

FRAGEBOGEN ZU VERTRAGSBESTIMMUNGEN FÜR DEN ONLINE-ERWERB VON DIGITALEN INHALTEN UND SACHGÜTERN

Angaben zum Teilnehmer

1. Bitte geben Sie Ihren vollständigen Namen *ODER* den Namen der Einrichtung/des Unternehmens/der Institution an, die Sie vertreten, wenn Sie in ihrem/seinem Auftrag antworten:

Wirtschaftskammer Österreich
Rechtspolitische Abteilung
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien/Austria

Die Wirtschaftskammerorganisation ist die gesetzliche Interessenvertretung für Österreichs Wirtschaft, die mehr als 480.000 Mitglieder aus den Sparten Gewerbe und Handwerk, Handel, Industrie, Bank und Versicherung, Transport und Verkehr, Tourismus und Freizeitwirtschaft, Information und Consulting vertritt.

Die Wirtschaftskammer Österreich ist im Register der Interessenvertretungen eingetragen.
Registernummer: 10405322962-08.

2. Bitte geben Sie Ihren Hauptwohnsitzstaat an:

Österreich

3. Bitte geben Sie Ihr Haupttätigkeitsland an:

4. Die eingegangenen Beiträge werden auf der Website der Kommission veröffentlicht, es sei denn, sie beeinträchtigen Ihre legitimen Interessen. Stimmen Sie der Veröffentlichung Ihres Beitrags zusammen mit Ihrer Identität zu?

- X Ja, Ihr Beitrag kann unter Ihrem Namen veröffentlicht werden.**
- Ja, Ihr Beitrag kann anonym veröffentlicht werden (ohne Namen und Kontaktangaben).
- Nein, Sie wünschen keine Veröffentlichung Ihres Beitrags. Ihr Beitrag wird nicht veröffentlicht, kann aber intern in der Kommission verwendet werden.

5. Sie beantworten diesen Fragebogen als:

- Verbraucher
- Verbraucherorganisation
- Unternehmen, das in erster Linie Produkte mit digitalem Inhalt verkauft/ Organisation zur Vertretung der Interessen von Unternehmen, die hauptsächlich Produkte mit digitalem Inhalt verkaufen (wenn ja, geben Sie bitte Ihre Branche an und ob Sie ein kleines oder mittleres Unternehmen sind)
- Unternehmen, das in erster Linie Sachgüter online verkauft/ Organisation zur Vertretung der Interessen von Unternehmen, die hauptsächlich Sachgüter online verkaufen (wenn ja, geben Sie bitte Ihre Branche an und ob Sie ein kleines oder mittleres Unternehmen sind)

- Unternehmen, das in erster Linie Produkte mit digitalem Inhalt kauft/ Organisation zur Vertretung der Interessen von Unternehmen, die hauptsächlich Produkte mit digitalem Inhalt kaufen (wenn ja, geben Sie bitte Ihre Branche an und ob Sie ein kleines oder mittleres Unternehmen sind)
- Unternehmen, das in erster Linie Sachgüter online kauft/ Organisation zur Vertretung der Interessen von Unternehmen, die hauptsächlich Sachgüter online kaufen (wenn ja, geben Sie bitte Ihre Branche an und ob Sie ein kleines oder mittleres Unternehmen sind)
- X** Organisation, die Geschäftsinteressen im Allgemeinen vertritt
- Mitgliedstaat der EU oder des EWR/ Behörde
- Sonstige (z. B. Hochschulen, andere NRO, Behörde außerhalb der EU/ des EWR, Gewerkschaft) (bitte angeben)

Je nach Ihrem Profil können Sie beschließen, nur die Fragen, die für Sie von besonderem Interesse sind, zu beantworten. Wenn Sie zum Beispiel ein Unternehmen sind, das nur Sachgüter verkauft und nicht beabsichtigt, in Zukunft Produkte mit digitalem Inhalt zu verkaufen, können Sie beschließen, Teil 1 des Fragebogens (Produkte mit digitalem Inhalt) nicht zu beantworten.

