzung sind für digitale Inhalte also die Bestimmungen über Kaufverträge anzuwenden. Andere Verträge über digitale Inhalte, wie etwa das Herunterladen von Computerprogrammen, Spielen, Musikstücken oder Texten aus dem Internet, sollen demgegenüber weder als Kauf- noch als Dienstleistungsverträge im Sinn der Richtlinie einzustufen sein.

Die Definition des „akzessorischen Vertrages“ in Bst. g wurde nahezu wortgleich aus Artikel 2 Ziffer 15 der Richtlinie übernommen; das Wesensmerkmal dieser Rechtsfigur liegt darin, dass die Leistungserbringung durch den „verbundenen Unternehmer“ auf einer Vereinbarung zwischen diesem und dem Unternehmer eines Fern- oder Auswärtsgeschäfts beruht.

Art. 4 – Inhalt der Informationspflicht; Rechtsfolgen

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 6 der Richtlinie und übernimmt die darin vorgesehenen Informationspflichten für Fernabsatzverträge und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. Auch die Formulierungen sind weitgehend identisch. Allerdings wurden einige Begriffe an die liechtensteinische Rechtsterminologie angepasst. So wurde beispielsweise das Informationserfordernis der Richtlinie über die „Identität“ und den „Handelsnamen“ des Unternehmers (in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe b) in Abs. 1 Bst. b mit dem Namen oder der Firma des Unternehmers wiedergegeben. Manche Modifikationen dienen der besseren Übersichtlichkeit, wie etwa die Zusammenfassung der in Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben c und d der Richtlinie geforderten Informationen in Bst. c des Abs. 1 (wobei zugleich die Informationselemente systematischer, nämlich in drei

Ziffern, angeordnet wurden) oder die Aufgliederung der in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe e der Richtlinie geforderten Informationselemente in die Bst. d und e des Absatz 1.

Die Informationselemente nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben l und m der Richtlinie werden in Abs. 1 Bst. m zusammengefasst.

Die Regelung in Abs. 1 Bst f (Richtlinienvorbild: Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f) ist dahin zu verstehen, dass der Unternehmer nur über solche Kosten zu informieren hat, die über die Kosten der eigentlichen Kommunikationsdienstleistung hinausgehen (Art. 8b KSchG).

In Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h fordert die Richtlinie wörtlich eine Information einerseits über das Widerrufsrecht und andererseits über das Muster-Widerrufsformular². Hier ist nicht gemeint, dass der Unternehmer über das Formular informieren soll, sondern dass er anlässlich der Information über das Widerrufs- (bzw. Rücktritts-)recht dem Konsumenten zur Erleichterung einer allfälligen Rücktrittserklärung auch das Musterformular zur Verfügung stellen soll. In diesem Sinn wird der Wortlaut in Abs. 1 Bst. h korrigiert.

Die in Abs. 1 Bst. n angeordnete Informationspflicht über Verhaltenskodizes beruht auf der Richtlinienregelung von Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe n. „Einschlägig“ im Sinn dieser Bestimmungen sind nur solche Verhaltenskodizes, denen sich der Unternehmer konkret unterworfen hat.

Mit den in Abs. 1 Bst. r angeführten „technischen Schutzmassnahmen“ (Richtlinienvorbild dafür Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe r) sind vor allem solche zu verstehen, die der Verletzung von Urheberrechten oder ähnlichen Rechtspositionen entgegenwirken sollen, also etwa ein „Kopierschutz“.

Unter dem Begriff der „Interoperabilität“ digitaler Inhalte mit Hard- und Software im Sinn von Abs. 1 Bst. s (Richtlinienvorbild dazu Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe s) ist nach dem Erwägungsgrund 19 der Richtlinie „die Information in Bezug auf die standardmässige Umgebung an Hard- und Software“ zu verstehen, „mit der die

² s. FN 1.

digitalen Inhalte kompatibel sind, etwa das Betriebssystem, die notwendige Version und bestimmte Eigenschaften der Hardware“.

Durch Abs. 2 wird die Sonderregelung von Artikel 6 Absatz 3 der Richtlinie über die Informationspflicht bei öffentlichen Versteigerungen umgesetzt.

Durch Abs. 3 wird die Regelung in Artikel 6 Absatz 4 der Richtlinie über die Informationserteilung mit Hilfe der Muster-Rücktrittsbelehrung umgesetzt. Wenn der Unternehmer von dieser Möglichkeit Gebrauch macht, das Formular zutreffend ausfüllt und dem Konsumenten übermittelt, hat er hinsichtlich der davon erfassten Informationselemente die Vermutung einer richtigen Belehrung für sich. Abs. 3 ist also als Option für den Unternehmer zu verstehen.

Mit Abs. 4 wird der Zusammenhang zwischen vorvertraglicher Informationserteilung und den Vertragsinhalten klargestellt und geregelt, inwieweit im Vertrag noch Änderungen gegenüber den zuvor gegebenen Informationen möglich sind. Mit dieser Bestimmung wird Artikel 6 Absatz 5 der Richtlinie umgesetzt.

Abs. 5 statuiert eine zivilrechtliche Sanktion für die Verletzung von Informationspflichten über zusätzliche oder sonstige Kosten; damit wird Artikel 6 Absatz 6 der Richtlinie umgesetzt.

Abs. 6 regelt das Verhältnis der Informationspflichten nach dem FAGG zu anderen Informationspflichten nach gesetzlichen Vorschriften, die entweder auf der Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG oder auf der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr beruhen. Damit wird Artikel 6 Absatz 8 erster Unterabsatz der Richtlinie umgesetzt.

Art. 5 – Informationserteilung bei ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen

Diese Bestimmung dient der Umsetzung der Richtlinienregelungen in Artikel 7 Absatz 1 und 2 über formale Anforderungen für die Informationserteilung bei ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. Die Wendung „ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen“ ist als feststehender Terminus für Verträge zu verstehen, die vom Unternehmer in dieser Vertriebsart lanciert werden. Dieser Terminus wird für diese Vertragsart immer gleichbleibend verwendet,

unabhängig davon, von welcher Phase des Vertragsabschlusses und Vertragsabwicklungsgeschehens in der jeweiligen Norm gerade die Rede ist.

Durch den Verweis des Abs. 1 auf Art. 4 Abs. 1 wird klargestellt, dass sich Art. 5 auf die Informationserteilung vor der bindenden Vertragserklärung des Konsumenten bezieht. Demnach sind die vorvertraglichen Informationen auf Papier bereitzustellen; ein anderer dauerhafter Datenträger darf nur verwendet werden, wenn der Konsument dem zustimmt.

Abs. 2 regelt die Verpflichtung des Unternehmers nach Abschluss des Vertrages. Der Unternehmer hat dem Konsumenten das unterzeichnete Vertragsdokument oder eine Vertragsbestätigung in Papierform oder – bei Zustimmung durch den Konsumenten – auf einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen. Welcher Zeitraum dem Unternehmer für die Erfüllung dieser Verpflichtung zur Verfügung steht, wird in der Richtlinie nicht geregelt; deshalb findet sich darüber auch in der Umsetzungsnorm des Art. 5 Abs. 2 keine Regelung darüber. Aus der Gesamtsystematik der Richtlinie und aus dem erkennbaren Zweck der Regelung ist abzuleiten, dass der Unternehmer dem Konsumenten das Vertragsdokument oder die Vertragsbestätigung bald nach dem Vertragsabschluss, also in dessen zeitlicher Nähe, zur Verfügung zu stellen hat. Es handelt sich dabei um eine vertragliche Nebenpflicht des Unternehmers, die der Konsument notfalls auch klagsweise durchsetzen kann.

Wenn Gegenstand des Vertrages die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten ist und die Vertragserfüllung noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist beginnen soll, soll dieser insofern vorzeitigen Lieferung – wie sich aus Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b und Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie ableiten lässt – eine ausdrückliche Erklärung des Konsumenten vorausgehen, mit der er dieser vorzeitigen Leistungserbringung zustimmt und zur Kenntnis nimmt, dass er dadurch sein Widerrufsrecht verliert; Näheres dazu bei den Erläuterungen zu Art. 16. Gibt der Konsument nun eine solche Erklärung ab, so hat die Vertragsbestätigung über den AGV nach Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie auch eine Bestätigung über diese Erklärung des Konsumenten zu enthalten. Diese

Richtlinienanordnung findet in der Umsetzungsvorschrift in Art. 5 Abs. 2 zweiter Satz FAGG ihre Entsprechung.

Zu Art. 6 – Vereinfachte Informationserteilung bei Handwerkerverträgen

Mit dieser Bestimmung wird von der Regelungsoption in Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie Gebrauch gemacht. Die Voraussetzungen für diese „Handwerkerregelung“ werden in Abs. 1 umschrieben, die Art der hier zum Tragen kommenden Erleichterungen ist in Abs. 2 geregelt. Die Bestimmung setzt unter anderem voraus, dass der Konsument die Dienste des Unternehmers „ausdrücklich angefordert“ hat.

Bei Vorliegen der übrigen Voraussetzungen für die Erleichterung hat der Unternehmer nur einige wenige Informationen auf Papier oder allenfalls – bei Zustimmung des Konsumenten – auch auf einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen (Abs. 2 erster Satz). Andere Informationen können mit ausdrücklicher Zustimmung des Konsumenten auch mündlich erteilt werden (Abs. 2 zweiter Satz). Allerdings muss dann die dem Konsumenten nach Vertragsabschluss zur Verfügung zu stellende Vertragsausfertigung oder Vertragsbestätigung alle auch ansonsten geforderten Informationen enthalten (Abs. 2 dritter Satz).

Zu Art. 7 – Informationserteilung bei Fernabsatzverträgen

Mit dieser Bestimmung wird ein wesentlicher Teil der in Artikel 8 der Richtlinie getroffenen Anordnungen über „formale Anforderungen“ für die Informationserteilung und den Vertragsabschluss bei Fernabsatzverträgen umgesetzt. Wie schon Artikel 7 Absatz 1 der Richtlinie für AGV, verlangt auch Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinie für FAV, dass der Unternehmer die vorvertraglichen Informationen „in klarer und verständlicher Sprache“ erteilt. Was aber die äussere Gestalt der Informationsdarbietung betrifft, verlangt Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinie, dass die Informationen dem Konsumenten „in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise“ erteilt bzw. zur Verfügung gestellt werden. Das bedeutet, dass etwa bei telefonisch geschlossenen Verträgen die Informationserteilung auch mündlich geschehen kann. Für den Fall, dass der Unternehmer bei einem FAV

(dennoch) Informationen auf einem dauerhaften Datenträger bereitstellt, enthält der zweite Satz von Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinien eine Anordnung, die eigentlich als Selbstverständlichkeit betrachtet werden könnte, nämlich das Erfordernis der Lesbarkeit der so zur Verfügung gestellten Informationen. Die Regelungen von Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinie werden weitgehend wortgleich in Art. 7 Abs. 1 FAGG umgesetzt.

