|  |  |
| --- | --- |
| Ergeht an:  alle Bundessparten  alle Landeskammern  Dr. Theo Taurer  Mag. Verena Martelanz  Mag. Martina Weginger | **Abteilung für Rechtspolitik**  Wiedner Hauptstraße 63 | Postfach 195  1045 Wien  T +43 (0)5 90 900-4236 | F +43 (0)5 90 900-114236  E rp@wko.at  W <http://news.wko.at/rp> |

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom Unser Zeichen, Sachbearbeiter Durchwahl Datum

Rp 144/19/MSt/SL 4296 04.04.2019

Mag. Huberta Maitz-Straßnig

**RL-Vorschlag zur besseren Durchsetzung und Modernisierung von EU-Verbraucherschutz-RL – „Omnibus“-RL, Trilogeinigung, Bestätigung durch den IMCO-Ausschuss des EP**

Sehr geehrte Damen und Herren!

Wir nehmen Bezug auf unsere Aussendung vom 6.3.2019 über den eiligen Fortschritt bei den Verhandlungen zur Omnibus-RL und teilen mit, dass – wie erwartet – die Trilogverhandlungen unter der Federführung des Berichterstatters MEP Dalton (UK) seitens des EP und der rumänischen Präsidentschaft sowie der Kommission offenbar sehr abschlussorientiert geführt wurden. Die Ergebnisse der Einigung wurden sehr rasch vergangenen Freitag durch den Coreper (Botschafter der Mitgliedstaaten) und diese Woche auch bereits im IMCO-Ausschuss des EP bestätigt.

Den nunmehr öffentlich zugänglichen Text finden sie angeschlossen (DokNr 8021/19, leider nur in englischer Fassung verfügbar).

Hinzuweisen ist insbesondere auf folgende Punkte (die Seitenangaben zur leichteren Auffindbarkeit beziehen sich jeweils auf das angeschlossene Dokument):

* **Individuelle Rechtsbehelfe im Falle unlauterer Geschäftspraktiken**

Die **Bestimmungen über individuelle Rechtsbehelfe** sind im Vergleich zum Vorschlag der Kommission flexibler bzw **softer gestaltet**, wird den Mitgliedstaaten also mehr Handlungsspielraum ermöglichen, die Rechtsbehelfe systemkonform vorzusehen (Art 11a neu UGP-RL, S 45).

* **Regelungen zu Sanktionen**

Die Bestimmungen über Geldstrafen mit Höchstsätzen von mindestens 4 % des Jahresumsatzes werden **auf den Fall einer koordinierten Durchsetzungsaktion nach Art 21** VerbraucherbehördenkooperationsVO (Consumer Protection Cooperation –VO, CPC-VO) **beschränkt**. Der vom EP geforderte Mindesthöchstbetrag von jedenfalls **10 000 000 Euro** als Alternative zu den 4 % des Jahresumsatzes wird nun **nicht vorgesehen**. Ein Mindesthöchstbetrag wird nun mit **2 Mio Euro** für den Fall festgelegt, dass Informationen zum Jahresumsatz nicht verfügbar sind (Art 13/4 neu UGP-RL, S 48, sowie die Parallelbestimmungen in den anderen RL, mit Ausnahme der Preisauszeichnungs-RL).

Im Falle der UGP-RL soll den Bedenken mancher MS (ua Ö) hinsichtlich des Bestimmtheitsgebots dadurch Rechnung getragen werden, dass jedenfalls die **„große Generalklausel“ nicht zwingend unmittelbar mit Geldstrafen sanktioniert** werden muss (siehe Art 13/3 neu UGP-RL). Bei der **Klausel-RL** (RL 93/13) sollen die MS die Option haben, **Sanktionen nur dann vorzusehen**, wenn bestimmte Klauseln gesetzlich als jedenfalls unzulässig bestimmt sind oder **gegen eine Unterlassungsverfügung verstoßen** wird (Art 8b neu RL Klausel-RL).

Eine generelle Verpflichtung – wie dies der EK-Vorschlag vorgesehen hatte – für jegliche, auch nicht von Art 21 CPC-VO erfasste Fälle eines Verstoßes Geldstrafen vorzusehen, dürfte sich nach der nunmehrigen Formulierung des Art 13 Abs 2 neu UGP-RL (und den jeweiligen Parallelbestimmungen in den anderen RL) uE nach erster Einschätzung zumindest nicht mehr zwingend ergeben (siehe auch EG 6).

In der Preisauszeichnungs-RL wurde die Festlegung eines Mindesthöchstsatzes für Geldstrafen von 4 % des Jahresumsatzes gestrichen (Art 8 neu RL 98/6).