TEIL 1 – PRODUKTE MIT DIGITALEM INHALT

Hintergrund

Die Märkte für Produkte mit digitalem Inhalt wachsen rasch. So ist z. B. die App-Branche in der EU in weniger als fünf Jahren stark gewachsen und dürfte bis 2018 63 Mrd. EUR zur EU-Wirtschaft beitragen. Die Verbraucherausgaben in der Videospielebranche werden für 2013 auf 16 Mrd. EUR geschätzt. In der Musikbranche machen die digitalen Umsätze inzwischen 31 % der EU-Gesamteinnahmen aus. Dieses wirtschaftliche Potenzial sollte weiter entfaltet werden, indem das Vertrauen der Verbraucher gestärkt sowie die Rechtssicherheit für Unternehmen ausgebaut wird.

Wenn jedoch Probleme mit Produkten mit digitalem Inhalt entstehen (z. B. wenn diese Produkte nicht heruntergeladen werden können, mit einer anderen Hardware/Software unvereinbar sind, nicht ordnungsgemäß funktionieren oder sogar den Computer beschädigen), fehlen auf EU-Ebene spezifische Abhilfemaßnahmen (nämlich ein Anspruch des Nutzers gegen den Händler, wenn der digitale Inhalt mangelhaft ist). Darüber hinaus hat der Nutzer keinen Einfluss auf den Inhalt der Verträge, aufgrund deren handelsübliche Produkte mit digitalem Inhalt angeboten werden, da es sich dabei um „take it or leave it“-Verträge handelt. So können die Verträge die Rechte von Nutzern für den Fall einschränken, dass die Produkte mit digitalem Inhalt nicht ordnungsgemäß funktionieren. Auch können sie den Anspruch des Nutzers auf Entschädigung ausschließen, wenn die Produkte mit digitalem Inhalt Schäden verursachen (z. B. am Computer), oder wenn die Entschädigung auf sogenannte „Gutschriften“ (zusätzliche Mittel für künftige Leistungen) beschränkt wird.

Darüber hinaus können Verträge über die Lieferung von Produkten mit digitalem Inhalt in den Mitgliedstaaten unterschiedlich abgefasst sein, z. B. als Dienstleistungs-, Leasing- oder Verkaufsverträge. Eine solch unterschiedliche Behandlung kann zu unterschiedlichen Rechtsmitteln führen, einige davon in Form verbindlicher Vorschriften, andere wiederum nicht. Dies kann Rechtsunsicherheit für Unternehmen im Hinblick auf ihre Pflichten – und für die Nutzer in Bezug auf ihre Rechte – beim Verkauf von Produkten mit digitalem Inhalt sowohl auf nationaler Ebene als auch grenzübergreifend schaffen.

Eine Reihe von Mitgliedstaaten haben spezifische Rechtsvorschriften für Produkte mit digitalem Inhalt erlassen oder sind im Begriff, dies zu tun (nämlich das Vereinigte Königreich, die Niederlande und Irland). Dies könnte zu weiteren Unterschieden zwischen nationalen Vorschriften führen, die Unternehmen bei der Bereitstellung von Produkten mit digitalem Inhalt europaweit beachten müssten.

Rechtlicher Rahmen auf EU-Ebene

Bestimmte Aspekte des Vertragsrechts für die online-Bereitstellung von Produkten mit digitalem Inhalt sind bereits durch das EU-Recht geregelt. So enthält die Verbraucherschutzrichtlinie einheitliche Vorschriften für die Informationen, die Verbrauchern vor Vertragsabschluss zur Verfügung zu stellen sind, und über das Recht auf Widerruf des Vertrags, wenn Verbraucher Bedenken haben. Die Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen sieht Regeln für missbräuchliche Vertragsklauseln in Verbraucherverträgen vor. Allerdings gibt es keine EU-Vorschriften über andere Aspekte von Verträgen für Produkte mit digitalem Inhalt (z. B. welche Rechtsmittel zur Verfügung stehen, wenn der digitale Inhalt mangelhaft ist).