In eine ähnliche Richtung zielen die Anordnungen von Artikel 8 Absatz 4 der Richtlinie. Die Regelungen von Artikel 8 Absatz 4 der Richtlinie werden weitgehend wortgleich in Art. 7 Abs. 2 FAGG umgesetzt.

Ähnlich wie Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie für den AGV sieht Artikel 8 Absatz 7 der Richtlinie für den FAV vor, dass der Unternehmer dem Konsumenten eine Vertragsbestätigung zur Verfügung zu stellen hat. Anders als in Artikel 7 Absatz 2 der Richtlinie ist hier nicht von einer Kopie des unterzeichneten Vertragsdokuments die Rede; dies ist aufgrund der Spezifika des Fernabsatzes naheliegend, weil es hier ja nicht zu einem persönlichen Kontakt zwischen den Vertragsparteien und daher in der Regel auch nicht zur Unterzeichnung einer Vertragsurkunde kommt. Hier wird auch etwas zur zeitlichen Dimension dieser Verpflichtung gesagt: Die Bestätigung muss „innerhalb einer angemessenen Frist nach dem Abschluss des Fernabsatzvertrages“, spätestens aber „bei der Lieferung der Waren oder bevor die Ausführung der Dienstleistung beginnt“, zur Verfügung gestellt werden, und zwar auf einem dauerhaften Datenträger. Diese Bestätigung hat jedenfalls auch alle diejenigen Informationen zu enthalten, die die Richtlinie in ihrem Artikel 6 Absatz 1 für alle AGV und FAV fordert, die der Unternehmer dem Verbraucher aber aufgrund der Erleichterungsregelungen zur Berücksichtigung der Besonderheit von Fernkommunikationsmitteln noch nicht vor Vertragsabschluss auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt hat. Die Regelungen von Artikel 8 Absatz 7 der Richtlinie werden weitgehend wortgleich in Art. 7 Abs. 3 FAGG umgesetzt.

Wenn Gegenstand des Vertrages die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten ist und die Vertragserfüllung noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist beginnen soll, so soll dieser insofern vorzeitigen Lie-

ferung – wie sich aus Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b und Artikel 16 Buchstabe m der Richtlinie ableiten lässt – eine ausdrückliche Erklärung des Konsumenten vorausgehen, mit der er dieser vorzeitigen Leistungserbringung zustimmt und zur Kenntnis nimmt, dass er dadurch sein Rücktrittsrecht verliert. Gibt der Konsument nun eine solche Erklärung ab, so hat die Vertragsbestätigung über den FAV nach Artikel 8 Absatz 7 Buchstabe b der Richtlinie auch eine Bestätigung über diese Erklärung zu enthalten. Diese Richtlinienanordnung findet ihre Entsprechung in der Umsetzungsvorschrift in Art. 7 Abs. 3 zweiter Satz FAGG.

Zu Art. 8 – Besondere Erfordernisse bei elektronisch geschlossenen Verträgen

Artikel 8 Absatz 2 der Richtlinie trifft besondere Anordnungen für Fernabsatzverträge, die „auf elektronischem Wege“ geschlossen werden. Aus Erwägungsgrund 39 der Richtlinie geht hervor, dass der Richtliniengeber mit Artikel 8 Absatz 2 nur solche Fernabsatzverträge erfassen wollte, „die über Webseiten abgeschlossen werden“. Im Besonderen ging es dabei um ein Zurückdrängen des Phänomens der sogenannten „Internetabzocke“.

In der Umsetzungsbestimmung des Art. 8 wird dies in Abs. 1 zum Ausdruck gebracht. Der bloße Austausch von E-Mails oder von SMS führt also noch nicht zur Anwendung dieser Bestimmung. Wenn allerdings der Konsument zur Herstellung des vorvertraglichen Kontakts ein Medium genützt hat, das nicht auf individuelle Kommunikation ausgerichtet ist, wie vor allem eine Bestellmaske auf der Webseite des Unternehmers, kommt die Regelung sehr wohl zum Tragen. Das ist auch dann der Fall, wenn über die vom Konsumenten aufgesuchte Webseite eine an den Unternehmer gerichtete Bestellungs- oder Buchungs-E-Mail generiert wird; auch dieser Fall ist von Art. 8 erfasst.

Für solche Bestellvorgänge verlangt die Richtlinie erstens eine hervorgehobene Information des Konsumenten über die wichtigsten Fragen betreffend das künftige Vertragsverhältnis, wie etwa über Preis und wesentliche Merkmale der Leistung oder die Vertragsdauer, und zwar im elektronischen Ablauf zeitlich unmittelbar vor der Bestellung des Konsumenten angesiedelt (erster Unterabsatz von Artikel 8 Absatz 2 der Richtlinie), und zweitens die ausdrückliche Bestätigung des Konsu-

menten darüber, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung verbunden ist (zweiter Unterabsatz von Artikel 8 Absatz 2 der Richtlinie), dies verbunden mit einer spezifischen Regelung für den Fall der Bestellung durch „Aktivierung einer Schaltfläche“. Wenn der Unternehmer die im zweiten Unterabsatz normierten Pflichten nicht einhält, ist der Konsument durch den Vertrag oder die Bestellung nicht gebunden. Diese Richtlinienregelungen werden durch Art. 8 Abs. 1 und 2 weitgehend wortgleich umgesetzt.

Unter „Aktivierung einer Schaltfläche“ ist das Anklicken eines Feldes auf der Webseite zu verstehen, mit dem die Vertragserklärung definitiv abgegeben wird.

Die im dritten Satz von Abs. 2 aus der Richtlinie übernommene Anordnung der „Nichtbindung“ des Konsumenten bedeutet, dass ein Verstoß des Unternehmers gegen die besondere Hinweispflicht nach Abs. 2 nicht etwa die Nichtigkeit des Vertrages zur Folge hat, sondern – ähnlich wie etwa im Recht der Geschäftsunfähigen – die schwebende Unwirksamkeit des Vertrages. Es steht diesfalls im Belieben des Konsumenten, ob er am Vertrag festhält und vom Unternehmer Erfüllung verlangt oder ob er das Zustandekommen des Vertrages ablehnt.

Artikel 8 Absatz 3 der Richtlinie ordnet an, dass auf Webseiten, die auf den elektronischen Geschäftsverkehr ausgerichtet sind, spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs eindeutig anzugeben ist, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden. Diese Richtlinienregelung wird praktisch wortgleich in Abs. 3 umgesetzt.

In Abs. 4 werden die Regelungen des Art. 8 auf die von der Richtlinie 90/314/EWG über Pauschalreisen erfassten Verträge – die von der Verbraucherrechte-Richtlinie und daher grundsätzlich auch vom Anwendungsbereich des FAGG ausgenommen sind – erstreckt, und zwar ohne Einschränkung.

Darüber hinaus wird in Abs. 4 eine partielle und eingeschränkte Gegen Ausnahme zur allgemeinen Ausnahmeregelung des Art. 1 Abs. 2 statuiert. Sie betrifft nur die in Art. 1 Abs. 2 Bst. b und c angeführten Verträge über soziale Dienstleistungen und über Gesundheitsdienstleistungen, die nach der genannten Bestimmung an sich vom Geltungsbereich des FAGG ausgenommen sind. Auf diese Verträge wird

die so genannte „Buttonlösung“ des Art. 8 Abs. 2 zweiter und dritter Satz („zahlungspflichtig bestellen“) erstreckt. Dies gilt freilich nicht für alle Verträge über soziale Dienstleistungen und Gesundheitsdienstleistungen, sondern nur für Fernabsatzverträge über diese Gegenstände und hier wiederum nur für solche, die elektronisch, jedoch nicht ausschliesslich im Weg der elektronischen Post oder eines damit vergleichbaren individuellen elektronischen Kommunikationsmittels geschlossen werden (siehe Art. 8 Abs. 1). Da für diese Verträge nicht auch die allgemeinere Regelung des Abs. 2 erster Satz übernommen wird, kommt Abs. 4 nur zum Tragen, wenn der Bestellvorgang die Aktivierung einer Schaltfläche oder die Betätigung einer ähnlichen Funktion erfordert.

Zu Art. 9 – Besondere Erfordernisse bei telefonisch abgeschlossenen Verträgen

Artikel 8 Abs. 5 der Richtlinie enthält eine inhaltlich aus der früheren Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG (dort Artikel 4 Abs. 3) übernommene Verpflichtung des Unternehmers, bei auf Geschäftsabschlüsse abzielenden Anrufen bei Konsumenten zu Beginn des Gesprächs seine Identität und den geschäftlichen Zweck des Anrufs offenzulegen. Die Umsetzungsbestimmung findet sich in Art. 9 Abs. 1 FAGG.

Um den Konsument an den telefonisch ausgehandelten Vertrag zu binden, ist nach Abs. 2 zusätzlich zu den telefonisch getroffenen Festlegungen das Hinzutreten zweier formalisierter Komponenten notwendig: Erstens muss der Unternehmer dem Konsumenten eine Bestätigung seiner Vertragserklärung auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung stellen. Zweitens muss der Konsument dem Unternehmer hierauf eine schriftliche Erklärung über die Annahme dieser Vertragserklärung auf einem dauerhaften Datenträger übermitteln. Bei diesem zweiten Element spricht die Richtlinie davon, dass der Konsument entweder „das Angebot unterzeichnet oder sein schriftliches Einverständnis übermittelt hat“ (Artikel 8 Absatz 6 erster Satz der Richtlinie). Um den Konsumenten an den telefonisch ausgehandelten Vertrag zu binden, ist ausschliesslich bei Verträgen über Dienstleistungen nach Abs. 2 zusätzlich zu den telefonisch getroffenen Offenlegungen das Hinzutreten zweier formalisierter Komponenten notwendig: Erstens muss der Unternehmer dem Konsumenten eine Bestätigung seiner Vertragserklärung auf einem dauerhaf-

ten Datenträger zur Verfügung stellen. Zweitens muss der Konsument dem Unternehmer hierauf eine schriftliche Erklärung über die Annahme dieser Vertragserklärung auf einem dauerhaften Datenträger übermitteln. Bei diesem zweiten Element spricht die Richtlinie davon, dass der Konsument entweder „das Angebot unterzeichnet oder sein schriftliches Einverständnis übermittelt hat“ (Artikel 8 Absatz 6 erster Satz der Richtlinie).

