

1. Bundesministerium für Justiz  
Museumstraße 7  
1070 Wien
2. Bundesministerium für Digitalisierung  
und Wirtschaftsstandort  
Stubenring 1  
1010 Wien

Abteilung für Rechtspolitik  
Wiedner Hauptstraße 63 | 1045 Wien  
T 05 90 9004294 | F 05 90 900114294  
E [rp@wko.at](mailto:rp@wko.at)  
W [wko.at/rp](http://wko.at/rp)

per E-Mail:

[johannes.stabentheiner@bmj.gv.at](mailto:johannes.stabentheiner@bmj.gv.at)  
[erika.ummenberger-zierler@bmdw.gv.at](mailto:erika.ummenberger-zierler@bmdw.gv.at)

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom	Unser Zeichen, Sachbearbeiter	Durchwahl	Datum
	Rp 119/561/22/ MSt/CH/ZI/CG Mag. Huberta Maitz-Straßnig Dr. Christian Handig	3275	23.5.2022

**Vorschlag für eine Richtlinie zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen, Com(2022)143 final; Stellungnahme**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Wirtschaftskammer Österreich dankt für die Übermittlung des gegenständlichen Vorschlags und nimmt dazu wie folgt Stellung:

**I. Allgemeines**

Zeitpunkt:

Die Wirtschaftskammer Österreich kritisiert vor allem das Timing dieses Vorschlags. Dies betrifft zu einem den Umstand, dass die Fristen des In-Kraft-Tretens in den Mitgliedstaaten der „Richtlinie (EU) 2019/2161 zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union“ noch nicht einmal abgelaufen sind. Dennoch sollen zwei dieser Richtlinien durch den neuen Vorschlag erneut abgeändert werden.

Deutlich schwerwiegender ist aber der Umstand, dass durch diesen Vorschlag Informationspflichten und Sanktionen geschaffen werden sollen, aufgrund von rechtlichen Vorgaben in anderen Materien (zB die Reform der ÖkodesignRL 2009/125/EG und die Reparaturkennzahl). Als Folge dieses frühen Stadiums ist in vielen Fällen nicht klar, wie neue Begriffe zu verstehen sind, da deren Kontext fehlt. Dieser verfrühte Rechtsakt würde ein Maß an Rechtsunsicherheit erzeugen, welches das gewöhnliche Maß an Rechtsunsicherheit, das mit jeder

neuen Regelung verbunden ist, deutlich übersteigt. Dies wäre für alle betroffenen Marktteilnehmer negativ. Für die unterworfenen Unternehmen wäre dies auch noch zusätzlich mit - für sie - nicht vorhersehbaren Sanktionen verbunden.

Sinnvoll wäre es daher zuerst den einschlägigen Rechtsakt und dann erst die darauf aufbauenden Informationspflichten zu erlassen. Als absolutes Mindestmaß wird jedoch gefordert, dass die Kommission alle damit in Zusammenhang stehenden Rechtsakte veröffentlicht und zumindest zugleich verhandelt.

One in, one out-Prinzip:

Im Zug der „Bessere Rechtsetzung - warum und wie?“ hat die Kommission immer wieder unter anderem das sog „One in, one out“-Prinzip. Die Wirtschaftskammer Österreich fordert daher offenzulegen, welche Verbraucherschutzrechtlichen Vorschriften im Gegenzug gestrichen werden sollen, falls der gegenständliche Vorschlag in Kraft treten sollte.

## **II. Im Detail**

### **RL 2005/29/EG**

Sehr viele Unternehmer führen Kleinst- und Kleinunternehmen. So sind zB fast 60 % der Mitglieder der Wirtschaftskammer Ein-Personen-Unternehmer. Deren Möglichkeiten, sich mit ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer Tätigkeiten zu befassen, sind minimal. Zertifizierungs- und Überwachungssysteme sind kostenintensiv und für viele Kleinst- und Kleinunternehmen nicht leistbar. Die Anforderungen dieser Richtlinie müssen daher so gestaltet werden, dass die Tätigkeit von Kleinst- und Kleinunternehmen nicht ständig davon bedroht wird, eine unlautere Geschäftspraktik darzustellen.

### **Zu Art 2 lit o („Umweltaussage“)**

Ein Teil der Definition gleicht jener der „Angabe“ iSv Art 2 Abs 2 Z 1 Verordnung (EG) 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel. Kritisch ist die Anwendung der Methode des Umweltfußabdrucks zur Bestimmung der Zulässigkeit einer Umweltaussage, ist diese doch mit hohem finanziellem und zeitlichem Aufwand verbunden. Damit würde es für klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) weitgehend unmöglich, freiwillige Umweltaussagen zu machen.

Um diese Auswirkungen zumindest abzufedern, wäre es daher notwendig, KMU bei der Anwendung der Methode des Umweltfußabdrucks zu unterstützen, insbesondere

- zur Vermeidung unüberwindbarer Hürden bzw eines nicht verhältnismäßigen Aufwands für Unternehmen, die Kosteneffektivität und Auswirkungen für KMU umfassend zu prüfen,
- die Berechnungsmethoden insgesamt sowie die Elemente zur Berechnung des Umweltfußabdrucks für Unternehmen zu vereinfachen und Leitlinien für die Aufbereitung der Ergebnisse als Verbraucherinformation bereit zu stellen,
- in Zusammenarbeit mit den einschlägigen Unternehmen praktikable Lösungen für die Angabe fundierter Umweltangaben zu entwickeln,
- zB im Lebensmittel- und Futtermittel die „Product Environmental Footprint Category rules“ für bislang unregelte Produkte zu entwickeln und bis dahin die betroffenen Unternehmer bei deren Anwendung zu unterstützen.

### **Zu Art 2 lit p und q („ausdrückliche“ und „allgemeine Umweltaussage“)**

Hinsichtlich des Erfordernisses der „Spezifizierung der Aussage [...] auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angeben“ weisen wir darauf hin, dass - zB bei Lebensmittel - Angaben durch die Vielzahl an bei etlichen Produkten (zB Kleinstpackungen von Lebensmitteln) diese sehr limitiert sind.