Abschnitt 1 – Probleme

1. Stimmen Sie der Analyse im Abschnitt „Hintergrund“ generell zu? Bitte erläutern Sie.

Nein, wir können der Analyse in dieser Form nicht zustimmen. Es ist zwar richtig, dass es auf EU-Ebene keine spezifischen Regelungen betreffend digitale Inhalte gibt, wenn ein Mangel besteht, weil sich die RL 1999/44 auf körperliche Waren bezieht. Der Umstand, dass es auf EU-Ebene keine spezifischen Regelungen gibt, bedeutet aber nicht, dass der Nutzer im Falle einer mangelhaften Leistung keine Rechte hat, denn diese ergeben sich wohl jedenfalls aus dem anwendbaren nationalen Recht. Wir halten es für ausgeschlossen, dass die hochentwickelten Zivilrechtsordnungen/das Verbraucherschutzrecht der einzelnen Mitgliedstaaten einem Nutzer/Erwerber einer entgeltlich erworbenen mangelhaften Leistung keine Rechtsbehelfsmöglichkeit bieten würden. Vielmehr vermissen wir bei der vorliegenden Analyse und dem nun rasch voranschreitenden und offenbar unter immensem Druck stattfindenden Konsultations- bzw. Rechtssetzungsprozess eine ausführlichere und vor allem auch leicht zugängliche Darstellung dazu, welche Rechtsbehelfsmöglichkeiten es nach dem geltendem Recht der Mitgliedstaaten in Fällen der Mangelhaftigkeit von digitalen Inhalten nun denn eigentlich gibt¹.

Für das österreichische Recht lässt sich sagen, dass für solche Verträge das Gewährleistungsrecht zum Tragen kommt, wie es in Umsetzung der RL 1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf besteht. Für das österreichische Recht ist daher auch die Aussage in der Analyse unzutreffend, dass „die Verträge die Rechte von Nutzern für den Fall einschränken können, dass die Produkte nicht ordnungsgemäß funktionieren“, denn das Gewährleistungsrecht ist gegenüber Verbrauchern zwingend, dh es kann nicht zum Nachteil des Verbrauchers vertraglich etwas anderes geregelt werden.

Aber auch im Hinblick auf die Rechtsordnungen anderer Mitgliedstaaten mutet die Aussage, dass „die Verträge die Rechte von Nutzern für den Fall einschränken können, dass die Produkte nicht ordnungsgemäß funktionieren“ doch etwas irreführend an, weil diese unvollständig ist. Nach der RL 93/13/EWG über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen gelten Klauseln als missbräuchlich, die Ansprüche des Verbrauchers gegenüber dem Unternehmer, der eine der vertraglichen Verpflichtungen ganz oder teilweise nicht erfüllt oder mangelhaft erfüllt, ausschließen oder aber auch ungebührlich (!) einschränken. Es ist also schon derzeit nach dieser EU-Richtlinie nicht so, wie die Analyse glauben macht, dass die Verträge die Rechte der Nutzer schrankenlos beschränken können.

2. Sind Sie der Ansicht, dass Nutzer beim Kauf von Produkten mit digitalem Inhalt besser geschützt werden sollten? Bitte erläutern Sie die Gründe dafür und nennen Sie konkrete Beispiele.

Nein. Die Frage scheint tendenziös. Nachdem die Kommission eine Darstellung unterlassen hat, wie der Schutz sich nach dem Recht der Mitgliedstaaten derzeit darstellt, kann auch nicht gesagt werden, dass es einen „besseren“ Schutz geben soll. Nach dem österreichischen Recht zB sind Nutzer angesichts des zwingenden Gewährleistungsrechts ausreichend geschützt.

4. Glauben Sie, dass künftige unterschiedliche nationale Rechtsvorschriften auf dem Gebiet der Produkte mit digitalem Inhalt die Geschäftstätigkeit beeinflussen können? Bitte erläutern Sie.

¹ In einem Begleitdokument der Kommission (SWD 2015) 100 final) zur Mitteilung der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt wird lediglich eine offenbar nicht breiter zugängliche Studie zitiert.

Es sind nicht die unterschiedlichen nationalen Rechtsvorschriften, die die Geschäftstätigkeit beeinflussen, sondern der Umstand, dass das in der E-Commerce-RL bereits vorgesehene Herkunftslandprinzip durch eine Ausnahme für Verbraucherverträge nicht verwirklicht wurde. Außerdem ist auch die Rechtswahlmöglichkeit nach der ROM I-Verordnung im Hinblick auf Verbraucherverträge dergestalt eingeschränkt, dass die zwingenden Vorschriften des Rechts des Wohnsitzes immer Vorrang behalten.

