



Die Gastronomie

MERKBLATT

**Umsetzung der Verbraucherrechte-
Richtlinie und Auswirkungen auf die
Gastronomie**



Rückfragehinweis:
Fachverband Gastronomie
Tel.: (+43) 05 90 900 - 3560
Mail: gastronomie@wko.at

Stand: Mai 2014

Mit dem Verbraucherrechte-Richtlinie-Umsetzungsgesetz erfährt das österreichische Konsumentenschutzrecht die größte Umwälzung seit seinem Bestehen. Die Umsetzung erfolgt zum Teil im Konsumentenschutzgesetz (KSchG), den Schwerpunkt bildet aber das neue Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG), das für Fernabsatzverträge und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge besondere Vorgaben enthält.

Für Webshops ist abgesehen von den erweiterten Informationspflichten vor allem die „Buttonlösung“ eine wichtige Änderung. Am Ende des Bestellvorganges sind bestimmte Inhalte (z.B. die wesentlichen Eigenschaften der Ware bzw. Dienstleistung) nochmals hervorgehoben darzustellen und der Bestellbutton darf nicht mehr nur mit „bestellen“, sondern muss mit „zahlungspflichtig bestellen“ beschriftet sein. Wird das nicht gemacht, ist der Verbraucher nicht an seine Bestellung gebunden.

Die Bestimmungen **treten mit 13. Juni 2014 in Kraft** und sind auf Fern- und Auswärtsgeschäfte anzuwenden, die ab diesem Zeitpunkt geschlossen werden.

Die Änderungen im Konsumentenschutzgesetz und die Auswirkungen auf die Gastronomie im Detail

I. Rücktrittsrecht - § 3 KSchG

Schon jetzt konnte der Verbraucher von Verträgen, die außerhalb von Geschäftsräumen bzw. außerhalb von Messe- oder Marktständen geschlossen wurden (sog. Haustürgeschäfte) innerhalb einer Woche zurücktreten (§ 3 KSchG). Die Rücktrittsfrist wird nun **auf 14 Tage verlängert**.

Ausnahmen: Dieses Rücktrittsrecht steht dem Verbraucher nicht zu,

- wenn er selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Unternehmer oder dessen Beauftragten zwecks Schließung dieses Vertrages angebahnt hat,
- wenn dem Zustandekommen des Vertrages keine Besprechungen zwischen den Beteiligten oder ihren Beauftragten vorangegangen sind
- bei Verträgen die dem FAGG unterliegen (s.u.), oder
- bei Verträgen, bei denen die beiderseitigen Leistungen sofort zu erbringen sind, wenn sie üblicherweise von Unternehmern außerhalb ihrer Geschäftsräume geschlossen werden und das vereinbarte Entgelt 25 Euro, oder wenn das Unternehmen nach seiner Natur nicht in ständigen Geschäftsräumen betrieben wird und das Entgelt 50 Euro nicht übersteigt.

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

Vertragsabschlüsse in den Geschäftsräumen werden dadurch nicht berührt. Unter Geschäftsräumen sind auch fahrbare Verkaufsstände (z.B. Hähnchengrill) bzw. Verkaufsstätten, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit nur saisonal ausübt (z.B. Schnee- oder Strandbar) zu verstehen.

Für echte Haustürgeschäfte bleibt in der Gastronomie also nur wenig Platz, z.B. der Verkauf von Würstchen, Hotdogs und dgl. im Stadion. Hier kommt aber i.d.R. die Wertgrenze von 25 bzw. 50 Euro zum Tragen.

Davon abgesehen hätte der Verbraucher aus bereicherungsrechtlichen Gründen nach der Konsumation von Speisen und Getränken ein dem Wert des verschafften Nutzens entsprechendes Entgelt zu zahlen.

II. Informationspflichten vor Vertragsabschluss für alle Verträge - § 5a KSchG

Demnach muss der Verbraucher vom Unternehmer in klarer und verständlicher Weise über folgende Punkte informiert werden, bevor er durch einen Vertrag oder seine Vertragserklärung gebunden ist:

1. die **wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung** in dem für das Kommunikationsmittel und die Ware oder Dienstleistung angemessenen Umfang,
2. den **Namen** oder die **Firma** und die **Telefonnummer** des Unternehmers sowie die **Anschrift** seiner Niederlassung,
3. den **Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung** einschließlich aller Steuern und Abgaben; kann der Gesamtpreis aufgrund der Beschaffenheit der Ware oder Dienstleistung vernünftigerweise nicht im Vorfeld berechnet werden, kann die Art der Preisberechnung oder das allfällige Anfallen zusätzlicher Kosten angeführt werden,
4. *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,
5. Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechtes bei Waren; das allfällige Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen und gewerblichen Garantien,
6. *gegebenenfalls* die Laufzeit des Vertrages oder die Bedingungen für die Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
7. *gegebenenfalls* die Funktionsweise digitaler Inhalte einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte und
8. *gegebenenfalls* - soweit wesentlich - die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard - und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftiger Weise bekannt sein muss.