In den beiden Richtlinien, deren Änderung vorgeschlagen wird, wird schon jetzt auf solche technischen Beschränkungen Rücksicht genommen: Art 7 Abs 1 RL 2005/29/EG nimmt auf die „Beschränkungen des Kommunikationsmediums“ Rücksicht und Art 8 Abs 4 RL 2011/83/EU räumt dies bei Fernkommunikationsmittel ein.

Es wäre notwendig, auch bei den Produkten diese Möglichkeit einzuräumen oder andere Informationspflichten zu streichen. Alternative könnten zB größere Verpackungen erzeugt werden, um noch mehr Informationspflichten aufnehmen zu können - dies wäre aber aufgrund ihres größeren Fußabdrucks nicht sinnvoll. Die andere Alternative wäre eine kleinere Schrift; aber auch dies ist im Hinblick auf den Informationszweck nicht sinnvoll.

### **Zu Art 2 lit s („Zertifizierungssystem“)**

Im vorliegenden Vorschlag wird zwischen „Zertifizierungssystem“ (Art 2 lit s RL 2005/29/EG und Anhang Abs 1 lit 2a) und „Überwachungssystem“ (Art 6 RL 2005/29/EG in Bezug auf „künftige Umweltleistung“) unterschieden. Der Unterschied sollte klargestellt werden und es sollten jeweils die wesentlichen Kriterien angegeben werden, welches diese zu erfüllen haben.

### **Zu Art 2 lit r („Nachhaltigkeitssiegel“)**

Es sollte nicht nur das Verhältnis zwischen den verschiedenen Begriffen der Umweltaussagen geklärt werden, sondern auch deren Verhältnis zum Nachhaltigkeitssiegel. Insbesondere ist hier die Abgrenzung zwischen einer „allgemeine Umweltaussage“ und einem Nachhaltigkeitssiegel in der Form eines „freiwilligen privaten Vertrauenssiegels“ wesentlich. Wenn zB mit der Aufschrift „Aus der Region X“ geworben wird, worunter fällt dies? Kommt es auf eine besondere Form der grafischen Gestaltung an?

### **Zu Art 2 lit u („anerkannte hervorragende Umweltleistung“)**

Der Begriff „hervorragende Umweltleistung“ wird im Vorschlag nicht definiert. Der Erwägungsgrund 10 verweist auf die Verordnung (EG) Nr 66/2010, über welches das EU-Umweltzeichen, amtlich anerkannter Systeme für Umweltkennzeichnung in den Mitgliedstaaten oder die Einhaltung von Umwelthöchstleistungen für einen bestimmten Umweltaspekt nach anderem gültigen Unionsrecht nachgewiesen werden können. Die Verordnung (EG) Nr 66/2010 erfasst aber etliche Produkte nicht (zB Lebensmittel- und Futtermittelerzeugnisse). Darüber hinaus bestehen auch (noch) keine sonstigen unionsrechtlichen Bestimmungen über die Umwelthöchstleistung von Lebens- und Futtermitteln.

Ebenso wenig besteht in Österreich ein nationales System - und ist vor dem Hintergrund der weitgehenden Harmonisierung im Lebensmittel- und Futtermittelrecht auch nicht erstrebenswert. Insgesamt bestünde nach dem vorliegenden Verordnungsentwurf und der aktuellen Rechtslage für Lebens- und Futtermittel daher keine Möglichkeit, eine nach dem Lauterkeitsrecht zulässige allgemeine Umweltaussage zu treffen.

Die Kommission hat in der „Farm to Fork“-Strategie angekündigt, eine spezifische Nachhaltigkeitskennzeichnung für das Lebensmittelsystem zu etablieren. Eine Lösung eines umfassenden Rechtsrahmens für ein nachhaltiges Lebensmittelsystem ist erst für 2023 von der Kommission geplant. Daraus ergibt sich, dass bis dahin auch in diesem Bereich weitgehend unklar ist, was unter „allgemeine Umweltaussagen“ zu verstehen ist. Dies untermauert den eingangs erwähnten Aspekt, dass der gegenständliche Richtlinienvorschlag zu früh vorgelegt wird.

Der Richtlinienvorschlag berücksichtigt auch nicht die unterschiedliche Regelungsdichte in verschiedenen Bereichen. ZB im Bereich der Lebensmittel ist die Regelungsdichte bereits sehr hoch und die Branche wird durch die Umsetzung der „Farm to Fork“-Strategie in den kommenden Jahren durch zahlreiche Änderungen im Bereich der Lebensmittelkennzeichnung zusätzlich belastet (zB Überarbeitung der Datumsangaben, verpflichtende Herkunftskennzeichnung und verpflichtende Nährwertkennzeichnung auf der Packungsvorderseite).

Daher fordern wir hinsichtlich der geplanten lauterkeitsrechtlichen Beschränkungen Ausnahmeregelungen für solche Bereiche.

#### **Zu Art 6 Abs 1 lit b („soziale Auswirkungen“)**

Die Begriffe „ökologische und soziale Auswirkungen“ werden im Vorschlag nicht definiert. Die Beispiele in Erwägungsgrund 3 „Arbeitsbedingungen, Wohltätigkeitsbeiträge oder Tierschutz“ bieten dafür keinen Ersatz.

Mangels einer näheren Konkretisierung der von diesem Tatbestand umfassten „Auswirkungen“ wird es für Unternehmen nahezu unmöglich, vorab einzuschätzen, ob zutreffende Aussagen den Anforderungen der Bestimmung gerecht werden. Dieser Umstand wird auch durch Erwägungsgrund 3 deutlich, der ausführt, dass die Praktiken des Gewerbetreibenden - in Bezug auf unter anderem die „ökologischen und sozialen Auswirkungen (...) auf Grundlage einer Einzelfallprüfung als irreführend angesehen werden können“ - ohne klarzustellen, anhand welcher Kriterien diese Prüfung erfolgen soll. Daher ist auch in diesem Punkt eine Konkretisierung notwendig.