Die vorgeschlagene Umsetzung dieser optionalen Richtlinienbestimmung wird demnach auf vom Unternehmer eingeleitete Ferngespräche eingeschränkt. Eine weitere Einschränkung liegt darin, dass Art. 9 FAGG nur für Fernabsatzverträge über Dienstleistungen gelten soll, weil für Warenkaufverträge bereits durch die zwingend umzusetzenden Vorgaben der Richtlinie über die vorvertraglichen Pflichten des Unternehmers und das Widerrufsrecht ausreichender Verbraucherschutz gewährleistet ist.

Zu Art. 10 – Beginn der Vertragserfüllung vor Ablauf der Rücktrittsfrist

Diese Bestimmung dient der Umsetzung der Richtlinienregelungen in Artikel 7 Absatz 3 und in Artikel 8 Absatz 8. Diese beiden Richtlinienbestimmungen befassen sich mit der Frage, welche Vorgangsweise bei Dienstleistungen sowie bei Bezugsverträgen über Wasser, Gas, Strom oder Fernwärme für den Fall einzuhalten ist, dass der Konsument die Vertragserfüllung noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist wünscht. Dazu sehen die genannten Bestimmungen gewisse Handlungsobliegenheiten des Unternehmers vor, bei deren Verletzung der Unternehmer seinen Entgeltanspruch für erbrachte Leistungen im Fall des Vertragsrücktritts durch den Konsumenten verliert. Wenn der Konsument den Wunsch nach vorzeitiger Vertragserfüllung äussert, muss ihn der Unternehmer dazu veranlassen, „ein entsprechendes ausdrückliches Verlangen zu erklären“. Für AGV wird in Artikel 7 Absatz 3 der Richtlinie überdies gefordert, dass dieses ausdrückliche Verlangen auf einem dauerhaften Datenträger erklärt wird. Diese Richtlinienregelungen werden mit gewissen Adaptierungen in der Formulierung umgesetzt. Welche Rechtsfolgen es hat, wenn sich eine vorzeitige Vertragserfüllung auf ein solches ausdrückliches

Verlangen gründet oder wenn ein solches Verlangen fehlt, ist in Art. 16 Abs. 1 und 2 geregelt.

Zu Art. 11 – Rücktrittsrecht; Rücktrittsfrist

Mit dieser Bestimmung wird Artikel 9 der Richtlinie umgesetzt. Dabei handelt es sich gleichsam um die Grundsatzbestimmung zum Rücktritt des Konsumenten bei Fern- und Auswärtsgeschäften, in der zugleich auch die Dauer der Rücktrittsfrist sowie die Frage geregelt werden, wann diese Frist bei den unterschiedlichen Vertragsarten endet. Bei der Umsetzung dieser Richtlinienregelung wurden einige sprachliche und konzeptionelle Modifikationen vorgenommen, die nur der Adaptierung an die Gegebenheiten des liechtensteinischen Rechts dienen und die Regelung inhaltlich nicht verändern.

Eine wichtige terminologische Modifikation betrifft die Bezeichnung dieses Rechts. Wie auch bei anderen Verbraucherschutzrichtlinien wird hier das durch die Richtlinie eingeräumte Recht als „Rücktrittsrecht“ des Verbrauchers bezeichnet.

Im Übrigen werden die Regelungen in Artikel 9 Absatz 2 der Richtlinie über den Lauf der Rücktrittsfrist – mit einigen sprachlichen Adaptierungen – in Abs. 2 inhaltsgleich übernommen.

Das Rücktrittsrecht des Art. 11 ist nicht auf den erstmaligen Vertragsabschluss zwischen Unternehmer und Konsument beschränkt. Auch die Verlängerung eines bestehenden, aber befristeten Vertragsverhältnisses oder die inhaltliche Änderung eines bestehenden Vertragsverhältnisses können, wenn sie im Fernabsatz oder ausserhalb von Geschäftsräumen vereinbart werden, dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz unterliegen und damit zu einem Rücktrittsrecht des Konsumenten hinsichtlich der vereinbarten Vertragsverlängerung oder Vertragsänderung führen. Neben dem neuen, vereinheitlichten Rücktrittsrecht der Art. 11 ff FAGG bleibt ausserhalb des Anwendungsbereichs des Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes das bisherige Haustürgeschäfte-Rücktrittsrecht gemäss Art. 4 KSchG weiterhin bestehen. Allerdings wird dieses Rücktrittsrecht nun in vielerlei Hinsicht an die Art. 11 ff. FAGG angeglichen, wie hinsichtlich der Dauer der Regelrücktrittsfrist und ihres Beginns, hinsichtlich des Einflusses eines Unterbleibens der jeweils vor-

gesehenen Information und Belehrung des Konsumenten auf die Dauer des Rücktrittsrechts und in diesem Kontext hinsichtlich der Existenz einer jedenfalls gesetzten Höchstfrist sowie schliesslich hinsichtlich der Form der Rücktrittserklärung. Unterschiedlich sind allerdings die Bestimmungen über Art und Umfang der vom Unternehmer zu erteilenden Information sowie über die Rechtsfolgen des Rücktritts, insbesondere hinsichtlich der Rücksendekosten, des Benützungsentgelts, des Wertersatzes und der vorzeitigen Leistungserbringung.

Zu Art. 12 – Unterbliebene Aufklärung über das Rücktrittsrecht

Diese Bestimmung dient der Umsetzung der Richtlinienregelung von Artikel 10 über die Fristverlängerung bei verabsäumter Belehrung des Konsumenten über sein Widerrufsrecht.

Anders als noch nach Artikel 6 Absatz 1 der Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG führt nun nur noch eine Verletzung der Informationspflicht hinsichtlich des Rücktrittsrechts zur Verlängerung der Rücktrittsfrist. Andere Informationspflichtverletzungen haben keine fristverlängernde Wirkung. Bei den meisten sonstigen Informationselementen sind für den Fall einer unterbleibenden Informationserteilung keine spezifisch konsumentenschutzrechtlichen Rechtsfolgen zivilrechtlicher Art vorgesehen (eine Ausnahme besteht allerdings hinsichtlich der Belehrung über die Rücksendekosten sowie über andere zusätzliche Kosten), doch sind diese Informationspflichtverletzungen einerseits durch die Verwaltungsstrafbestimmung des Art. 19 sanktioniert und können im Übrigen auch Rechtsfolgen allgemein zivilrechtlicher Art nach sich ziehen.

Wenn der Unternehmer innerhalb von 12 Monaten ab dem die Regelrücktrittsfrist auslösenden Ereignis die Belehrung über das Rücktrittsrecht nachholt, so endet die verlängerte Rücktrittsfrist 14 Tage nach dem Zeitpunkt, an dem der Konsument diese Belehrung (verspätet) erhalten hat.

Zu Art. 13 – Ausübung des Rücktrittsrechts

Durch Abs. 1 werden die Richtlinienregelungen von Artikel 11 Absatz 1 und 2 über die Ausübung des Widerrufsrechts umgesetzt. Abs. 2 dient der Umsetzung der

Sonderregelung in Artikel 11 Absatz 3 der Richtlinie über die Ausfüllung der Rücktrittserklärung auf der Webseite des Unternehmers. Die Rücktrittserklärung ist formfrei. So ist etwa auch eine Rücktrittserklärung via SMS wirksam. Sie kann auch mündlich geschehen, z.B. durch einen Telefonanruf.

Zu Art. 14 – Pflichten des Unternehmers bei Rücktritt des Konsumenten vom Vertrag

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 13 der Richtlinie über die Pflichten des Unternehmers im Widerrufsfall.

In Abs. 1 werden die Regelungen von Artikel 13 Absatz 1 der Richtlinie über die Pflicht des Unternehmers zur Rückerstattung aller erhaltenen Zahlungen umgesetzt, und zwar sowohl die Regelung zur Rückzahlungsfrist (erster Satz) als auch jene zu dem zu verwendenden Zahlungsmittel (zweiter Satz).

Die Höchstfrist beginnt nach der Richtlinie mit dem Zeitpunkt zu laufen, zudem dem Unternehmer die Rücktrittserklärung des Konsumenten zukommt. Dies ergibt sich zum einen aus dem Wortlaut von Artikel 13 Absatz 1 der Richtlinie, wonach jener Tag für den Fristenlauf massgeblich ist, an dem der Unternehmer über den Rücktritt des Konsumenten informiert wird; davon kann aber erst die Rede sein, sobald der Unternehmer die Rücktrittserklärung erhält. Zum anderen ergibt sich das auch aus dem Charakter des Rücktritts als empfangsbedürftige Willenserklärung.

Die Rückzahlungspflicht betrifft auch allfällige vom Konsumenten bereits an den Unternehmer bezahlte Lieferkosten. Nach Abs. 2 (durch den Artikel 13 Absatz 2 der Richtlinie umgesetzt wird) gilt das aber nur eingeschränkt, wenn sich der Konsument ausdrücklich für eine andere, kostenintensivere Art der Lieferung als die vom Unternehmer angebotene günstigste Standardlieferung entschieden hat. Man denke etwa an die Kosten einer Expresslieferung innerhalb von 24 Stunden (vgl. Erwägungsgrund 46 der Richtlinie). In diesem Fall muss der Unternehmer dem Konsumenten nur die Lieferkosten für die günstigste Standardlieferung erstatten, nicht aber die vom Konsumenten entrichteten Mehrkosten der teureren Lieferart. Voraussetzung dieser Einschränkung ist allerdings, dass die vom Unter-

nehmer angebotene Standardlieferung eine „normale und allgemein akzeptable Art der Lieferung“ war (vgl. neuerlich Erwägungsgrund 46 der Richtlinie).