Abschnitt 2 – Notwendigkeit einer EU-Initiative auf dem Gebiet des Vertragsrechts für Produkte mit digitalem Inhalt

5. Die Europäische Kommission hat in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa² erläutert, dass sie einen Handlungsbedarf auf EU-Ebene sieht. Stimmen Sie dem zu? Bitte erläutern Sie.

Nein, nicht in dem Sinne einer übereilten, neuen Rechtssetzungsvorschläge, wie es offenbar intendiert wird, sondern im Sinne einer Evaluierung des bestehenden Rechtsrahmens. Aus unserer Sicht sollten zunächst insbesondere auch die Wirkungen der RL über Verbraucherrechte auf den grenzüberschreitenden Vertrieb von digitalen Inhalten evaluiert werden. Insbesondere bedarf es - wie oben ausgeführt - zunächst einer ausführlicheren Darstellung wie sich die Rechtslage nach dem anwendbaren Recht der Mitgliedstaaten derzeit darstellt.

6. Die Europäische Kommission hat in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt einen Vorschlag angekündigt, mit dem harmonisierte EU-Vorschriften für den Online-Erwerb von Produkten mit digitalem Inhalt eingeführt werden sollen. Andere Ansätze umfassen z. B. die Entwicklung eines freiwilligen Mustervertrags, den Verbraucher und Unternehmen für ihre grenzübergreifenden elektronischen Geschäfte nutzen könnten, oder eine Mindestharmonisierung. Wie stehen Sie zu dem Ansatz, der in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt vorgeschlagen wurde?

Wie bereits ausgeführt, erachten wir den Ansatz, einen Rechtssetzungsvorschlag für harmonisierte Vorschriften vorzulegen, als voreilig.

Da ein solcher Vorschlag offenbar im Sinne einer Vollharmonisierung ins Auge gefasst wird, möchten wir in Erinnerung rufen, dass sich dieser Ansatz - der grundsätzlich zwar als am zweckmäßigsten zu beurteilen ist - bei den Diskussionen zur Verbraucherrechte-RL und den dort dann gestrichenen Kapiteln über Gewährleistung und missbräuchliche Klauseln letztlich als im Grunde nicht machbar erwiesen hat. Jeder Mitgliedstaat hat versucht, in jedem Bereich sein punktuell vielleicht höheres Niveau aufrecht zu erhalten. Somit birgt der Vollharmonisierungsansatz die immense Gefahr eines Hinaufschraubens von Verbraucherrechten auf ein schwindelerregendes Höchstniveau, das eine faire Balance der Rechte der Vertragspartner völlig außer Acht lässt, was keinesfalls akzeptabel wäre.

Der mögliche Ansatz einer Mindestharmonisierung wäre jedenfalls ein verfehelter Weg, würde doch damit gerade keine Harmonisierung erreicht, die einheitliche Regelungen schafft.

Ein Mustervertrag scheint nur auf den ersten Blick als eine verlockende, weil weniger einschneidende Maßnahme als ein verbindliches rechtliches Instrument. Allerdings müsste ein solcher Mustervertrag - damit er rechtssicher EU-weit verwendet werden könnte - so gestaltet sein, dass er in jedem einzelnen Punkt das höchste Niveau jedes einzelnen

² Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa, COM(2015)192 final.

Mitgliedsstaats widerspiegelt. Eine ausgewogene Gestaltung der gegenseitigen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien kann damit mit Sicherheit nicht gefunden werden. Ein solcher Mustervertrag würde aber von den Unternehmen wohl nicht angenommen werden. Wie bereits ausgeführt sind es nicht die - wahrscheinlich bestehenden - Unterschiede im Vertragsecht der Mitgliedstaaten, die vielleicht einen, aber sicher den alleinigen Aspekt darstellen, nicht grenzüberschreitend tätig zu werden, sondern - jedenfalls was das Vertragsrecht betrifft - der Umstand, dass es einem Unternehmer bei Verbrauchergeschäften nicht möglich ist, dem Vertrag „sein“ eigenes Recht zugrunde zu legen, weil das Herkunftslandprinzip der E-Commerce-Richtlinie durch eine Ausnahme für Verbrauchergeschäfte nicht verwirklicht ist und die ROM-I-Verordnung auch eine „echte“ Rechtswahlvereinbarung zugunsten des Rechts der Niederlassung des Unternehmers bei Verbraucherverträgen nicht ermöglicht, weil die zwingenden Verbraucherschutzvorschriften des Wohnsitzrechts des Verbraucherschutzes immer zu beachten sind. Dieser Aspekt stellt das eigentliche Problem dar und sollte daher verfolgt werden und das Herkunftslandprinzip verwirklicht werden.