* **Änderungen der Verbraucherrechte-RL (RL 2011/83/EU, RLV)**
* Widerrufsrecht:

Das EP und auch die überwältigende Mehrheit der Mitgliedstaaten hatten den **Entfall des Widerrufsrechts**, wenn die **Ware** nicht nur ausprobiert, sondern **tatsächlich benutzt** wurde, als nicht akzeptable Verschlechterung des Verbraucherschutzes abgelehnt. Die diesbezügliche im EK-Vorschlag vorgesehene Bestimmung in Art 16 wurde somit **gestrichen.**

Den Mitgliedstaaten wird in einem neuen Absatz des Art 16 (S 66) die Option eingeräumt, im Falle von Reparaturarbeiten für die der Verbraucher einen Besuch des Unternehmers angefordert hat, das Widerrufsrecht auch dann entfallen zu lassen, wenn der Verbraucher den „vorzeitigen“ Entfall des Widerrufsrechts „nicht zur Kenntnis genommen“ hat (dies sollte - so zumindest die Sichtweise von Vertretern aus anderen MS - eine Erleichterung iV zum Entfall des Widerrufsrechts bei DL nach Art 16 lit a darstellen).

Außerdem wird den Mitgliedstaaten die Option eingeräumt, bestimmte der in Art 16 geregelten Ausnahmen vom Widerrufsrecht (lit a – Entfall bei Dienstleistungen, lit b – bei durch Finanzmarkt bedingten Preisschwankungen, lit c – nach Kundenspezifikation gefertigte Waren, lit d – aus Hygiene-u Gesundheitsgründen versiegelt Waren) nicht zu gewähren, wenn es sich um Verträge handelt, die im Rahmen eines unaufgeforderten Besuchs oder einer „Werbefahrt“ geschlossen wurden. In diesen Fällen können die MS die 14-tägige Rücktrittsfrist auch auf 30 Tage verlängern (Art 9/1a neu VRL, S 62).

Hinzuweisen ist betr. Ausnahmen vom Rücktrittsrecht, dass sich der im EP angenommene Änderungsantrag (ÄA 78 <http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2019-0029_DE.html?redirect>), der die Ausnahme vom Widerrufsrecht für dringende Reparaturarbeiten auch auf andere kurzfristig zu erbringende Dienstleistungen erweitert hätte (womit zB Bestattungsdienstleistungen erfasst worden wären), in den Triologverhandlungen nicht durchgesetzt und damit nicht Eingang in den Text gefunden hat.

* Informationspflichten für Online-Marktplätze:

Die Verbraucherrechte-RL wird ua um Informationspflichten für Online-Markplätze ergänzt (Art 6a neu RLV, S 58 ff ua betr Informationen über Rankings von Angeboten und deren relative Gewichtung). Wenn der Anbieter auf dem Markplatz kein Unternehmer ist, ist darüber zu informieren, dass EU-Verbraucherrechte nicht zur Anwendung kommen.

* Sonstige Änderungen:

Nach Art 6/1 lit c neu (S 56) wird künftig verpflichtend die Telefonnummer **und** E-Mail-Adresse angegeben werden müssen.

Sofern **personalisierte Preise** auf Basis einer **automatisierten Entscheidung** zur Anwendung kommen, ist künftig über diesen Umstand **zu informierten (**Art 6 /1 lit ea neu, S 57; siehe auch EG 45).

Die RL gilt auch für Verträge über digitale Inhalte und digitale Inhalte, wenn der Verbraucher nicht mit Geld, sondern „mit seinen Daten“ bezahlt (Art 3/1a, S 54).

* **Vertrieb von Waren unterschiedlicher Qualität als identisch** (Art 6/2c neu UGP-RL)

Im Vergleich mit dem EK-Vorschlag ist die Regelung dahingehend modifiziert, als klargestellt wird, dass **Abweichungen durch legitime und objektive Gründe gerechtfertigt sein können** (S 43). Erwägungsgrund 53 führt einige dieser **Gründe beispielhaft** an (zB nationale Vorschriften, die Verfügbarkeit und Saisonalität von Grundstoffen, freiwillige Strategien für den Zugang zu gesunden Lebensmitteln). Ein **per-se-Verbot** durch Aufnahme der Regelung in den Annex der UGP-RL, wie es das EP angestrebt hatte, wird damit somit **nicht geschaffen**. Eine Review-Regelung (Art 6, S 76) sieht aber eine Überprüfung dahingehend vor, ob eine strengere Reglung, einschließlich einer Aufnahme in den Annex erforderlich ist.

Dem Wunsch des EP nach einer entsprechenden **Kennzeichnungspflicht** wurde zwar nicht im verfügenden Teil entsprochen, **EG 53** enthält nun aber entsprechende Passagen, die in diese Richtung weisen.

**Dienstleistungen** sind von der Bestimmung – im Gegensatz zum EK-Vorschlag - **nicht erfasst**, da nunmehr auf „goods“ und nicht „products“ abgestellt wird.