Ausnahmen: Ausgenommen von diesen Informationspflichten sind nur jene Verträge, die in § 5a Abs 2 KSchG genannt sind. Darunter fallen u.a.:

- Geschäfte des täglichen Lebens, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses sofort erfüllt werden (Z 1),
- Fernabsatz und Außergeschäftsraumverträge (Z 2),
- Glücksspiele mit geldwertem Einsatz einschließlich Wetten (Z 5),
- Verträge unter Verwendung von Warenautomaten (Z 14).

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

Nach dem Preisauszeichnungsgesetz (§§ 6 -8 PrAG) haben Gastwirte Preisverzeichnisse für die angebotenen Speisen und Getränke in ausreichender Anzahl bereitzuhalten und jedem Gast vor der Entgegennahme von Bestellungen vorzulegen. Aus diesen Speisekarten gehen die oben geforderten Angaben zu den Eigenschaften der Ware bzw. der Dienstleistung, sowie die Bruttopreise hervor. Die Angaben zum Betrieb (Name, Firma, Telefonnummer, Anschrift) sind auf den meisten Speisekarten angegeben bzw. können diese ohne weitere Schwierigkeiten angeführt werden.

Davon abgesehen handelt es sich bei Bestellungen im Gasthaus nach unserer Ansicht, um Geschäfte des täglichen Lebens (Z 1). Die Lieferung von Speisen und Getränken und Verkäufe über Warenautomaten fallen damit in der Regel unter die Ausnahmen nach Z 2 und Z 14.

III. Kosten der telefonischen Kontaktaufnahme nach Vertragsabschluss - § 6b KSchG

Richtet der Unternehmer einen Telefonanschluss ein, um dem Verbraucher die Möglichkeit zu geben im Zusammenhang mit geschlossenen Verbraucherverträgen Kontakt mit ihm aufzunehmen, dürfen für den Verbraucher keine höheren Kosten als der Grundtarif anfallen (d.h. keine Mehrwertnummern!).

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

Nach unserem Kenntnisstand gibt es im Bereich der Gastronomie keine kostenpflichtigen Mehrwertnummern.

IV. Zusätzliche Zahlungen - § 6c KSchG

Nach dieser Bestimmung bedarf jede Extrazahlung, die über das vereinbarte Entgelt für die Hauptleistungspflicht des Unternehmers hinausgeht, einer ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers. **Der Unternehmer muss diese ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers einholen, bevor dieser an den Vertrag gebunden wird.**

Eine derartige ausdrückliche Zustimmung liegt dann nicht vor, wenn der Verbraucher eine vom Unternehmer vorgenommene Voreinstellung ablehnen müsste (etwa durch Wegklicken eines voreingestellten Kästchens für z.B. zusätzliche Getränke bei der Onlinebestellung von Speisen). **Derart voreingestellte Zusatzleistungen sind daher zu unterlassen.**

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

*Extrazahlungen für Zusatzleistungen sind in der herkömmlichen Gastronomie nicht weit verbreitet. Zu denken wäre in diesem Zusammenhang an **Liefergebühren** beim Lieferservice, **Servicepauschalen**, **Musikbeiträge** bei Live-Darbietungen und das **Gedeck** (wobei sich bei letzterem die grundsätzliche Frage stellt, ob es nicht eher unter die Hauptleistungspflicht des Unternehmers fällt).*

Wir empfehlen, den Gast in jedem Fall vor der Abgabe der Bestellung auf diese zusätzlichen Zahlungen explizit aufmerksam zu machen (zusätzlich zur Anführung in der Speisekarte bzw. auf Tischaufstellern) und die ausdrückliche Zustimmung des Gasts einzuholen.

Voreingestellte Zusatzleistungen im Onlinevertrieb (z.B. zusätzliche Getränke beim Lieferservice) sind nach unserem Kenntnisstand in der Gastronomie nicht gebräuchlich.

Die Bestimmungen treten mit 13. Juni 2014 in Kraft und sind auf Verträge anzuwenden, die ab diesem Zeitpunkt geschlossen werden.

Sonderbestimmungen für Außergeschäftsraum- und Fernabsatzverträge im Fern- und Auswärtsgeschäftsgesetz (FAGG) und die Auswirkungen auf die Gastronomie Im Detail:

Das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) regelt die besonderen Anforderungen im Fernabsatz- und bei Außergeschäftsraumverträgen.