In Abs. 3 wird Artikel 13 Absatz 3 der Richtlinie inhalts- und weitgehend auch wortgleich umgesetzt. Mit dieser Bestimmung wird dem Unternehmer das Recht auf Zurückhaltung der ihm obliegenden Erstattungsleistungen bis zum Eintreffen der vom Konsumenten zurückzusendenden Ware bzw. bis zum Nachweis der Aufgabe der Ware zur Rückversendung durch den Konsumenten eingeräumt. Nach der Richtlinie gilt dies nur für Kaufverträge.

Zu Art. 15 – Pflichten des Konsumenten bei Rücktritt vom Kaufvertrag

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 14 Absatz 1, 2 und 5 der Richtlinie über die Pflichten des Konsumenten im Widerrufsfall. Auch hier werden die Regelungen weitgehend wortgleich übernommen.

Abs. 1 statuiert die den Konsumenten aufgrund des Rücktritts treffende Pflicht zur Zurückstellung der Ware. Auch dafür ist eine Kombination von Unverzögerungsgebot und vierzehntägiger Höchstfrist vorgesehen. Und auch in diesem Zusammenhang bedeutet das nicht, dass der Konsument diese Höchstfrist jedenfalls ausschöpfen könnte. Vorrangig ist die Verpflichtung, die Ware unverzüglich, also ohne schuldhaftes Zögern, zurückzusenden. Die jedenfalls einzuhaltende Höchstfrist ist gewahrt, wenn der Konsument die Ware innerhalb der Frist an den Unternehmer absendet. In diesem Kontext beginnt die vierzehntägige Höchstfrist – anders als bei der Regelung des Art. 14 – bereits mit der Abgabe der Rücktrittserklärung und nicht erst mit dem möglicherweise um einige Tage später eintretenden Zugang der Rücktrittserklärung an den Unternehmer.

Nach Abs. 2 hat der Konsument im Rücktrittsfall die „unmittelbaren Kosten“ der Warenrücksendung zu tragen. Darunter sind die reinen Transportkosten zu verstehen. Hingegen kann der Unternehmer nicht auch die für ihn mit der Rücksendung verbundenen administrativen Kosten, wie etwa für die Warenprüfung, die Umbuchung, die Neueinschweissung, die Neuetikettierung oder sonstigen Materialaufwand auf den Konsumenten überwälzen. Der Konsument ist bereits von Gesetzes wegen mit der Tragung der unmittelbaren Rücksendungskosten belastet; es

bedarf dazu also nicht zusätzlich einer vertraglichen Vereinbarung. Die Kostentragungspflicht trifft den Konsumenten aber dann nicht, wenn sich der Unternehmer zur Kostentragung bereit erklärt hat oder wenn es der Unternehmer verabsäumt hat, den Konsumenten über dessen Kostentragungspflicht zu informieren.

Mit Abs. 3 wird der dritte Unterabsatz von Artikel 14 Absatz 1 der Richtlinie umgesetzt, wonach bei AGV, bei denen die Ware bereits im Zuge des Vertragsabschlusses zur Wohnung des Konsumenten geliefert wurde, der Unternehmer zur Abholung der Ware auf eigene Kosten verpflichtet ist, sofern die Ware wegen ihrer Beschaffenheit normalerweise nicht per Post zurückgesandt werden kann. Dies ist vor allem bei sperrigen Gütern, wie etwa grösseren Möbelstücken, der Fall.

Artikel 14 Absatz 2 der Richtlinie befasst sich mit der Frage, ob und inwieweit der Konsument im Rücktrittsfall für einen allfälligen Wertverlust der Waren aufzukommen hat. Demnach ist das nur dann der Fall, wenn der Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Ware nicht notwendigen Umgang mit derselben zurückzuführen ist. In keinem Fall trifft den Konsumenten eine Ersatzpflicht für den Wertverlust dann, wenn er vom Unternehmer nicht über sein Rücktrittsrecht belehrt wurde. Der Konsument hat demnach für eine allfällige Wertminderung der Ware, die sich bloss aus deren Prüfung ergibt, keinesfalls eine Zahlung zu leisten. Entschädigungspflichtig wird er nur dann, wenn er die Ware über das für eine solche Prüfung erforderliche Ausmass hinaus gebraucht und dadurch ein (weiterer) Wertverlust eintritt. Diese Richtlinienregelung wird in Abs. 4 weitgehend wortgleich umgesetzt. An die Stelle des in der Richtlinie nicht weiter spezifizierten Begriffs „Wertverlust“ wird dabei als Anknüpfungspunkt für die Entschädigung die „Minderung des Verkehrswerts der Ware“ gesetzt.

Durch Abs. 5 wird die Richtlinienregelung des Artikel 14 Absatz 5 in das liechtensteinische Recht übernommen, wonach der Konsument aufgrund der Ausübung seines Rücktrittsrechts – mit Ausnahme der in der Richtlinie explizit vorgesehenen Zahlungspflichten des Konsumenten für diesen Fall – „nicht in Anspruch genommen werden“ kann.

Zu Art. 16 – Pflichten des Konsumenten bei Rücktritt von einem Vertrag über Dienstleistungen, Energie- und Wasserlieferungen oder digitale Inhalte

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 14 Absatz 3 und 4 der Richtlinie. Darin werden für Dienstleistungs- und Bezugsverträge sowie für Verträge über nicht auf einem körperlichen Datenträger gelieferte digitale Inhalte die Pflichten des Konsumenten bei einem Zusammentreffen von Rücktritt und bereits (zumindest teilweiser) gescheneher Leistungserbringung festgelegt.

In Abs. 2 wird für den Entgeltanspruch des Unternehmers für die vorzeitige Leistungserbringung eine weitere Voraussetzung statuiert, die sich aus Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe a sublit. i) der Richtlinie ergibt: Der Unternehmer muss den Konsumenten nach Art. 4 Abs. 1 Bst. h und k über sein Rücktrittsrecht und die anteilige Zahlungspflicht belehrt haben. Ist diese Belehrung unterblieben, so kann der Unternehmer vom Konsumenten kein Entgelt für die erbrachte Leistung verlangen. Gleiches gilt im Übrigen, wenn die vorzeitige Vertragserfüllung kein Fundament in einem ausdrücklichen Verlangen des Konsumenten hatte.

Gegenstand von Abs. 3 sind Verträge über die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten. Für solche Verträge trifft Abs. 3 – angelehnt an die Bestimmungen von Abs. 1 und 2 für Dienstleistungs- und Bezugsverträge – eine Regelung über die Frage der Zahlungspflicht des Konsumenten bei einem Zusammentreffen von vorzeitiger Leistungserbringung und nachfolgendem Rücktritt des Konsumenten.

In Abs. 4 wird angeordnet, dass dem Konsumenten wegen seines Rücktritts mit Ausnahme der in Art. 16 explizit vorgesehenen Zahlungen keine sonstigen Lasten auferlegt werden dürfen. Damit wird die Richtlinienregelung von Artikel 14 Absatz 5 für digitale Inhalte umgesetzt.

Zu Art. 17 – Auswirkungen des Rücktritts auf akzessorische Verträge

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 15 der Richtlinie. Darin werden die Wirkungen des Rücktritts vom Fern- oder Auswärtsgeschäft auf akzessorische Verträge erstreckt. Eine Definition des akzessorischen Vertrages findet sich in Art. 3 Bst. g. Typische akzessorische Verträge sind etwa Versicherungs- oder Kre-

ditverträge. Die Erstreckung vollzieht sich gleichsam automatisch und bedarf daher nicht etwa noch einer weiteren Rücktrittserklärung mit Bezug auf den akzessorischen Vertrag.

Artikel 15 Absatz 1 der Richtlinie gibt vor, dass dem Konsumenten aus dieser automatischen Beendigung der akzessorischen Verträge keine Kosten entstehen dürfen. Diese Richtlinienvorgabe wird im zweiten Satz des Art. 17 umgesetzt.

Zu Art. 18 – Ausnahmen vom Rücktrittsrecht

Diese Bestimmung dient der Umsetzung von Artikel 16 der Richtlinie, der eine ganze Reihe von Ausnahmen vom Widerrufsrecht vorsieht.

Die Regelung des Abs. 2 über den Ausschluss des Rücktrittsrechts bei dringenden Reparaturverträgen wurde inhaltsgleich aus dem Ausnahmetatbestand nach Artikel 16 Buchstabe h der Richtlinie übernommen. In dieser Ausnahmeregelung manifestiert sich noch ein Restbestand des sogenannten Anbahnungselements, wie es im liechtensteinischen Recht in Art. 4 Abs. 3 Bst. a KSchG vorgesehen ist. Die Ausnahme in Abs. 2 ist gleichsam das rücktrittsrechtliche Pendant zur „Handwerkerbestimmung“ des Art. 6. Allerdings ist die Ausnahme vom Rücktrittsrecht weiter gefasst: Sie bezieht sich auf alle Verträge über dringende Arbeiten unabhängig von der Höhe des Entgelts oder der sofortigen Vertragserfüllung. Zu beachten ist auch der zweite Satz der Bestimmung: Die Ausnahme vom Rücktrittsrecht gilt nicht auch für weitere Dienstleistungen, die der Verbraucher nicht ausdrücklich verlangt hat, und auch nicht für Waren, die für die dringenden Reparaturarbeiten nicht unbedingt benötigt werden.

Die Ausnahmeregelung des Abs. 3 setzt den Ausnahmetatbestand in Artikel 16 Buchstabe k der Richtlinie um. Da der Begriff der „öffentlichen Versteigerung“ Versteigerungen auf Internetplattformen wie beispielsweise E-Bay nicht erfasst, gilt für die auf diesem Wege abgeschlossenen Rechtsgeschäfte auch die Ausnahmeregelung des Abs. 3 nicht, sodass hier der Konsument sehr wohl ein Rücktrittsrecht hat.