Dafür sei ein Beispiel angeführt: Ein Unternehmer wirbt mit dem Hinweis „Made in Austria“, wobei bei einem solchen Erzeugnis keineswegs sämtliche Produktionsschritte in Österreich erfolgen müssen. Deutet die Aufschrift darauf hin, dass - weil wesentliche Teile der Produktion in Österreich stattgefunden haben - damit auch positive ökologische und soziale Auswirkungen verbunden sind? Dies könnte bezüglich eines in Südostasien hergestellten Teilprodukts aber nicht zutreffen. Wird dieser Teil der Produktion aber nicht offengelegt, wäre dies bereits ein Verstoß gegen diese Bestimmung. In diesem Fall wäre es kaum mehr möglich, Werbeaussagen zu treffen, die nicht rechtlich bedenklich wären.

An dieser Stelle sei auch nochmals auf Kleinst- und Kleinunternehmen hingewiesen, welche nicht über die notwendigen finanziellen Ressourcen verfügen, solche Umstände auch nur zu recherchieren.

#### **Zu Art 6 Abs 2 lit d („über die künftige Umweltleistung“)**

Es ist unklar, was „Umweltaussagen über die künftige Umweltleistung“ sein können. Zwar ist es wahrscheinlich, dass damit nur Aussagen über Waren gemeint sind, die eine besondere

Auswirkung auf die Umwelt haben, aber es könnten auch vage Dienstleistungen angesprochen sein.

Der Begriff „Umweltaussage“ dürfte „ausdrückliche Umweltaussagen“ und „allgemeine Umweltaussagen“ zusammenfassen. Von dieser Annahme ausgehend, würde die gegenständliche Bestimmung dazu führen, dass Umweltaussagen nur dann möglich sind, wenn unabhängige Überwachungssysteme eingeführt würden. Da diese in der Regel ausgesprochen kostenintensiv sind, könnten vielen Kleinst- und Kleinunternehmen, welche nicht über die notwendigen finanziellen Ressourcen verfügen, selbst einfachste Umweltaussagen nicht mehr treffen.

Unklar ist auch, was unter einem „unabhängigen Überwachungssystem“ zu verstehen ist. Keinesfalls sollte es erforderlich sein, dafür eine nationale Agentur zu etablieren. Nicht zuletzt, weil sich solche Einrichtungen in der Regel selbst finanzieren müssen, sind deren Überprüfungen ausgesprochen kostenintensiv. Im Übrigen bestehen Bedenken bezüglich des Rechtsschutzes der Unterworfenen, da faktische Überprüfungshandlungen kaum rechtlich überprüft werden können.

#### **Zu Art 6 Abs 2 lit e (Werben mit „gängiger Praxis“)**

Die Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist keineswegs neu und wurde bisher durch die Rechtsprechung gut gelöst. Das vorgeschlagene Verbot ist überschießend. Obwohl etwas am Markt als gängige Praxis gilt, könnte es trotzdem von Vorteil sein, den Verbraucher zu informieren, da nicht jeder Verbraucher die gängige Praxis kennt. Erst deren Kennzeichnung als Alleinstellungsmerkmal ist irreführend. Ein generelles Verbot wäre hier nicht zielführend und wird daher von uns abgelehnt.

#### **Zu Art 7 Abs 7 (Aktualisierung von Nachhaltigkeitsinformationen)**

Die Forderung der Aktualisierung von Nachhaltigkeitsinformationen bei vergleichender Werbung ist unverständlich. Ist doch davon auszugehen, dass solche Informationen stets aktualisiert werden müssen, um nicht irreführend zu sein. Dies gilt nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch gegenüber Mitbewerbern gemäß Art 4 lit a Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung.

Eine solche Bestimmung könnte daher nur einen nachteiligen Effekt haben, nämlich dass dem argumentum e contrario folgend daraus zu schließen ist, dass die Aktualisierung von Informationen bei vergleichender Werbung in anderen Bereichen im Verhältnis zwischen Unternehmern und Verbrauchern nicht erforderlich ist.

#### **Zu lit 2a Anhang I („Nachhaltigkeitssiegel“)**

Das neue System sollte nicht dazu führen, dass bewährte und von Kunden angenommene Marken und nicht registrierte Kennzeichen mit ökologischem oder sozialem Mehrwert vom Markt genommen werden müssen. Insbesondere sollten - aufgrund der kürzeren Lieferwege - umweltfreundlichere regionale Initiativen nicht in ihrer Existenz gefährdet werden. Im Sinn einer regionalen Kreislaufwirtschaft sprechen wir uns gegen dieses strikte per-se Verbot aus.

#### **Zu lit 23d Anhang I (Software-Aktualisierungen)**

Das Tatbestandsmerkmal „negativ“ ist zu weitgehend. Softwareaktualisierungen und Softwareverbesserungen bringen oft einfach ein Mehr an zu verarbeitendem Code mit sich, der von der gleichbleibenden Hardware verarbeitet wird. Insofern kann es vorkommen, dass Verbesserungen (zB durch erweiterte Programmierung) an einer Stelle und deren codemäßige

Verarbeitung im technischen Prozess andere Prozesse negativ beeinflussen. Dies können zB nur minimale zeitliche Verzögerungen im Programmablauf (zB beim Aufruf von Anwendungen) sein. Selbst die nachfolgende Notwendigkeit von Updates anderer Anwendungen könnte als „negative“ Auswirkung gewertet werden.

Deshalb sollte der unbeschränkte Begriff „negativ“ durch zB „in tatsächlich relevantem Umfang negativ“ ersetzt werden.

#### **Zu lit 23e Anhang I (Beschränkung der Haltbarkeit)**

Dieser Tatbestand muss im Einzelfall geprüft werden, wobei rechtliche und technische Fragen zu klären sind. Aufgrund der notwendigen Prüfung im Einzelfall ist er für ein per-se Verbot ungeeignet.