Auch bei Verfolgung dieses Ansatzes wäre es aber geboten, eine Erhebung und vor allem der breiten Öffentlichkeit zugängliche Darstellung des geltenden Rechts der Mitgliedstaaten in diesem Bereich vorzunehmen.

Abschnitt 3 – Anwendungsbereich der Initiative

7. Sind Sie der Meinung, dass die Initiative Geschäfte zwischen Unternehmen und Verbrauchern oder lediglich Geschäfte zwischen Unternehmen abdecken sollte? Bitte erläutern Sie.

Für Geschäfte zwischen Unternehmen muss dem Grundsatz der Vertragsfreiheit Rechnung getragen werden. Auch kann sich im B2B-Bereich die Problematik, dass 28 verschiedene Rechtsordnungen zu beachten sind, nicht stellen, denn auf die jeweiligen Verträge kommt nach der ROM-I-VO ohnehin das Recht des Unternehmers, der die digitalen Inhalte anbietet, zur Anwendung.

10. Produkte mit digitalem Inhalt können im Gegenzug zu unterschiedlichen Formen von Gegenleistungen erbracht werden. Welche der nachfolgend genannten Gegenleistungen sollten unter die Initiative fallen (bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Sie für relevant halten)?

- X Geld;**
- personenbezogene oder sonstige Daten, die aktiv durch die Nutzer bereit gestellt werden (z. B. durch Registrierung);
- vom Unternehmen erhobene Daten (z. B. die IP-Adresse oder statistische Informationen);
- vom Nutzer benötigte Tätigkeit, um Zugang zu digitalen Inhalten zu erhalten (z. B. durch Anschauen eines Werbevideos oder Anklicken einer anderen Homepage).

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

Es wäre nicht angemessen, digitale Inhalte, die ohne finanzielle Gegenleistung erworben werden, demselben Regelungsregime zu unterstellen. Finanziell unentgeltliche Geschäfte würden damit wohl nur noch sehr eingeschränkt angeboten werden. Dies wäre wohl auch nicht im Interesse der Nutzer.

Abschnitt 4 – Inhalt einer Initiative

Qualität der Produkte mit digitalem Inhalt

12. Sollte die Qualität der Produkte mit digitalem Inhalt durch Folgendes sichergestellt werden:

- Subjektive Kriterien (nur im Vertrag festgelegte Kriterien);
- objektive Kriterien (gesetzlich vorgeschriebene Kriterien);
- eine Mischung aus beiden?

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

Bei einer allfälligen Rechtsetzungsinitiative im Hinblick auf Rechtsmittel im Falle von nicht vertragsgemäßer Leistung kann es nicht um die Frage der „Sicherstellung der Qualität der Produkte“ gehen. Das Vertragsrecht ist jedenfalls nicht der Ort um „Qualitätskriterien“ für Produkte festzulegen. Entscheidend ist, was der Maßstab für die Beurteilung der Frage ist, ob eine Leistung vertragsgemäß ist oder nicht und das kann primär nur der Vertrag sein. Dafür bietet Art 2 der RL 1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf ein auch für digitale Inhalte taugliches Regelungsregime.

13. Wenn sich Nutzer über fehlerhafte Produkte beschweren, sollten dann

- X Nutzer den entsprechenden Nachweis für diese fehlerhaften Produkte erbringen;**
- Händler den entsprechenden Nachweis für nicht fehlerhafte Produkte erbringen, wenn sie der Auffassung sind, dass die Beschwerde unbegründet ist?

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

Den Nachweis, dass das Produkt fehlerhaft ist, hat jedenfalls der Erwerber/Nutzer zu erbringen. Würde hier eine andere Regelung vorgesehen, wonach der Händler den Nachweis der „Nichtfehlerhaftigkeit“ erbringen müsste, käme das einer Vermutung gleich, dass alle Produkte grundsätzlich immer mangelhaft bzw nicht vertragsgemäß geliefert würden, was eine der Realität völlig widersprechende und daher untragbare gesetzliche Vermutung darstellen würde.