Zu Art. 19 – Strafbestimmungen

Die Richtlinie verpflichtet die Mitgliedstaaten in ihrem Artikel 24 Absatz 1, für Verstösse gegen die Vorschriften zur Umsetzung der Richtlinie Sanktionen vorzusehen, die wirksam, angemessen und abschreckend sind. Soweit Verstösse gegen das umgesetzte Richtlinienrecht entweder bereits nach bestehenden Rechtsinstituten des liechtensteinischen Zivilrechts oder aufgrund von umgesetzten Rechtsfolgenanordnungen der Richtlinie unmittelbare rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen, die einen sanktionsartigen Charakter haben, ist die Schaffung zusätzlicher Sanktionen entweder entbehrlich oder höchstens flankierend angebracht. Doch gibt es etliche Richtlinienregelungen, deren Missachtung keine in diesem Sinn unmittelbaren zivilrechtlichen Folgen auslösen. Um hier dem Sanktionierungsgebot von Artikel 24 der Richtlinie zu entsprechen, werden in Art. 19 entsprechende Verwaltungsstrafbestimmungen vorgesehen. Dies betrifft einerseits die Informationspflichten des Unternehmers sowie dessen Pflichten zur Ausstellung verschiedener Bestätigungen und andererseits die Unternehmerpflicht zur Erstattung von Zahlungen im Rücktrittsfall. Ausserdem wird der bisher in Art. 49 Abs. 1 Bst. f KSchG statuierte Straftatbestand für Verstösse gegen die Offenlegungspflicht bei Ferngesprächen in das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz übernommen, weil so die strafbewehrte Pflicht in das FAGG transponiert wurde (Art. 9 Abs. 1).

Zum Anhang

Der Anhang der Richtlinie beinhaltet das Musterformular für den Rücktritt, welches seitens des Unternehmers zur Verfügung gestellt werden kann.

5. VERFASSUNGSMÄSSIGKEIT / RECHTLICHES

Die Regierung ist gemeinsam mit der EWR-Kommission des Landtags zur Auffassung gelangt, dass die Richtlinie 2008/48/EG über Verbraucherkreditverträge dem Hohen Landtag gemäss Art. 8 Abs. 2 der Landesverfassung zur Zustimmung vorzulegen ist. Weiters wirft die Vorlage keine verfassungsmässigen Fragen auf.

REGIERUNGSVORLAGE

5.1 Konsumentenschutzgesetz

Gesetz

vom

über die Abänderung des Konsumentenschutzgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 23. Oktober 2002 zum Schutz der Konsumenten (Konsumentenschutzgesetz, KSchG), LGBI. 2002 Nr. 164, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 4 Abs. 1, Abs. 3 Bst. d und e, Abs. 4

1) Hat der Konsument seine Vertragserklärung weder in den vom Unternehmer für seine geschäftlichen Zwecke dauernd benützten Räumen noch bei einem von diesem dafür auf einer Messe oder einem Markt benützten Stand abgegeben, so kann er von seinem Vertragsantrag oder vom Vertrag zurücktreten. Dieser Rücktritt kann bis zum Zustandekommen des Vertrages oder danach binnen 14 Tagen erklärt werden. Der Lauf dieser Frist beginnt mit der Ausfolgung einer

Urkunde an den Konsumenten, die zumindest den Namen und die Anschrift des Unternehmers, die zur Identifizierung des Vertrages notwendigen Angaben sowie eine Belehrung über das Rücktrittsrecht, die Rücktrittsfrist und die Vorgangsweise für die Ausübung des Rücktrittsrechts enthält, frühestens jedoch mit dem Zustandekommen des Vertrages, bei Kaufverträgen über Waren mit dem Tag, an dem der Konsument den Besitz an der Ware erlangt. Ist die Ausfolgung einer solchen Urkunde unterblieben, so steht dem Konsumenten das Rücktrittsrecht für eine Frist von 12 Monaten und 14 Tagen ab Vertragsabschluss bzw. Warenlieferung zu; wenn der Unternehmer die Urkundenausfolgung innerhalb von 12 Monaten ab dem Fristbeginn nachholt, so endet die verlängerte Rücktrittsfrist 14 Tage nach dem Zeitpunkt, zu dem der Konsument die Urkunde erhält. Bei Versicherungsverträgen endet die Rücktrittsfrist spätestens einen Monat nach Zustandekommen des Vertrages. Die Bestimmungen nach dem Versicherungsvertragsgesetz bleiben vorbehalten.

3) Das Rücktrittsrecht steht dem Konsumenten nicht zu:

- d) bei Verträgen, die dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz unterliegen; oder
- e) bei Vertragserklärungen, die der Konsument in körperlicher Abwesenheit des Unternehmers abgegeben hat; es sei denn, dass er dazu vom Unternehmer gedrängt worden ist.

4) Die Erklärung des Rücktritts ist an keine bestimmte Form gebunden. Die Rücktrittsfrist ist gewahrt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist abgesendet wird.

Art. 7a

Allgemeine Informationspflichten des Unternehmers

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

- a) die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung in dem für den Datenträger und die Ware oder Dienstleistung angemessenen Umfang;
- b) den Namen oder die Firma und die Telefonnummer des Unternehmers sowie die Anschrift seiner Niederlassung;
- c) den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung 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 zusätzlicher Kosten;
- d) gegebenenfalls die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Zeitraum, innerhalb dessen nach der Zusage des Unternehmers die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird, sowie ein allenfalls vorgesehenes Verfahren beim Umgang des Unternehmers mit Beschwerden;
- e) zusätzlich zu dem Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Ware gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen nach dem Verkauf und von gewerblichen Garantien;
- f) gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrages oder die Bedingungen für die Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge;

- g) gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte einschliesslich anwendbarer technischer Schutzmassnahmen für solche Inhalte, und
- h) gegebenenfalls — soweit wesentlich — die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein muss.

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

- a) über Geschäfte des täglichen Lebens, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses sofort erfüllt werden;
- b) die dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz unterliegen;
- c) 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;
- d) über Gesundheitsdienstleistungen nach Artikel 3 Buchstabe a der Richtlinie 2011/24/EU über die Ausübung der Patientenrechte in der grenzüberschreitenden Gesundheitsversorgung, ABl. Nr. L 88 vom 4.4.2011 S. 45, unabhängig davon, ob sie von einer Einrichtung des Gesundheitswesens erbracht werden;
- e) über Glücksspiele, die einen geldwerten Einsatz verlangen, einschliesslich Lotterien, Glücksspiele in Spielkasinos und Wetten;
- f) über Finanzdienstleistungen;
- g) über die Begründung, den Erwerb oder die Übertragung von Eigentum oder anderen Rechten an unbeweglichen Sachen;
- h) über den Bau von neuen Gebäuden, erhebliche Umbaumassnahmen an bestehenden Gebäuden oder die Vermietung von Wohnraum;
- i) die in den Geltungsbereich der Richtlinie 90/314/EWG über Pauschalreisen, ABl. Nr. L 158 vom 23.6.1990 S. 59, fallen;

- k) die in den Geltungsbereich der Richtlinie 2008/122/EG über den Schutz der Verbraucher im Hinblick auf bestimmte Aspekte von Teilzeitnutzungsverträgen, Verträgen über langfristige Urlaubsprodukte sowie Wiederverkaufs- und Tauschverträgen, ABl. Nr. L 33 vom 3.2.2009 S. 10, fallen;
- l) die vor einem öffentlichen Amtsträger geschlossen werden, der gesetzlich zur Unabhängigkeit und Unparteilichkeit verpflichtet ist und durch umfassende rechtliche Aufklärung sicherzustellen hat, dass der Konsument den Vertrag nur aufgrund gründlicher rechtlicher Prüfung und in Kenntnis seiner rechtlichen Tragweite abschliesst;
- m) 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 Konsumenten geliefert werden;
- n) über die Beförderung von Personen;
- o) die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden;
- p) die mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln mit Hilfe öffentlicher Fernsprecher zu deren Nutzung geschlossen werden oder die zur Nutzung einer einzelnen von einem Konsumenten hergestellten Telefon-, Internet- oder Faxverbindung geschlossen werden.

Art. 7a wird zu Art. 7b.

Art. 8b

Kosten telefonischer Kontaktaufnahme nach Vertragsabschluss

Hat der Unternehmer einen Telefonanschluss eingerichtet, um im Zusammenhang mit geschlossenen Konsumentenverträgen seinen Vertragspartnern eine telefonische Kontaktnahme mit ihm zu ermöglichen, so darf er einem Konsumenten

ten, der diese Möglichkeit in Anspruch nimmt, dafür kein Entgelt anlasten. Das Recht von Anbietern von Telekommunikationsdiensten, Entgelte für eigentliche Kommunikationsdienstleistungen zu verlangen, bleibt dadurch unberührt.

Art. 8c

Zusätzliche Zahlungen

1) Eine Vereinbarung, mit der sich ein Konsument 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 Konsument ausdrücklich zustimmt. Eine solche Zustimmung liegt insbesondere dann nicht vor, wenn der Konsument zur Vermeidung einer Vertragserklärung eine vom Unternehmer vorgenommene Voreinstellung ablehnen müsste, diese Ablehnung jedoch unterlässt.

2) Fehlt die nach Abs. 1 erforderliche Zustimmung, so hat der Unternehmer dem Konsumenten geleistete zusätzliche Zahlungen zurückzuerstatten.

3) Der Konsument kann die Wirksamkeit der Vereinbarung nachträglich herbeiführen, indem er dieser im Sinn des Abs. 1 ausdrücklich zustimmt.

4) Die Abs. 1 bis 3 gelten nicht für die in Art. 7a Abs. 2 Bst. c bis h, k bis m, o und p angeführten Verträge.

Art. 9a

Leistungsfrist bei Verträgen über Waren

Mangels anderer vertraglicher Vereinbarung hat der Unternehmer die Ware ohne unnötigen Aufschub, jedenfalls aber nicht später als 30 Tage nach Vertragsabschluss bereitzustellen oder – wenn die Übersendung der Ware vereinbart ist – beim Konsumenten abzuliefern.

Art. 9b

Gefahrenübergang bei Übersendung der Ware

Wenn der Unternehmer die Ware übersendet, geht die Gefahr für den Verlust oder die Beschädigung der Ware erst auf den Konsumenten über, sobald die Ware an den Konsumenten oder an einen von diesem bestimmten, vom Beförderer verschiedenen Dritten abgeliefert wird. Hat aber der Konsument selbst den Beförderungsvertrag geschlossen, ohne dabei eine vom Unternehmer vorgeschlagene Auswahlmöglichkeit zu nutzen, so geht die Gefahr bereits mit der Aushändigung der Ware an den Beförderer über. Mangels anderer Vereinbarung erwirbt der Konsument zugleich mit dem Gefahrenübergang das Eigentum an der Ware.