#### **Zu lit 23f Anhang I (Haltbarkeit der Ware)**

Die Angabe einer tatsächlichen Haltbarkeit eines konkreten Produkts wäre eine Vorhersage, die per se unmöglich ist. Abgesehen von Unwägbarkeiten, wie Lagerung, Witterung, Wartungsintensität, Produktpflege und Art der Verwendung, kann sich eine solche Aussage bei einem Produkt, das in Massenproduktion hergestellt wird, nur auf eine durchschnittliche Haltbarkeit beziehen (zB Montagsautos). Dieser Punkt sollte sich daher auf die durchschnittliche Haltbarkeit des Produkts beziehen.

#### **Zu lit 23g Anhang I (Reparierbarkeit von Waren)**

Falls eine Ware als reparierbar präsentiert wird, obwohl dies nicht zutrifft, ist dies eine irreführende Handlung und somit schon jetzt eine unlautere Geschäftspraktik. Da der Tatbestand auf die „Präsentation von Waren“ abstellt, ist eine Prüfung im Einzelfall aber jedenfalls erforderlich. Dabei sind wohl - neben rein technischen - auch wirtschaftliche Aspekte zu prüfen (zB das Verhältnis des Zeitwerts der Ware und die Kosten der möglichen Reparatur).

Im Hinblick darauf verändert der neue Tatbestand die Rechtslage nicht; deshalb ist dieses per-se Verbot entbehrlich.

#### **Zu lit 23h Anhang I („Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen“)**

Auch wenn der Wechsel von Betriebsstoffen aus technischen Gründen nicht unbedingt erforderlich ist, so kann ein früher Wechsel aus anderen Gründen (zB zur Erzielung einer längeren Haltbarkeit des Produkts) sinnvoll sein. Würde aufgrund dieses Tatbestands immer nur zum letztmöglichen Zeitpunkt gewarnt, könnte dies - je nach Art der Ware - durchaus auch negative Auswirkungen für den Verbraucher zur Folge haben, zB wenn die Hinweislampe eines KFZ zum Wechseln des Motoröls erst im letztmöglichen Zeitpunkt aufleuchtet.

Da mehrere Aspekte zu beachten sind, eignet sich dieser Punkt nicht für ein per-se Verbot, sondern sollte einer umfassenden Prüfung durch Gerichte (und Behörden) vorbehalten bleiben.

#### **Zu lit 23i Anhang I (Einschränkung der Funktionalität)**

Das Tatbestandsmerkmal, „dass eine Ware so konzipiert wurde“, kann so ausgelegt werden, dass auf die Absicht des Herstellers abzustellen ist. Das wäre jedoch ein Abstellen auf ein subjektives Tatbestandsmerkmal, welches einem Beweis in der Regel nicht zugänglich ist. Die RL 2005/29/EG stellt deshalb typischerweise nur auf objektive Tatbestandsmerkmale. Davon sollte auch in diesem Punkt nicht abgegangen werden. Daher sollte klargestellt

werden, dass dieses per-se Verbot nur dann erfüllt wird, wenn die Konzeption der Ware ausschließlich den Schluss zulässt, dass diese nur der Beschränkung der Funktionalität im Sinn dieser Bestimmung dient.

#### **RL 2011/83/EU**

##### **Zu Art 5 Abs 1 lit ea, Art 6 Abs 1 lit ma (Information über Haltbarkeitsgarantien)**

Nach dieser Informationspflicht, die - wie auch die meisten sonstigen Änderungen - Verträge im standortgebundenen Handel, Fernabsatzgeschäfte und Außergeschäftsraumverträge betrifft, soll der Verkäufer verpflichtet sein, für alle Waren darüber zu informieren, dass eine gewerbliche Haltbarkeitsgarantie gilt sowie deren Laufzeit in Zeiteinheiten, wenn diese Garantie die gesamte Ware erfasst und eine Laufzeit von mehr als zwei Jahren hat, sofern der Hersteller „diese“ bereitstellt.

Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass die deutsche Fassung dieser Bestimmung im Vergleich zur englischen Fassung wesentlich verwirrender ist und vor allem auch einen anderen Sinngehalt ergibt: Die deutsche Fassung kann so verstanden werden, dass der Verkäufer zu dieser Information verpflichtet wäre, wenn der Hersteller eine „solche Haltbarkeitsgarantie“ bereitstellt.

Aus der englischen als auch der französischen Sprachfassung des Vorschlags ergibt sich dagegen ganz deutlich, dass sich die „Bereitstellung“ durch den Hersteller nicht auf das Anbieten einer Garantie als solcher bezieht, sondern auf den Umstand, ob der Hersteller die diesbezügliche Information zur Verfügung stellt. Dieses Verständnis lässt sich somit auch besser mit den Ausführungen in Erwägungsgrund 33 (in Folge EG 33) in Einklang bringen, wonach der Unternehmer nicht verpflichtet sein soll, aktiv nach diesen Informationen zu suchen. Es ist jedenfalls darauf zu achten, in der deutschen Fassung einen Gleichklang mit den anderen Sprachfassungen herzustellen.

Aber auch wenn die Erwägungsgründe ausführen (EG 33), dass der Unternehmer keine Nachforschungen anstellen muss, lässt sich dies aus dem Wortlaut der Bestimmung ausreichend entnehmen. Vielmehr bleibt unklar, wem gegenüber bzw wo und wie diese Information „bereitgestellt“ werden müsste bzw was als „Bereitstellung“ gelten würde, die die Informationspflicht für den Händler auslösen würde. Wenn man davon ausgeht, dass Garantieunterlagen bzw Garantiebedingungen sich meistens innerhalb der Produktverpackung befinden, dann könnte dies bedeuten, dass diese auch dadurch „bereitgestellt“ sind. Ein Durchsuchen der Packungen wäre aber ebenfalls mit einem Aufwand für Händler verbunden, der jedenfalls unzumutbar wäre.

Unklar ist aber ganz besonders das Verhältnis dieser neuen Informationspflichten zu den bestehenden Informationspflichten des Art 5 Abs 1 lit e und Art 6 Abs 1 lit m Verbraucherrechterichtlinie (VRRL), wonach schon derzeit gegebenenfalls ein Hinweis auf das Bestehen und die Bedingungen ua von gewerblichen Garantien zu geben ist (siehe dazu auch den Erwägungsgrund 28).