Rechtsmittel für fehlerhafte Produkte mit digitalem Inhalt

14. Welches sind die wichtigsten Maßnahmen, von denen Nutzer im Falle fehlerhafter Produkte mit digitalem Inhalt profitieren sollten (bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Sie für relevant halten)?

- Lösung des Problems bei dem Produkt mit digitalem Inhalt, so dass die im Vertrag zugesicherte Qualität gewährleistet ist;
- Abschlag;
- Kündigung des Vertrags (einschließlich Erstattung);
- Schadenersatz;
- Sonstiges (bitte angeben).

Es sollten die Rechtsmittel zustehen, die auch die RL 1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf vorsieht. Die dort vorgesehene Hierarchie der Behelfe ist beizubehalten. Regelungen zum Schadenersatz sollten jedenfalls nicht von einem neuen Instrument erfasst werden, sondern sich nach dem anwendbaren Recht richten. Dies sollte nach unserem Dafürhalten das Recht der Niederlassung des Unternehmers sein (Herkunftslandprinzip)

15. Sollten Nutzer über dieselben Rechtsmittel für Produkte mit digitalem Inhalt verfügen wie bei einer Gegenleistung, bei der es sich nicht um Geld handelt (z. B. die Bereitstellung personenbezogener Daten)? Bitte erläutern Sie.

Nein. Siehe auch Antwort zu Frage 10

16. Sollten Nutzer das Recht haben, um unbefristet gültige Rechtsmittel zu ersuchen, oder sollte eine bestimmte Frist nach dem Erwerb von Produkten mit digitalem Inhalt oder der Feststellung eines Fehlers bei diesen Produkten gelten? Bitte erläutern Sie.

Im Interesse der Rechtssicherheit und Kalkulierbarkeit ist jedenfalls eine Befristung erforderlich, die vom Erwerb des Produkts an läuft. Dieser Zeitpunkt ist leicht feststellbar, während ein Anknüpfen des Fristbeginns an den Zeitpunkt der Feststellung des Fehlers schwer überprüfbar ist und damit Streitigkeiten über den Fristbeginn vorprogrammiert wären.

17. Sollte eine einzige Frist oder sollten zwei unterschiedliche Fristen festgesetzt werden, d. h. eine für den Zeitraum, in dem der Fehler entdeckt wird und eine, innerhalb deren Nutzer ihre Rechtsmittel ausüben müssen? Bitte erläutern Sie.

Eine einzige Frist.

18. Welche Frist(en) ist/sind Ihrer Meinung nach angemessen? Bitte erläutern Sie.

Jedenfalls nicht mehr als 2 Jahre.

19. Wenn ein Anspruch auf Schadenersatz besteht, unter welchen Bedingungen sollte dieses Rechtsmittel gewährt werden? Sollte sich z. B. die Haftung auf den Ausfall des Händlers gründen oder streng gehandhabt werden (unabhängig vom Vorliegen eines Ausfalls)?

Wir weisen darauf hin, dass die deutsche Übersetzung des gegenständlichen Fragebogens im Vergleich zur englischen Fassung offenkundig fehlerhaft ist und nicht wiedergibt, worauf sie eigentlich abzielt. In der englischen Fassung lautet die Frage folgendermaßen:

„If there is a right to damages, under which conditions should this remedy be granted? For example, should liability be based on the trader’s fault or be strict (irrespective of the existence of a fault)?“

Sie zielt daher darauf ab, ob eine allfällige schadenersatzrechtliche Haftung des Unternehmers als Verschuldenshaftung oder als „Gefährdungshaftung“ ohne Vorliegen eines Verschuldens ausgestaltet sein sollte. Zunächst möchten wir nachdrücklich dafür plädieren, das Schadenersatzrecht jedenfalls auszuklammern und dem anwendbaren Recht - und zwar des Anbieters der Leistung (Herkunftslandprinzip) - zu überlassen.

Unabhängig davon erachten wir schon die in der Fragestellung zum Ausdruck kommende Überlegung der Statuierung einer von einem Verschulden unabhängigen Haftung und damit

„Gefährdungshaftung“ als überaus bedenklich und daher abzulehnen. Siehe dazu insbesondere die Ausführungen zu Frage 46.