Art. 35

Aufgehoben.

Art. 36

Aufgehoben.

Art. 37 Abs. 5

5) Die Regelungen der Abs. 1 bis 4 gelten nicht für solche Verträge über Leistungen zur Sanierung von Wohnräumen, die dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz unterliegen.

Art. 41 Abs. 1

1) Wer im geschäftlichen Verkehr mit Konsumenten im Zusammenhang mit Haustürgeschäften, ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträge, den allgemeinen Informationspflichten des Unternehmers (Art. 7a), Konsumkreditverhältnissen, Pauschalreisevereinbarungen, Teilzeitnutzungsverhältnissen,

Abschlüssen im Fernabsatz oder der Vereinbarung von missbräuchlichen Vertragsklauseln, der Gewährleistung oder Garantie bei Kauf oder bei der Herstellung beweglicher körperlicher Sachen, der Forderung von Telefonkosten (Art. 8b) oder zusätzlichen Zahlungen (Art. 8c), der Leistungsfrist (Art. 9a) oder dem Gefahrenübergang (Art. 9b), im Zusammenhang mit Diensten der Informationsgesellschaft im elektronischen Geschäftsverkehr, Wertpapierdienstleistungen, Dienstleistungen der Vermögensverwaltung, Zahlungsdiensten oder der Ausgabe von E-Geld gegen ein gesetzliches Gebot oder Verbot verstösst und dadurch die allgemeinen Interessen der Konsumenten beeinträchtigt, kann unbeschadet des Art. 40 Abs. 1 auf Unterlassung geklagt werden.

Art. 49 Abs. 1 Bst. a und b

1) Ein Unternehmer, in den Fällen des Art. 23 auch der Geldgeber, oder ein für diese oder ein für diese Personen handelnder Vertreter wird, sofern die Tat nicht den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strenger Strafe bedroht ist, wegen Übertretung mit Busse bis 5 000 Franken, im Wiederholungsfalle bis 20 000 Franken vom Amt für Volkswirtschaft bestraft, wenn er:

- a) es unterlässt:
 - 1. die Informationspflichten nach Art. 7a vollständig und mit zutreffenden Angaben zu erfüllen;
 - 2. die Ware im Sinn des Art. 9a rechtzeitig bereitzustellen oder abzuliefern;
 - 3. die in Art. 37 Abs. 1 vorgesehene Urkunde mit den in Art. 37 Abs. 2 vorgeschriebenen Angaben zu errichten; oder
 - 4. Kreditnehmer oder Interdezenten den Art. 31 bis 33 entsprechend zu belehren oder zu informieren;
- b) dem Art. 37 Abs. 3 zuwiderhandelt;

Buchstaben b bis e werden zu Buchstaben c bis f.

Art. 49 Abs. 1 Bst. f

Aufgehoben.

II.

Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften

Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Änderung 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 über die Schutzdauer des Urheberrechts und bestimmter verwandter Schutzrechte (EWR-Rechtssammlung: Anh. XIX – 7i.01).

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Gesetz vom ... über Fernabsatz – und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; FAGG) in Kraft.

5.2 Gesetz über Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; FAGG)

Gesetz

vom

betreffend Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; FAGG)

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1

Geltungsbereich

1) Dieses Gesetz gilt für Fernabsatz- und ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Fern- und Auswärtsgeschäfte) zwischen Unternehmern und Konsumenten (Art. 1 KSchG).

2) Dieses Gesetz gilt nicht für Verträge:

- a) die ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden (Art. 3 Bst. a) und bei denen das vom Konsumenten zu zahlende Entgelt den Betrag von 60 Franken nicht überschreitet;
- b) 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;

- c) über Gesundheitsdienstleistungen nach Artikel 3 Buchstabe a der Richtlinie 2011/24/EU über die Ausübung der Patientenrechte in der grenzüberschreitenden Gesundheitsversorgung, ABl. Nr. L 88 vom 4.4.2011 S. 45, unabhängig davon, ob sie von einer Einrichtung des Gesundheitswesens erbracht werden, dies mit Ausnahme des Vertriebs von Arzneimitteln und Medizinprodukten im Fernabsatz;
- d) über Glücksspiele, die einen geldwerten Einsatz verlangen, einschliesslich Lotterien, Glücksspiele in Spielkasinos und Wetten;
- e) über Finanzdienstleistungen;
- f) über die Begründung, den Erwerb oder die Übertragung von Eigentum oder anderen Rechten an unbeweglichen Sachen;
- g) über den Bau von neuen Gebäuden, erhebliche Umbaumassnahmen an bestehenden Gebäuden oder die Vermietung von Wohnraum;
- h) die in den Geltungsbereich der Richtlinie 90/314/EWG über Pauschalreisen, ABl. Nr. L 158 vom 23.6.1990 S. 59, fallen;
- i) die in den Geltungsbereich der Richtlinie 2008/122/EG über den Schutz der Verbraucher im Hinblick auf bestimmte Aspekte von Teilzeitnutzungsverträgen, Verträgen über langfristige Urlaubsprodukte sowie Wiederverkaufs- und Tauschverträge, ABl. Nr. L 33 vom 3.2.2009 S. 10, fallen;
- k) die vor einem öffentlichen Amtsträger geschlossen werden, der gesetzlich zur Unabhängigkeit und Unparteilichkeit verpflichtet ist und durch umfassende rechtliche Aufklärung sicherzustellen hat, dass der Konsument den Vertrag nur aufgrund gründlicher rechtlicher Prüfung und in Kenntnis seiner rechtlichen Tragweite abschliesst;
- l) 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 Konsumenten geliefert werden;

- m) die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden;
- n) die mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln mit Hilfe öffentlicher Fernsprecher zu deren Nutzung geschlossen werden oder die zur Nutzung einer einzelnen von einem Konsumenten hergestellten Telefon-, Internet- oder Faxverbindung geschlossen werden.

3) Für Verträge über die Beförderung von Personen ist nur Art. 8 anzuwenden.

4) Soweit eine Bestimmung dieses Gesetzes zu einer anderen Gesetzesbestimmung, die der Umsetzung einer sektorspezifischen EWR-Rechtsakt dient, oder zu einem innerstaatlich unmittelbar anwendbaren EWR-Rechtsakt in einem unlösbaren inhaltlichen Widerspruch steht, ist sie auf die von der kollidierenden Vorschrift erfassten Verträge nicht anzuwenden.

Art. 2

Zwingendes Recht

Soweit in Vereinbarungen von diesem Gesetz zum Nachteil des Konsumenten abgewichen wird, sind sie unwirksam.

Art. 3

Begriffsbestimmungen und Bezeichnungen

Im Sinne dieses Gesetzes gelten als:

- a) „ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag“: jeder Vertrag zwischen einem Unternehmer und einem Konsumenten,

1. der bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Konsumenten an einem Ort geschlossen wird, der kein Geschäftsraum des Unternehmers ist;
 2. für den der Konsument unter den in Ziff. 1 genannten Umständen ein Angebot gemacht hat;
 3. der in den Geschäftsräumen des Unternehmers oder durch Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, unmittelbar nachdem der Konsument an einem anderen Ort als den Geschäftsräumen des Unternehmers bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers oder dessen Beauftragten und des Konsumenten persönlich und individuell angesprochen wurde; oder
 4. der auf einem Ausflug geschlossen wird, der von einem Unternehmer oder von dessen Beauftragten in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert wurde, dass er für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen beim Konsumenten wirbt und entsprechende Verträge mit dem Konsumenten abschliesst;
- b) „Fernabsatzvertrag“: jeder Vertrag, der zwischen einem Unternehmer und einem Konsumenten ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Konsumenten im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems geschlossen wird, wobei bis einschliesslich des Zustandekommens des Vertrages ausschliesslich Fernkommunikationsmittel verwendet werden;
- c) „Geschäftsräume“: unbewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit dauerhaft ausübt, oder bewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit für gewöhnlich ausübt;
- d) „öffentliche Versteigerung“: eine Verkaufsmethode, bei der der Unternehmer Konsumenten, die bei der Versteigerung persönlich anwesend sind oder denen diese Möglichkeit gewährt wird, Waren oder Dienstleistungen anbie-

tet, 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;

- e) „dauerhafter Datenträger“: jedes Medium, das es dem Konsumenten 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;
- f) „digitale Inhalte“: Daten, die in digitaler Form hergestellt oder bereitgestellt werden;
- g) „akzessorischer Vertrag“: Vertrag, mit dem der Konsument 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.

II. Informationspflichten

Art. 4

Inhalt der Informationspflicht; Rechtsfolgen

1) Bevor der Konsument durch einen Vertrag oder seine Vertragserklärung gebunden ist, muss ihn der Unternehmer in klarer und verständlicher Weise über Folgendes informieren:

- a) die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung in dem für das Kommunikationsmittel und die Ware oder Dienstleistung angemessenen Umfang;

- b) den Namen oder die Firma des Unternehmers sowie die Anschrift seiner Niederlassung;
- c) gegebenenfalls
 1. die Telefonnummer, die Faxnummer und die E-Mail-Adresse, unter denen der Konsument den Unternehmer schnell erreichen und ohne besonderen Aufwand mit ihm in Verbindung treten kann;
 2. die von der Niederlassung des Unternehmers abweichende Geschäftsanschrift, an die sich der Konsument mit jeder Beschwerde wenden kann; und
 3. 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 Konsument mit jeder Beschwerde wenden kann;
- d) den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung 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-, Versand- oder sonstigen Kosten oder, wenn diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, das allfällige Anfallen solcher zusätzlichen Kosten;
- e) 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;
- f) die Kosten für den Einsatz der für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationsmittel, sofern diese nicht nach dem Grundtarif berechnet werden;

- g) die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem nach der Zusage des Unternehmers die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird, sowie ein allenfalls vorgesehenes Verfahren beim Umgang des Unternehmers mit Beschwerden;
- h) bei Bestehen eines Rücktrittsrechts die Bedingungen, die Fristen und die Vorgangsweise für die Ausübung dieses Rechts, dies unter Zurverfügungstellung des Muster-Rücktrittsformulars gemäss Anhang (Teil B);
- i) gegebenenfalls die den Konsumenten im Fall seines Rücktritts vom Vertrag nach Art. 15 treffende Pflicht zur Tragung der Kosten für die Rücksendung der Ware sowie bei Fernabsatzverträgen über Waren, die wegen ihrer Beschaffenheit üblicherweise nicht auf dem Postweg versendet werden, die Höhe der Rücksendungskosten;
- k) gegebenenfalls die den Konsumenten im Fall seines Rücktritts vom Vertrag nach Art. 16 treffende Pflicht zur Zahlung eines anteiligen Betrags für die bereits erbrachten Leistungen;
- l) gegebenenfalls über das Nichtbestehen eines Rücktrittsrechts nach Art. 18 oder über die Umstände, unter denen der Konsument sein Rücktrittsrecht verliert;
- m) zusätzlich zu dem Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Ware gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen und von gewerblichen Garantien;
- n) gegebenenfalls bestehende einschlägige Verhaltenskodizes nach Art. 1a Abs. 1 Bst. i UWG und darüber, wie der Konsument eine Ausfertigung davon erhalten kann;
- o) gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrages oder die Bedingungen für die Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge;

- p) gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Konsument mit dem Vertrag eingeht;
- q) gegebenenfalls das Recht des Unternehmers, vom Konsumenten die Stellung einer Kautions- oder anderer finanzieller Sicherheiten zu verlangen, sowie deren Bedingungen;
- r) gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte einschliesslich anwendbarer technischer Schutzmassnahmen für solche Inhalte;
- s) gegebenenfalls — soweit wesentlich — die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein muss; und
- t) 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 Bst. b und c genannten Informationen die entsprechenden Angaben des Versteigerers übermittelt werden.