Es bestanden seit Erlassung der Verbraucherrechterichtlinie Zweifel und Rechtsunsicherheit, ob diese bestehenden Informationspflichten zu gewerblichen Garantien den Händler auch zur umfassenden Information über Herstellergarantien verpflichtet. Letztlich hat dies auch zu einem Rechtsstreit mit einer entsprechenden Vorlage an den EuGH geführt.

Exkurs:

Erst vor wenigen Tagen hat sich der EuGH nun zur Auslegung des Art 5 Abs 1 lit e, Art 6 Abs 1 lit m geäußert (RS C-179/21), die bei den weiteren Überlegungen zu berücksichtigen sein wird.

Grundsätzlich bejaht der EuGH die Frage, dass also lit m auch Herstellergarantien erfasst. Andererseits schränkt der EuGH dies - mittels einer leider verbraucherzentrierten Perspektive - sehr einzelfallbezogen ein.

Der EuGH legt die schon derzeit bestehende Informationspflicht dahingehend aus, dass die dem Unternehmer (= Händler) auferlegte Informationspflicht hinsichtlich einer vom Hersteller angebotenen gewerblichen Garantie *„nicht schon allein aufgrund des Bestehens dieser Garantie ausgelöst wird, sondern lediglich dann, wenn der Verbraucher ein berechtigtes Interesse daran hat, Informationen über die Garantie zu erhalten, um seine Entscheidung treffen zu können, ob er sich vertraglich an den Unternehmer binden möchte. Ein solches berechtigtes Interesse liegt insbesondere dann vor, wenn der Unternehmer die gewerbliche Garantie des Herstellers zu einem zentralen oder entscheidenden Merkmal seines Angebots macht. Für die Feststellung, ob die Garantie ein solches zentrales oder entscheidendes Merkmal darstellt, sind Inhalt und allgemeine Gestaltung des Angebots hinsichtlich der betroffenen Ware zu berücksichtigen sowie die Bedeutung der Erwähnung der gewerblichen Garantie des Herstellers als Verkaufs- oder Werbeargument, die Positionierung der Erwähnung der Garantie im Angebot, die Gefahr eines Irrtums oder einer Verwechslung, die durch diese Erwähnung bei einem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher hinsichtlich der unterschiedlichen Garantierechte, die er geltend machen kann, oder hinsichtlich der tatsächlichen Identität des Garantiegebers hervorgerufen werden könnte, das Vorliegen von Erläuterungen zu den weiteren mit der Ware verbundenen Garantien im Angebot und jeder weitere Gesichtspunkt, der ein objektives Schutzbedürfnis des Verbrauchers begründen kann.“*

Inhaltlich müssen die Informationen, die dem Verbraucher zu den Bedingungen einer gewerblichen Garantie des Herstellers zur Verfügung gestellt werden müssen - so der EuGH weiter - *„alle Informationen hinsichtlich der Bedingungen für die Anwendung und die Inanspruchnahme einer solchen Garantie umfassen, die dem Verbraucher seine Entscheidung darüber ermöglichen, ob er sich vertraglich an den Unternehmer binden möchte.“*

Zu würdigen ist zumindest, dass selbst der EuGH in der Begründung zum Ausdruck bringt, dass eine generelle Verpflichtung zur Information über Herstellergarantien allein aufgrund des Umstandes, dass es eine solche gibt, eine Überforderung der Händler wäre. Da diese häufig den Produkten beige packt sind, wäre die Erforschung des Vorliegens von Herstellergarantie, zB bei Elektrokleingeräten für Händler, mit einer breiten Produktpalette mit immens großem Aufwand verbunden, zumal zwischen dem Händler, der die Ware an den Verbraucher verkauft und dem Hersteller, häufig nicht einmal eine vertragliche Beziehung besteht.

Die Aussagen des EuGHs lassen aber - wie so oft - eine gewisse Ratlosigkeit zurück, wenn dieser darauf abstellt, dass es darauf ankommen soll, ob der Verbraucher ein berechtigtes Interesse daran hat, Informationen über die Garantie zu erhalten, um seine Entscheidung treffen zu können, *„ob er sich vertraglich an den Unternehmer binden möchte“*. Der Unternehmer ist in diesem Zusammenhang aber der Händler. Und grundsätzlich bindet eine Herstellergarantie eben nicht den Händler, sondern den Hersteller. Insofern ist es nicht nachvollziehbar, weshalb die



Information für die Entscheidung, ob er bei einem konkreten Händler kaufen möchte oder nicht, Relevanz haben soll. Dies könnte in die Richtung deuten, dass der EuGH uU dem § 6 Abs 5 VRRL doch Relevanz zukommen lässt (siehe dazu unten und zu den Informationspflichten betreffend Updates).

Das Ausufern von Informationspflichten hat immer größere Ausmaße erreicht. Es sollte im Interesse aller zur Vermeidung eines „information-overload“ und unnötigen bürokratischen Aufwandes ernsthaft hinterfragt und dieses Informationspflichtenmodell nicht wieder unkritisch weiter fortgeführt werden.

Auszugehen ist davon, dass nach der bereits bestehenden Informationspflicht nach Art 5 Abs 1 lit e und Art 6 Abs 1 lit m VRRL jedenfalls dann, wenn der Händler eine Herstellergarantie zu einem zentralen Element seines Angebots macht, ausführlicher zu informieren hat, und zwar unabhängig davon, ob diese ein, zwei oder drei Jahre beträgt. Es ist daher nicht nachvollziehbar, welcher Mehrwert mit der nunmehr vorgeschlagenen zusätzlichen und spezifischen Informationspflicht über eine längere als 2-jährige Haltbarkeitsgarantie erzielt werden könnte. Sie schafft wohl nur Verwirrung und vor allem zusätzlichen Aufwand für die Unternehmen und sollte daher überdacht werden.

Sinnvoller wäre es aber überhaupt Informations“pflichten“ über gewerbliche Garantien generell entfallen zu lassen. Wenn solche von den Unternehmen angeboten werden, haben diese in der Regel selbst ein Interesse daran, diese zu kommunizieren, um sich im Wettbewerb von anderen Anbietern abzuheben. Inhaltliche Vorgaben zu Garantien, die einzuhalten sind, ergeben sich ohnehin aus Art 17 der Warenkauf-Richtlinie.