Ausnahmen: Das FAGG ist nach § 1 Abs 2 nicht anzuwenden auf Verträge,

- die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossen werden und bei denen das Entgelt 50 Euro nicht überschreitet (Z1)
- über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken... des täglichen Bedarfs, die vom Unternehmer im Rahmen häufiger oder regelmäßiger Fahrten am Wohnsitz, Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz des Verbrauchers geliefert werden (Z 11)
- unter Verwendung von Warenautomaten (Z 12).

Grundsätzliche Auswirkungen auf die Gastronomie:

Vertragsabschlüsse in den Geschäftsräumen werden durch das FAGG nicht berührt. Unter Geschäftsräumen sind wiederum auch Verkaufsstände (z.B. Hähnchengrill) bzw. Verkaufsstätten, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit nur saisonal ausübt (z.B. Schnee- oder Strandbar) zu verstehen. Bei echten Auswärtsgeschäften profitiert der Unternehmer wieder von der Wertgrenze von 50 Euro.

Betroffenheit besteht bei Internetbestellungen und telefonischen Bestellungen beim Catering- und Lieferservice. *Fraglich bei der Lieferung von Lebensmitteln, Getränken... des täglichen Bedarfs ist, ob sich die erwähnte Regelmäßigkeit auf die geschäftliche Tätigkeit des Unternehmers (z.B. Lieferservice), oder die Lieferung an einen bestimmten Verbraucher bezieht (z.B. Essen auf Rädern).*

Im Bereich der Gastronomie sind insbesondere die spezifischen Informationspflichten und Gestaltungsvorgaben („Button-Lösung“) im Fernabsatz zu beachten. Werden diese Vorgaben verletzt, kommt der Vertrag nicht rechtswirksam zustande.

I. Informationspflichten vor Vertragsabschluss - § 4 FAGG

Der Verbraucher ist bei **Fernabsatz- und Außergeschäftsraumgeschäften** in klarer und verständlicher Weise über folgende Punkte zu informieren:

1. die **wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung** in dem für das Kommunikationsmittel und die Ware oder Dienstleistung angemessenen Umfang,
2. den **Namen**, die **Firma** des Unternehmers sowie die **Anschrift** seiner Niederlassung,
3. gegebenenfalls
 - a. die **Telefonnummer**, die **Faxnummer** und die **E-Mailadresse**, unter denen der Verbraucher den Unternehmer schnell erreichen und ohne besonderen Aufwand mit ihm in Verbindung treten kann,
 - b. die von der Niederlassung des Unternehmers abweichende Geschäftsanschrift, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann, und
 - c. 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 Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann,

4. den **Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung** einschließlich aller Steuern und Abgaben;
5. 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,
6. die Kosten für den Einsatz der für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationsmittel, sofern diese nicht nach dem Grundtarif berechnet werden (z.B. kostenpflichtige Mehrwertnummer),
7. 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 mit Beschwerden,
8. bei Bestehen eines Rücktrittsrechts die Bedingungen, die Fristen und die Vorgangsweise für die Ausübung dieses Rechts, dies unter Zurverfügungstellung des Musterwiderrufsformulars,
9. *gegebenenfalls* die den Verbraucher im Fall seines Rücktritts vom Vertrag gemäß § 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,
10. *gegebenenfalls* die den Verbraucher im Fall eines Rücktritts vom Vertrag gemäß § 16 treffende Pflicht zur Zahlung eines anteiligen Betrags für die bereits erbrachten Leistungen,
11. *gegebenenfalls über das Nichtbestehen eines Rücktrittsrechts* nach § 18 oder über die Umstände unter denen ein Verbraucher sein Rücktrittsrecht verliert
12. 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,
13. *gegebenenfalls* bestehende einschlägige Verhaltenskodizes gemäß § 1 Abs 4 Z 4 UWG und darüber, wie der Verbraucher eine Ausfertigung davon erhalten kann,
14. *gegebenenfalls* die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen für die Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
15. *gegebenenfalls* die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,
16. *gegebenenfalls* das Recht des Unternehmers, vom Verbraucher die Stellung einer Kautions oder anderer finanzieller Sicherheiten zu verlangen, sowie deren Bedingungen,
17. *gegebenenfalls* die Funktionsweise digitaler Inhalte einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,
18. *gegebenenfalls* - soweit wesentlich - die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein muss und
19. *gegebenenfalls* die Möglichkeit des Zuganges zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, und die Voraussetzungen für diesen Zugang.