3) Die Informationen nach Abs. 1 Bst. h, i und k können mittels der Muster-Rücktrittsbelehrung gemäss Anhang (Teil A) erteilt werden. Mit dieser formularmässigen Informationserteilung gelten die genannten Informationspflichten des Unternehmers als erfüllt, sofern der Unternehmer dem Konsumenten das Formular zutreffend ausgefüllt übermittelt hat.

4) Die dem Konsumenten nach Abs. 1 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 Abs. 1 Bst. d oder über die Kosten für die Rücksendung der

Ware nach Abs. 1 Bst. i nicht erfüllt, so hat der Konsument die zusätzlichen und sonstigen Kosten nicht zu tragen.

6) Die Informationspflichten nach Abs. 1 gelten unbeschadet anderer Informationspflichten nach gesetzlichen Vorschriften, die auf der Richtlinie 2006/123/EG über Dienstleistungen im Binnenmarkt, ABl. Nr. L 376 vom 27.12.2006 S. 36, oder auf der Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt, ABl. Nr. L 178 vom 17.7.2000 S. 1, beruhen.

Art. 5

Informationserteilung bei ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen

1) Bei ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen sind die in Art. 4 Abs. 1 genannten Informationen dem Konsumenten auf Papier oder, sofern der Konsument dem zustimmt, auf einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen. Die Informationen müssen lesbar, klar und verständlich sein.

2) Der Unternehmer hat dem Konsumenten eine Ausfertigung des unterzeichneten Vertragsdokuments oder die Bestätigung des geschlossenen Vertrags auf Papier oder, sofern der Konsument dem zustimmt, auf einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen. Gegebenenfalls muss die Ausfertigung oder Bestätigung des Vertrages auch eine Bestätigung der Zustimmung und Kenntnisnahme des Konsumenten nach Art. 18 Abs. 1 Bst. I enthalten.

Art. 6

Vereinfachte Informationserteilung bei Handwerkerverträgen

1) Bei ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen über Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten, bei denen der Konsument die Dienste des Unternehmers zur Ausführung dieser Arbeiten ausdrücklich angefordert hat, das vom Konsument zu zahlende Entgelt den Betrag von 250 Franken nicht übersteigt und beide Vertragsteile ihre vertraglichen Verpflichtungen sofort erfüllen, gelten für die Informationserteilung abweichend von Art. 5 Abs. 1 die Bestimmungen des nachfolgenden Absatzes.

2) Der Unternehmer hat dem Konsumenten die in Art. 4 Abs. 1 Bst. a und b Ziff. 1 und 3 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 Konsument dem zustimmt, einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen. Überdies hat der Unternehmer dem Konsumenten die in Art. 4 Abs. 1 Bst. a, h und l genannten Informationen zu erteilen, kann jedoch davon absehen, diese auf Papier oder einem anderen dauerhaften Datenträger bereitzustellen, wenn sich der Konsument damit ausdrücklich einverstanden erklärt. Die nach Art. 5 Abs. 2 zur Verfügung zu stellende Ausfertigung oder Bestätigung muss auch die in Art 4 Abs. 1 genannten Informationen enthalten.

Art. 7

Informationserteilung bei Fernabsatzverträgen

1) Bei Fernabsatzverträgen sind die in Art. 4 Abs. 1 genannten Informationen dem Konsumenten klar und verständlich in einer dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepassten Weise bereitzustellen. Werden diese Informationen auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt, 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 Konsumenten vor dem Vertragsabschluss über dieses Fernkommunikationsmittel zumindest die in Art. 4 Abs. 1 Bst. a, b, d, e, h und o 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 Art. 4 Abs. 1 genannten Informationen sind dem Konsumenten auf geeignete Weise unter Beachtung von Abs. 1 zu erteilen.

3) Der Unternehmer hat dem Konsumenten innerhalb einer angemessenen Frist nach dem Vertragsabschluss, spätestens jedoch mit der Lieferung der Waren oder vor dem Beginn der Dienstleistungserbringung, eine Bestätigung des geschlossenen Vertrages auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen, die die in Art. 4 Abs. 1 genannten Informationen enthält, sofern er diese Informationen dem Konsumenten nicht schon vor Vertragsabschluss auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt hat. Gegebenenfalls muss die Vertragsbestätigung auch eine Bestätigung der Zustimmung und Kenntnisnahme des Konsumenten nach Art. 18 Abs. 1 Bst. I enthalten.

Art. 8

Besondere Erfordernisse bei elektronisch geschlossenen Verträgen

1) Wenn ein elektronisch, jedoch nicht ausschliesslich im Weg der elektronischen Post oder eines damit vergleichbaren individuellen elektronischen Kommunikationsmittels, geschlossener Fernabsatzvertrag den Konsumenten zu einer Zahlung verpflichtet, hat der Unternehmer den Konsumenten, unmittelbar bevor dieser seine Vertragserklärung abgibt, klar und in hervorgehobener Weise auf die in Art. 4 Abs. 1 Bst. a, d, e, o und p genannten Informationen hinzuweisen.

2) Der Unternehmer hat dafür zu sorgen, dass der Konsument bei der Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung 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 Konsumenten darauf hinweist, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung gegenüber dem Unternehmer verbunden ist. Kommt der Unternehmer den Pflichten nach diesem Absatz nicht nach, so ist der Konsument an den Vertrag oder seine Vertragserklärung nicht gebunden.

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

4) Die Abs. 1 bis 3 gelten auch für die in Art. 1 Abs. 2 Bst. h genannten Verträge. Die Regelungen in Abs. 2 zweiter und dritter Satz gelten auch für die in Art. 1 Abs. 2 Bst. b und c genannten Verträge, sofern diese auf die in Abs. 1 angeführte Weise geschlossen werden.

Art. 9

Besondere Erfordernisse bei telefonisch geschlossenen Verträgen

1) Bei Ferngesprächen mit Konsumenten, die auf den Abschluss eines Fernabsatzvertrages abzielen, hat der Unternehmer dem Konsumenten 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 Fernabsatzvertrag über eine Dienstleistung, der während eines vom Unternehmer eingeleiteten Anrufs ausgehandelt wurde, ist der Konsument

erst gebunden, wenn der Unternehmer dem Konsumenten eine Bestätigung seines Vertragserklärung auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung stellt und der Konsument dem Unternehmer hierauf eine schriftliche Erklärung über die Annahme dieser Vertragserklärung auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt.

Art. 10

Beginn der Vertragserfüllung vor Ablauf der Rücktrittsfrist

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 Konsument, dass der Unternehmer noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach Art. 11 mit der Vertragserfüllung beginnt, so muss der Unternehmer den Konsumenten dazu auffordern, ihm ein ausdrücklich auf diese vorzeitige Vertragserfüllung gerichtetes Verlangen – im Fall eines ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrages auf einem dauerhaften Datenträger – zu erklären.

III. Rücktritt vom Vertrag

Art. 11

Rücktrittsrecht; Rücktrittsfrist

1) Der Konsument 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:

a) bei Dienstleistungsverträgen mit dem Tag des Vertragsabschlusses;

- b) bei Kaufverträgen und sonstigen auf den entgeltlichen Erwerb einer Ware gerichteten Verträgen
1. mit dem Tag, an dem der Konsument oder ein vom Konsumenten benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der Ware erlangt;
 2. wenn der Konsument mehrere Waren im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat, die getrennt geliefert werden, mit dem Tag, an dem der Konsument oder ein vom Konsumenten benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der zuletzt gelieferten Ware erlangt;
 3. bei Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken mit dem Tag, an dem der Konsument oder ein vom Konsumenten benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der letzten Teilsendung oder dem letzten Stück erlangt;
 4. bei Verträgen über die regelmässige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg mit dem Tag, an dem der Konsument oder ein vom Konsumenten benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der zuerst gelieferten Ware erlangt.
- c) 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.

Art. 12

Unterbliebene Aufklärung über das Rücktrittsrecht

- 1) Ist der Unternehmer seiner Informationspflicht nach Art. 4 Abs. 1 Bst. h nicht nachgekommen, so verlängert sich die in Art. 11 vorgesehene Rücktrittsfrist um zwölf Monate.

2) Holt der Unternehmer die Informationserteilung innerhalb von zwölf Monaten ab dem nach Art. 11 Abs. 2 für den Fristbeginn massgeblichen Tag nach, so endet die Rücktrittsfrist 14 Tage nach dem Zeitpunkt, zu dem der Konsument diese Information erhält.

Art. 13

Ausübung des Rücktrittsrechts

1) Die Erklärung des Rücktritts ist an keine bestimmte Form gebunden. Der Konsument kann dafür das Muster-Rücktrittsformular gemäss Anhang (Teil B) verwenden. Die Rücktrittsfrist ist gewahrt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist abgesendet wird.