Jedenfalls gelöst werden muss die Problematik, dass nach dem bestehenden Art 6 Abs 5 VRRL alle Informationen, die nach deren Art 6 Abs 1 vom Händler erteilt werden müssen „fester Bestandteil“ des Vertrages werden. Dass durch die Pflichtinformation über eine Garantie, die ein Dritter gewährt, der Händler selbst verpflichtet wird, kann wohl nicht ernstlich gewollt sein. Dazu sollte es zumindest in den Erwägungsgründen eine Klarstellung geben.

#### **Zu Art 5 Abs lit eb, Art 6 Abs 1 lit mb (Negativinformation betreffend Garantien)**

Nach diesen Bestimmungen wird eine Verpflichtung zu einer Negativinformation für energiebetriebene Waren für den Fall vorgeschlagen, dass der Hersteller keine Informationen über das Bestehen einer gewerblichen Haltbarkeitsgarantie mit einer Laufzeit von mehr als zwei Jahren bereitgestellt hat.

Im Erwägungsgrund 28 (EG 28) wird selbst dargelegt, dass der Verbraucher nicht mit Informationen verwirrt werden sollte. Durch das Hinzukommen von Negativinformationen neben den „Positivinformationen“ zu Garantien und auch zur Gewährleistung ist eine solche nicht erwünschte Informationsverwirrung für Verbraucher aber jedenfalls naheliegend. Die Vorgabe ginge noch dazu mit einem weiteren administrativen Mehraufwand für Händler einher, der im vorliegenden Fall zu keiner Besserstellung für den Verbraucher führt.

Unzweifelhaft ist jedenfalls, dass auch eine einjährige oder zweijährige Herstellergarantie positiv für den Verbraucher ist, zumal damit die Haltbarkeit garantiert wird und er einen zusätzlich zum gewährleistungspflichtigen Verkäufer einen weiteren Haftenden erhält.

Angenommen der Händler verkauft einen Handmixer, für den der Hersteller eine 1-jährige Garantie gewährt. Dass - im Falle des standortgebundenen Handels - die Ausnahme des Art 5 Abs 1 VRRL für Geschäfte des täglichen Lebens zum Tragen kommt, ist in den meisten Fällen wohl nicht anzunehmen:

- Der Umstand der einjährigen Herstellergarantie ist zB auf der Verpackung des Gerätes aufgedruckt, die näheren Bedingungen sind beige packt. Man könnte iSd des oben dargestellten EuGH-Urteils davon ausgehen, dass der Verbraucher ein berechtigtes Interesse an der Information hat.
- Der Händler müsste künftig aber - etwa durch einen Aufkleber auf der Verpackung - zusätzlich den Hinweis anbringen: „Der Hersteller hat keine Informationen über das Bestehen einer gewerblichen Haltbarkeitsgarantie mit einer Laufzeit von mehr als zwei Jahren bereitgestellt“.
- Wenn der - wahrscheinlich zumindest verunsicherte - Kunde dann einen Blick in die beige packten Garantiebedingungen wirft, findet er dort noch die (verpflichtende) Information: „Es stehen ihnen gegen den Verkäufer gesetzliche Gewährleistungsrechte zu, die durch diese Garantie nicht eingeschränkt werden“.
- Zusätzlich sieht er dann noch ein Schild im Geschäftsraum des Händlers mit der ebenfalls (verpflichtenden) Information: „Beim Kauf der Produkte gelten die gesetzlichen Gewährleistungsbestimmungen.“

Derartige Auswüchse des Informationspflichtenmodells würden bei vernünftigen Verbrauchern - bestenfalls - Kopfschütteln über die „Brüsseler Gesetzgeber“ auslösen.

Es ist davon auszugehen, dass ein durchschnittlich aufmerksamer und vernünftiger Verbraucher in der Lage ist, es richtig einzuschätzen, dass eine erweiterte Herstellergarantie nicht vorliegt, wenn über diese nicht informiert wird. Wenn eine solche nämlich vorliegt, haben alle Beteiligten grundsätzlich ein Interesse daran, die Positivinformation über das Vorliegen einer solchen entsprechend zu kommunizieren.

Auf die Verpflichtung zu dieser „Negativinformation“ sollte daher jedenfalls verzichtet werden. Unbeschadet unserer Forderung nach Streichung dieser Informationspflicht ist ergänzend folgendes anzumerken:

„Energiebetriebene Waren“, für die nun eine Negativinformation vorgesehen werden soll, sind gemäß Art 2 lit a solche, die zur Funktion auf Energiezufuhr (Elektrizität, fossile Treibstoffe oder erneuerbare Energiequellen) angewiesen sind. Es scheint unklar, inwiefern damit zB auch batteriebetriebene Klein- und Kleinstgeräte gemeint sind, wie etwa eine Taschenlampe. Erwägungsgrund 24 (EG 24) führt zwar aus, dass Waren, die „energiebetriebene Bestandteile“ enthalten, nicht erfasst sein sollen und nennt dekorative Beleuchtung für Bekleidung oder Schuhwerk oder elektrisches Licht für Fahrräder als Beispiel. Dies hilft zur Eingrenzung aber auch nicht weiter.

Insbesondere wenn diese Negativinformationspflicht auch Klein- und Kleinstgeräte betreffen würde, für die eine mehr als 2-jährige Haltbarkeitsgarantie doch eher nicht die Regel sein dürfte und wohl auch nicht erwartet wird, wären - abgesehen von dem Aufwand für die Händler - Verbraucher in unzähligen Fällen mit einer verwirrenden Negativinformation konfrontiert, „dass der Hersteller keine Information über eine zwei Jahre übersteigende Haltbarkeitsgarantie bereitgestellt hat“.

Nicht nachvollziehbar ist auch, dass diese Negativinformation „mindestens ebenso hervorzuheben“ wäre, wie andere Informationen über das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen und Garantien. Es ist uns nicht bekannt, dass derartige Informationen bisher besonders hervorgehoben werden müssten.