* **Weitere Fälle von als „wesentlich“ geltenden Informationen in Art 7 UGP-RL** (S 43f)

Vorgaben bzw Informationspflichten **betreffend Rankings** von Suchergebnissen für Unternehmen, die es Verbrauchern ermöglichen, von Dritten angebotene Waren und Dienstleistungen zu suchen (zB neben Marktplätzen auch Preisvergleichsportale), werden auch in der **UGP-RL** verankert, indem allgemeine Informationen über die **Hautparameter und deren relatives Gewicht** als „wesentlich“ gelten (Irreführung durch Unterlassung). Auch wird vorgegeben, dass diese Informationen direkt bei den aufgelisteten Sucherergebnissen abrufbar bzw zugänglich sein müssen (Art 7/4a neu UGP-RL, S 44). Hinzuweisen ist auf die Klarstellung in EG 23, dass keine detaillierten Informationen zum Ranking-Mechanismus (auch **nicht Algorithmen**) **offengelegt werden** müssen.

Wenn Unternehmer Zugang zu **Verbraucherbewertungen** ermöglichen, ist auch darüber zu informieren, **ob und wenn ja wie** der Unternehmer **sicherstellt**, dass die veröffentlichten **Bewertungen von Konsumenten stammen**, die das bewertete Produkt oder die Dienstleistung (tatsächlich) **gekauft oder verwendet haben** (Art 7/6 neu UGP-RL, S 44).

Die Information über den Status (Unternehmer/Nichtunternehmer) des Verkäufers auf Online-Marktplätzen gilt ebenfalls als wesentlich (Art 7/4 lit f neu UGP-RL).

* **Erweiterung der per-se-Verbote im Annex der UGP-RL (S 50)**
* Verbot der Angabe von Suchresultaten als Ergebnis einer Online-Suche ohne deutlich zu machen, dass es sich um eine **bezahlte Werbung handelt oder Zahlungen geleistet wurden, um ein höheres Ranking** zu erreichen (Zif 11a neu )
* Verbot des **Wiederverkaufs von Event-Tickets**, wenn der Unternehmer diese unter **Verwendung automatisierter Verfahren zur Umgehung von Beschränkungen** hinsichtlich der Anzahl von Tickets, die eine Person kaufen kann oder anderer anwendbarer Vorgaben für den Ticket-Kauf, erworben hat (siehe dazu auch EG 50, S 33).
* **Verbot der Angabe**, dass Waren- bzw DL- **Bewertungen von Verbrauchern abgegeben** wurden, die diese tatsächlich verwendet oder gekauft haben, **ohne dass vernünftige und verhältnismäßige Maßnahmen ergriffen wurden**, dass die Bewertungen tatsächlich von solchen Verbrauchern stammen (siehe dazu auch EG 47, S 32).
* **Verbot** der Abgabe von **falschen Bewertungen** bzw befürwortenden Erklärungen (zB „likes“) oder Verfälschung von Verbraucherbewertungen zur Bewerbung der Waren/DL einschließlich des Verbots, Dritte dafür zu beauftragen (siehe EG 49, S 33).
* **Änderung der Preisangaben-RL betreffend Preisherabsetzungen** (Art 6a neu RL 98/6, S 72)

Im ursprünglichen EK-Vorschlag überhaupt nicht vorgesehen, wurden nun - im Interesse der raschen Einigung mit dem EP – (uE jedenfalls nicht leicht verständliche) Regelungen in der Preisangaben-RL zu Preisherabsetzungen aufgenommen.

Jede Ankündigung einer Preisherabsetzung hat den Ausgangspreis (bzw früheren Preis), der vor der Preisherabsetzung galt, anzugeben. Unter „**früherem Preis**“ wird der tiefste Preis verstanden, der vom Unternehmer während eines **Zeitraums angewendet** wurde, der **nicht kürzer als ein Monat vor der Preisreduktion sein darf.**

Die MS erhalten die Option, für Waren, die rasch verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten wird, andere Regelungen zu schaffen. Wenn die Waren (gemeint wohl „erst“) kürzer als 30 Tage auf dem Markt sind, können die MS auch andere Fristen als die 1 Monatsfrist vorsehen. Weiters können die MS im Falle aufeinanderfolgender Preisreduktionen vorsehen (gemeint wohl zB nochmalige Herabsetzung der schon preisreduzierten Waren), dass der „frühere Preis“ jener ist, der vor der 1. Preisreduktion gegolten hat.

Der Text wird nun von den Rechts- und Sprachsachverständigen überarbeitet und wird noch formal vom Rat und dem Plenum des Europäischen Parlaments angenommen werden.

Die Mitgliedstaaten müssen die Richtlinie innerhalb von 24 Monaten nach ihrer Annahme in nationales Recht umsetzen. Nach 6 weiteren Monaten sollen die Bestimmungen dann zur Anwendung kommen.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Claudia Rosenmayr-Klemenz

Abteilungsleiterin-Stv.

**Anlage**