2) Der Unternehmer kann dem Konsumenten auch die Möglichkeit einräumen, das Muster-Rücktrittsformular gemäss Anhang (Teil B) oder eine anders formulierte Rücktrittserklärung auf der Webseite des Unternehmers elektronisch auszufüllen und abzuschicken. Gibt der Konsument 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.

Art. 14

Pflichten des Unternehmers bei Rücktritt des Konsumenten vom Vertrag

1) Tritt der Konsument nach Art. 11 Abs. 1 vom Vertrag zurück, so hat der Unternehmer alle vom Konsumenten 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 Konsument für die Abwicklung seiner Zahlung bedient hat; die Verwendung eines anderen Zahlungsmittels ist aber

dann zulässig, wenn dies mit dem Konsumenten ausdrücklich vereinbart wurde und dem Konsument dadurch keine Kosten anfallen.

2) Hat sich der Konsument 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 Konsument einen Nachweis über die Rücksendung der Ware erbracht hat; dies gilt nicht, wenn der Unternehmer angeboten hat, die Ware selbst abzuholen.

Art. 15

Pflichten des Konsumenten bei Rücktritt vom Vertrag

1) Tritt der Konsument nach Art. 11 Abs. 1 von einem Vertrag 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 unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Ware sind vom Konsumenten zu tragen; dies gilt nicht, wenn der Unternehmer sich bereit erklärt hat, diese Kosten zu tragen, oder wenn er es unterlassen hat, den Konsumenten über dessen Kostentragungspflicht zu unterrichten.

3) Bei ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, bei denen die Ware zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zur Wohnung des Konsumenten

geliefert wurde, hat der Unternehmer die Ware auf eigene Kosten abzuholen, wenn solche Waren wegen ihrer Beschaffenheit üblicherweise nicht auf dem Postweg versendet werden.

4) Der Konsument 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 Konsument haftet in keinem Fall für einen Wertverlust der Ware, wenn er vom Unternehmer nicht nach Art. 4 Abs. 1 Bst. h über sein Rücktrittsrecht belehrt wurde.

5) Ausser den in dieser Bestimmung angeführten Zahlungen und allfälligen Mehrkosten nach Art. 14 Abs. 2 dürfen dem Konsumenten wegen seines Rücktritts keine sonstigen Lasten auferlegt werden.

Art. 16

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

1) Tritt der Konsument nach Art. 11 Abs. 1 von einem Vertrag über Dienstleistungen oder über die in Art. 10 Abs. 1 genannten Energie- und Wasserlieferungen zurück, nachdem er ein Verlangen nach Art. 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 Art 4 Abs. 1 Bst. h und k nicht nachgekommen ist.

3) Tritt der Konsument nach Art. 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.

4) Ausser der in Abs. 1 angeführten Zahlung dürfen dem Konsumenten wegen seines Rücktritts keine sonstigen Lasten auferlegt werden.

Art. 17

Auswirkungen des Rücktritts auf akzessorische Verträge

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

Art. 18

Ausnahmen vom Rücktrittsrecht

1) Der Konsument hat kein Rücktrittsrecht bei Fernabsatz- oder ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen über:

- a) Dienstleistungen, wenn der Unternehmer – auf Grundlage eines ausdrücklichen Verlangens des Konsumenten nach Art. 10 sowie einer Bestätigung des Konsumenten über dessen Kenntnis vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vollständiger Vertragserfüllung – noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach Art. 11 mit der Ausführung der Dienstleistung begonnen hatte und die Dienstleistung sodann vollständig erbracht wurde;

- b) 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;
- c) Waren, die nach Kundenspezifikationen angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind;
- d) Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde;
- e) 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;
- f) Waren, die nach ihrer Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden;
- g) 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;
- h) Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware, die in einer versiegelten Packung geliefert werden, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde;
- i) Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen über die Lieferung solcher Publikationen;
- k) 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;

- l) die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten, wenn der Unternehmer – mit ausdrücklicher Zustimmung des Konsumenten nach Art. 10 verbunden mit dessen Kenntnissnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vorzeitigem Beginn mit der Vertragserfüllung, und nach Zurverfügungstellung einer Ausfertigung oder Bestätigung nach Art. 5 Abs. 2 oder Art. 7 Abs. 3 – noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach Art. 11 mit der Lieferung begonnen hat.

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

3) Dem Konsumenten steht schliesslich kein Rücktrittsrecht bei Verträgen zu, die auf einer öffentlichen Versteigerung geschlossen werden.

IV. Strafbestimmungen

Art. 19

Strafbestimmungen

Vom Amt für Volkswirtschaft wird, sofern die Tat nicht den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist, wegen Übertretung mit Busse bis 5 000 Franken, im Wiederholungsfalle bis 20 000 Franken, bestraft, wer:

- a) in die nach Art. 4 Abs. 1 gebotenen vorvertraglichen Informationen falsche Angaben aufnimmt oder die Informationspflichten nach Art. 4 Abs. 1 nicht oder nicht vollständig erfüllt,
- b) gegen eine der in Art. 5 Abs. 1, Art. 6 Abs. 2 und Art. 7 Abs. 1 und 2 getroffenen Anordnungen über die Art der Informationsverteilung verstösst,
- c) dem Konsumenten entgegen Art. 5 Abs. 2 oder Art. 7 Abs. 3 keine Vertragsausfertigung oder -bestätigung zur Verfügung stellt;
- d) seine besonderen vorvertraglichen Informationspflichten bei elektronisch geschlossenen Verträgen nach Art. 8 Abs. 1 und 3 nicht oder nicht vollständig erfüllt;
- e) 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 nach Art. 9 Abs. 1 offenzulegen;
- f) es unterlässt, dem Konsumenten nach Art. 13 Abs. 2 eine Bestätigung über den Eingang der Rücktrittserklärung auf einem dauerhaften Datenträger zu übermitteln;
- g) gegen seine Erstattungspflicht nach Art. 14 Abs. 1 verstösst.

V. Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften

Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Änderung der Richtlinie 93/13EWG 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 über die Schutzdauer des Urheberrechts und bestimmter verwandter Schutzrechte (EWR-Rechtssammlung: Anh. XIX – 7i.01).

VI. Schlussbestimmungen

Aufhebung bisherigen Rechts

Es werden aufgehoben:

- a) Gesetz vom 18. April 2002 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (Fernabsatzgesetz; FAG);
- b) Gesetz vom 23. Oktober 2002 über die Abänderung des Fernabsatzgesetzes, LGBI. 2002 Nr. 167;
- c) Gesetz vom 14. April 2004 betreffend die Abänderung des Gesetzes über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (Fernabsatzgesetz; FAG), LGBI. 2004 Nr. 128;
- d) Gesetz vom 15. Dezember 2004 über die Abänderung des Fernabsatzgesetzes, LGBI. 2005 Nr. 37;
- e) Gesetz vom 30. Juni 2010 über die Abänderung des Fernabsatzgesetzes, LGBI. 2010 Nr. 237.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt unter Vorbehalt des ungenutzten Ablaufs der Referendumsfrist am ... (1./Monat/Jahr) in Kraft, andernfalls am Tag nach der Kundmachung.

Anhang**Informationen zur Ausübung des Rücktrittsrechts**

Teil A:

Muster-Rücktrittsbelehrung

Rücktrittsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen von diesem Vertrag zurückzutreten.

Die Rücktrittsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag (1).

Um Ihr Rücktrittsrecht auszuüben, müssen Sie uns (2) mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, von diesem Vertrag zurück zu treten, informieren. Sie können dafür das beigelegte Muster-Rücktrittsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. (3)

Zur Wahrung der Rücktrittsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Rücktrittsrechts vor Ablauf der Rücktrittsfrist absenden.

Folgen des Rücktritts

Wenn Sie von diesem Vertrag zurücktreten, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschliesslich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Rücktritt dieses Vertrags bei uns eingegangen

ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. (4)

(5)

(6)

Gestaltungshinweise:

(1.) Fügen Sie einen der folgenden in Anführungszeichen gesetzten Textbausteine ein:

- a) im Falle eines Dienstleistungsvertrags oder eines Vertrags über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, von Fernwärme oder von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden: „des Vertragsabschlusses.“;
- b) im Falle eines Kaufvertrags: „an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat.“;
- c) im Falle eines Vertrags über mehrere Waren, die der Konsument im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat und die getrennt geliefert werden: „an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.“;
- d) im Falle eines Vertrags über die Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken: „an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück in Besitz genommen haben bzw. hat.“;

- e) im Falle eines Vertrags zur regelmässigen Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg: „an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die erste Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.“
- (2.) Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse ein.
- (3.) Wenn Sie dem Konsumenten die Wahl einräumen, die Information über seinen Rücktritt vom Vertrag auf Ihrer Webseite elektronisch auszufüllen und zu übermitteln, fügen Sie Folgendes ein: „Sie können das Muster-Rücktrittsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Rücktritts übermitteln.“
- (4.) Im Falle von Kaufverträgen, in denen Sie nicht angeboten haben, im Fall des Rücktritts die Waren selbst abzuholen, fügen Sie Folgendes ein: „Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.“
- (5.) Wenn der Konsument Waren im Zusammenhang mit dem Vertrag erhalten hat:
 - a) Fügen Sie ein:
 - „Wir holen die Waren ab.“ oder
 - „Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Rücktritt dieses Vertrags unterrichten, an ... uns oder an [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person

einzufragen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden.“

b) Fügen Sie ein:

- „Wir tragen die Kosten der Rücksendung der Waren.“;
 - „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.“;
 - Wenn Sie bei einem Fernabsatzvertrag nicht anbieten, die Kosten der Rücksendung der Waren zu tragen, und die Waren aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können: „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren in Höhe von ... Franken [Betrag einfügen].“, oder wenn die Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können: „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Die Kosten werden auf höchstens etwa ... Franken [Betrag einfügen] geschätzt.“ oder
 - wenn die Waren bei einem ausserhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können und zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses zur Wohnung des Konsumenten geliefert worden sind: „Wir holen die Waren auf unsere Kosten ab.“ und
- c) Fügen Sie ein: „Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.“
- (6.) Im Falle eines Vertrags zur Erbringung von Dienstleistungen oder der Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden,

oder von Fernwärme fügen Sie Folgendes ein: „Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen oder Lieferung von Wasser/Gas/Strom/Fernwärme [Unzutreffendes streichen] während der Rücktrittsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Rücktrittsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.“