Nachdrücklich zurückzuweisen ist außerdem die in Erwägungsgrund 26 (EG 26) als Tatsache bezeichnete Behauptung, dass viele Produktausfälle nach zwei Jahren eintreten würden.

#### **Zu Art 5 Abs 1 lit ec, lit ed, Art 6 Abs 1 lit mc, lit md (Information zu Updates)**

Hinsichtlich der vorgeschlagenen Informationspflicht über den Mindestzeitraum für Updates ergibt sich eine besonders problematische Verzahnung bzw unseres Erachtens unauflöslige Verwerfung mit den gewährleistungsrechtlichen Vorgaben der eben erst umgesetzten Warenkauf-Richtlinie und der Digitale-Inhalte-Richtlinie:

Nach der Warenkauf-RL (RL 2019/771/EU) hat der Verbraucher im Falle von Waren mit digitalen Elementen Aktualisierungen einschließlich Sicherheitsaktualisierungen zu erhalten, die für den Erhalt der Vertragsgemäßheit der Waren erforderlich sind. Diese Pflicht gegenüber dem Verbraucher trifft den Verkäufer. In zeitlicher Hinsicht besteht diese Verpflichtung gemäß Art 7 Abs 3 Warenkauf-Richtlinie, wenn es sich dabei um eine einmalige Bereitstellung des digitalen Inhalts handelt, „während eines Zeitraums, den der Verbraucher aufgrund der Art und des Zwecks der Waren und der digitalen Elemente und unter Berücksichtigung der Umstände und der Art des Vertrags *vernünftigerweise* erwarten kann“.

Dieser vom Europäischen Parlament geforderte Ansatz - im Gegensatz zur Allgemeinen Ausrichtung des Rats, die eine feste Frist vorgesehen hatte - ist mit immenser Rechtsunsicherheit verbunden und die diesbezüglichen schon im Rechtsetzungsverfahren vorgebrachten Bedenken wurden leider nicht berücksichtigt.

Diese Update-Pflicht ist aber jedenfalls eine der objektiven Anforderungen an die Vertragsgemäßheit nach der Warenkauf-RL, von denen nur dadurch abgewichen werden kann, wenn der Verbraucher im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses eigens darüber in Kenntnis gesetzt wird und er dieser Abweichung ausdrücklich und gesondert zustimmt.

Diese sich aus der Warenkauf-RL ergebenden komplexen Vorgaben und die diesbezügliche komplizierte Verzahnung mit dem vorliegenden Vorschlag dürfte wohl nicht ausreichend bedacht worden sein. Wenn nämlich nach dem vorliegenden Vorschlag dem Händler die Informationspflicht auferlegt wird, über den Mindestzeitraum zu informieren, in dem der Hersteller Software-Aktualisierungen bereitstellt, dann ist es fraglich, dass sich für den Händler Rechtssicherheit hinsichtlich der Dauer der Bereitstellungspflicht gegenüber dem Verbraucher ergeben würde.

Nach der VRRL ist - jedenfalls im Falle von Fernabsatz- und Außergeschäftsraumverträgen - nach Art 6 Abs 5 vorgesehen, dass die erteilten Informationen (also auch diese Information über die Mindestupdatedauer für Updates) „fester Bestandteil“ des Vertrages mit dem Händler werden und nur abgeändert werden können, wenn die Vertragsparteien ausdrücklich etwas anderes vereinbaren. Insofern würde sich also nach der VRRL ergeben, dass mit der Erteilung der Information über die Mindestzeit der Bereitstellung von Updates durch den Hersteller der

Verbraucher diesbezügliche Ansprüche gegenüber dem Verkäufer innerhalb dieser Dauer geltend machen könnte.

Andererseits richtet sich die Dauer der Update-Pflicht nach der Warenkauf-RL für Waren mit digitalen Elementen bei einmaliger Bereitstellung - wie ausgeführt - nach der „vernünftigen Verbrauchererwartung“. Gemäß der Warenkauf-RL könnte von der mehr als rechtsunsicheren Vorgabe nur abgewichen werden, wenn der Verbraucher im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses eigens darüber in Kenntnis gesetzt wird und dieser Abweichung ausdrücklich zustimmt.

Man muss nun wirklich fragen, was denn nun gelten soll. Eine Auflösung dieses Dilemmas scheint kaum machbar. Die Problematik scheint sich auf den ersten Blick dann nicht zu stellen, wenn im Ergebnis der vom Hersteller genannte und vom Verkäufer dem Verbraucher mitgeteilte Update-Mindestzeitraum jedenfalls länger als die diesbezügliche Verbrauchererwartung ist, denn zum Vorteil des Verbrauchers kann von den zwingenden Bestimmungen ohne weitere Vorgaben vertraglich abgewichen werden. Allerdings würde man damit einen Dritten, nämlich den Hersteller, durch einseitige Erklärung über die Mindestupdatedauer bestimmen lassen, wie lange der Verkäufer (= Händler) gegenüber dem Verbraucher für die Updates zu haften hat. Wir gehen davon aus, dass dies nicht bedacht wurde und so auch nicht gewollt sein kann.

Das Problem liegt aber auch darin, dass vorab nicht gesagt werden kann, welche Update-Dauer bei einzelnen Produkten der „Verbrauchererwartung“ entspricht, dh die Beurteilung, ob mit der vom Hersteller angegebenen Mindestupdate-Dauer eine Verbesserung im Vergleich zur gesetzlichen Vorgabe verbunden wäre oder aber eine Absenkung, die nur mit einer „qualifizierten“ Vereinbarung (in Kenntnis setzen plus ausdrückliche und gesonderte Vereinbarung) möglich ist, kann ein Händler nicht seriös vornehmen. Er hätte also auch dann, wenn er diese Informationspflicht erfüllt, keine Sicherheit, ob er nicht über diese vom Hersteller angegebene Mindestdauer hinaus von Verbrauchern in Anspruch genommen werden könnte, weil diese Mindestdauer hinter jener zurückbleibt, die sich im Einzelfall nach der Verbrauchererwartung ergibt.