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

Die Auswirkungen dieser Informationspflicht halten sich insofern in Grenzen, als nach zivilrechtlichen Grundsätzen ein Vertrag nur dann wirksam zustande kommt, wenn der Vertragsinhalt hinreichend bestimmt ist (dazu gehören z.B. Leistung, Preis, Termin, die Identität des Vertragspartners, Geschäftsbedingungen...).

Der Verbraucher wäre aber dahingehend zu informieren, dass es bei der Lieferung von Speisen und Getränken kein Rücktrittsrecht gibt (Z 18).

II. Informationserteilung bei Fernabsatzverträgen - § 7 FAGG

Die oben genannten Informationen sind dem Verbraucher in klarer und verständlicher und in einer dem Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise bereitzustellen (d.h. bei telefonischen Bestellungen können die Informationen auch mündlich erteilt werden, bei Bestellungen über Webshops/Bestellmasken auf der Homepage).

Wird der Vertrag unter Verwendung eines Fernkommunikationsmittels abgeschlossen, bei dem für die Darstellung der geforderten Informationen nur begrenzter Raum (z.B. Bestellmasken) oder begrenzte Zeit zur Verfügung steht (z.B. Telefon), hat der Unternehmer jedenfalls die in § 4 Abs 1 Z 1 FAGG (wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung), Z 2 (Namen bzw. Firma des Unternehmers, Anschrift des Betriebes), Z 4 (Gesamtpreis), Z 5 (Gesamtkosten im vereinbarten Abrechnungszeitraum bei unbefristeten Lieferverträgen) und Z 14 (Laufzeit des Vertrags bei unbefristeten Lieferverträgen) zur Verfügung stellen.

Binnen angemessener Frist nach Abschluss des Fernabsatzvertrages (spätestens bei Lieferung der Waren oder vor Ausführung der Dienstleistung) ist dem Verbraucher eine **Bestätigung über den abgeschlossenen Vertrag** samt sämtlicher vorvertraglicher Informationen **auf einem dauerhaften Datenträger** zur Verfügung zu stellen (Bestätigungsmail bzw. bei der Lieferung in Papierform).

III. Besondere Erfordernisse bei elektronisch geschlossenen Verträgen - § 8 FAGG

Die Formulierung „elektronisch geschlossene Verträge“ ist missverständlich, weil sie einen sehr weiten sachlichen Anwendungsbereich vermuten lässt. Aus der Richtlinie geht jedoch hervor, dass nur solche Fernabsatzverträge erfasst werden, die über Webseiten abgeschlossen werden (d.h. keine Verträge, die nur durch individuelle Kommunikation zustande kommen, wie z.B. Buchungen per Telefon, E-Mail oder SMS).

Der Unternehmer hat dafür zu sorgen, dass der Verbraucher bei seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung verbunden ist. Wenn der Bestellvorgang die Aktivierung einer Schaltfläche oder eine ähnliche Funktion umfasst, ist diese Schaltfläche oder entsprechende Funktion gut leserlich ausschließlich mit den Worten **„zahlungspflichtig bestellen“** oder einer eindeutigen gleichartigen Formulierung zu kennzeichnen (sogenannte **„Buttonlösung“**). Wenn der Unternehmer diese Vorgabe nicht einhält, ist der Verbraucher nicht an den Vertrag oder die Bestellung gebunden.

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

Die Auswirkungen dieser Informationspflichten halten sich insofern in Grenzen, als nach zivilrechtlichen Grundsätzen ein Vertrag nur dann wirksam zustande kommt, wenn der Vertragsinhalt hinreichend bestimmt ist (dazu gehören z.B. Leistung, Preis, Termin, Geschäftsbedingungen...).

Die Button-Lösung ist nicht weiter problematisch, aber mit Kosten für die Adaption der Webshops verbunden, soweit dies nicht bereits erfolgt ist.

IV. Rücktrittsrecht des Verbrauchers - § 11 FAGG

Der Verbraucher kann von einem Fernabsatzvertrag oder einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag grundsätzlich innerhalb von 14 Tagen ohne Angaben von Gründen zurücktreten.

Ausnahmen vom Rücktrittsrecht: Ausgenommen vom Rücktrittsrecht sind nur jene Verträge die in § 18 Abs 1 FAGG angeführt sind. Darunter fallen u.a.:

- Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung, Lieferung von Speisen und Getränken, und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen u.a., sofern für die Vertragserfüllung ein bestimmter Zeitpunkt oder Zeitraum vorgesehen ist (Z 10).

Auswirkungen dieser Regelung auf die Gastronomie:

Aufgrund der Ausnahmen sind die Auswirkungen gering.