Dieser Punkt ist ein weiteres Beispiel dafür, dass die Komplexität der bereits bestehenden europäischen Verbraucherschutzbestimmungen ein schwindelerregendes Niveau erreicht hat.

Die vorgeschlagene Informationspflicht ist somit nicht nur außerordentlich rechtsunsicher in ihrer Wirkung, sondern wirtschaftlich jedenfalls mit nicht gerechtfertigtem Aufwand und Risiko für die Unternehmen verbunden. Wir plädieren dafür, von einem unbedachten „Draufsetzen“ von weiteren Informationspflichten abzusehen und diese Bestimmung zu überdenken.

#### **Zu Art 5 Abs 1 lit i, lit j, Art 6 Abs 1 lit u, lit v (Information zur Reparaturfähigkeit)**

Mit diesen Bestimmungen sollen Informationspflichten der Händler hinsichtlich der Reparaturfähigkeit von Waren statuiert werden. Gegebenenfalls soll die „Reparaturkennzahl“ der Waren angegeben werden. Eine solche Reparaturkennzahl gibt es auf Basis von EU-Recht allerdings noch nicht. Wenn diese Information nicht zum Tragen kommt, eben dann, wenn es eine solche nicht gibt, soll der Händler über die vom Hersteller bereitgestellten Informationen über die „Verfügbarkeit von Ersatzteilen, einschließlich des Bestellverfahrens und über die Verfügbarkeit von Benutzerhandbüchern und Reparaturanleitungen“ informieren.

Auch hier ergeben sich ähnliche Fragen wie im Falle der Informationspflicht betreffend Garantien, etwa ua was unter „Bereitstellung“ zu verstehen ist. Auch mit dieser Informationspflicht ist eine bürokratische Mehrbelastung verbunden. Zudem ergeben sich auch rechtliche Konsequenzen. Ein Händler kann nur die Informationen weitergeben, die ihm vom Hersteller zur Verfügung gestellt werden. Wenn diese nicht stimmen sollten, würde dies eine Irreführung iSd Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken darstellen und der Händler auf Unterlassung in Anspruch genommen werden können. Dafür ist es unerheblich, dass den Händler kein Verschulden trifft.

Vor allem ergibt sich auch hier die Problematik, dass nach Art 6 Abs 5 alle Informationen „fester Bestandteil“ des Vertrages mit dem Händler werden, außer es wird ausdrücklich etwas anderes vereinbart. Es kann keinesfalls ein sachgerechtes Ergebnis sein, dass der Händler durch diese Pflicht zur Weitergabe der Informationen Dritter für deren Inhalte in Anspruch genommen werden würde.

### **Zu Art 8 Abs 2 UA 1 (Garantieinformation vor dem „Button“)**

Die Informationen zu den Garantien sollen im Online-Handel auch bei den Informationen vor dem „Kaufen“-Button nochmals angegeben werden müssen. Hintergrund dieser sog „Button“-Lösung verbunden mit einer Übersicht über die wichtigsten Vertragspunkte vor diesem „Kaufen“-Button war, den sog Abofallen (zB zu Kochrezepten) zu begegnen, da die Verbraucherschutzseite beklagt hatte, es sei vielen Verbrauchern nicht bewusst, dass sie im Internet einen kostenpflichtigen Vertrag schließen.

Die Zielsetzung, eine klare Übersicht insbesondere über die wesentlichen Eigenschaften der Waren und den Preis zu erhalten, bevor die finale Bestellungserklärung durch den Verbraucher abgegeben wird, würde völlig verloren gehen, wenn diese mit diesen zusätzliche Garantieinformationen überfrachtet würde. Die vorgeschlagene Regelung ist daher abzulehnen und soll jedenfalls gestrichen werden.

### **III. Zusammenfassung**

Besonders kritisch ist aus Sicht der Wirtschaft der Zeitpunkt dieses Vorschlags, der eigentlich erst nach der Normierung der zugrundeliegenden Rahmenbedingungen vorgeschlagen werden sollte. Zumindest sollten aber alle diese Normen offengelegt und gleichzeitig verhandelt werden.

Wohl auch wegen des verfrühten Zeitpunkts ergibt sich eine ungewöhnlich große Zahl neuer Begriffe, die zu einem besonders hohen Ausmaß an Rechtsunsicherheit führen würde. Hierzu bedarf es zahlreicher Klarstellungen und praktikabler Regelungen.

Die vorgeschlagenen Änderungen der VRRL sind weiter unkritisch dem Informationspflichtenmodell verhaftet, obwohl mittlerweile bekannt ist, dass ein Mehr an Information nicht unbedingt zu einer besseren Informiertheit der Verbraucher führt. Uneingeschränkt zuzustimmen ist der Europäischen Kommission, dass eine Pflicht zur Information über die „Lebensdauer“ von Produkten eine völlig untaugliche Option darstellen würde und daher - so zeigt es das Impact Assessment - derartigen Ideen eine eindeutige Absage erteilt wurde. Sofern der vorliegende Ansatz hinsichtlich einer Verfeinerung der Informationspflichten über Garantien weiterverfolgt

wird, braucht es in einigen Punkten genauere Überlegungen zum komplexen Zusammenspiel verschiedener Richtlinien und entsprechender Klarstellungen.

Nicht sachgerecht sind insbesondere „Haltbarkeitsgarantien-Negativinformation“, die Kunden wohl nur verwirren würden. Entfallen sollte jedenfalls auch die vorgeschlagene Aufnahme von Garantieinformationen in die Bestellübersicht vor dem „Kaufen-Button“, da dadurch der Charakter einer Zusammenfassung der wesentlichen Punkte vor Abschluss der Bestellung im Online-Handel zunichte gemacht würde.

Wir ersuchen um Berücksichtigung unserer Anmerkungen und behalten uns die Abgabe ergänzender Stellungnahmen im Laufe des weiteren Rechtssetzungsverfahrens vor.

Freundliche Grüße

Dr. Harald Mahrer  
Präsident

Karlheinz Kopf  
Generalsekretär