20. Sollte es möglich sein, für Schäden vor allem in Form von Gutschriften aufzukommen (zusätzliche Mittel für künftige Leistungen)? Bitte erläutern Sie.

Das sollte der vertraglichen Vereinbarung unterliegen können.

Zusätzliche Ansprüche

21. Sollten Nutzer in der Lage sein, langfristige Verträge (Abonnementsverträge) für Produkte mit digitalem Inhalt zu beenden?

- Ja
- Nein

Die Frage lässt sich nicht mit einem Ja oder Nein beantworten. Es ist zunächst nicht erkennbar, was unter „langfristig“ in der vorliegenden Fragestellung verstanden wird. Sofern unter einem „langfristigem Vertrag“ auch ein auf unbestimmte Zeit abgeschlossener, also unbefristeter Vertrag verstanden wird, kann dieser - unter Einhaltung einer angemessenen Kündigungsfrist - gekündigt werden.

Wenn unter „langfristigen“ Verträgen von vornherein auf eine bestimmte Dauer ausgerichtete Verträge, somit also befristete Verträge, verstanden werden, so gilt es zu bedenken, dass sich die Dauer einer Bindung regelmäßig auf die Kalkulation und somit auf die Preisgestaltung auswirken wird. Ein vielleicht mit 24 Monaten befristeter Vertrag wird preislich für den Kunden günstiger sein, als ein Vertrag mit einer Bindung für 6 Monate. Die Gestaltung derartiger Geschäftsmodelle sollte im Interesse der unternehmerischen Freiheit und der Erhaltung von Wahlfreiheit der Kunden nicht unmöglich gemacht werden, was aber wohl zu befürchten wäre, wenn grundsätzlich auch befristete Verträge, selbst dann, wenn diese eine nicht unangemessen lange Bindungsfrist vorsehen, gekündigt werden können.

22. Im Falle einer Bejahung von Frage 21, geben Sie bitte an, unter welchen Bedingungen und nach welchen Modalitäten Nutzer in der Lage sein sollten, den Vertrag zu kündigen (bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Sie für relevant halten)?

- Die Kündigung sollte im Voraus erfolgen.
- Die Kündigung sollte einer Kündigungsfrist unterliegen.
- Nutzer erhalten die Möglichkeit, ihre Daten zurückzugewinnen.
- Der Händler darf die Nutzerdaten nicht weiter verwenden.
- Sonstiges (bitte angeben).

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

Wir verweisen zunächst auf unsere Anmerkungen zu Frage 21, die aufzeigen, dass jedenfalls nicht klar ist, was überhaupt mit „langfristigen“ Verträgen gemeint ist. Eine Beantwortung von Frage 22 ist daher durch Ankreuzen der vorgesehenen Optionen nicht möglich. Grundsätzlich hat eine Kündigung jedenfalls im Voraus zu erfolgen und einer angemessenen Kündigungsfrist zu unterliegen.

Die zur Auswahl stehende Aussage, dass Nutzer die Möglichkeit erhalten sollen, „ihre Daten zurückzugewinnen“, und die Aussage, dass der Händler die „Nutzerdaten“ nicht weiter

„verwenden“ darf, dürften wohl leicht dazu verleiten, diese anzukreuzen. Es ist allerdings nicht klar, um welche „Nutzerdaten“ es hier eigentlich geht und was zB unter einer „Verwendung“ von Nutzerdaten gemeint ist.

Die „Verwendung von Daten“ unterliegt dem Regelungsregime des Datenschutzes, das derzeit gerade durch die Datenschutzgrundverordnung neu gestaltet wird. Es ist aus bestimmten Gründen unerlässlich und datenschutzrechtlich daher auch jedenfalls zulässig, bestimmte „Nutzerdaten“ auch nach Beendigung einer vertraglichen Beziehung weiter „zu verwenden“ (zB auf Grund gesetzlicher Aufbewahrungspflichten; für den Fall der Geltendmachung allfälliger Schadenersatzansprüche durch den Kunden auch nach Beendigung des Vertrages etc).

Ein allfälliges vertragsrechtliches Instrument über Verträge mit digitalen Inhalten soll keinesfalls ein datenschutzrechtliches Sonderregime schaffen. Eine Abstimmung und Kohärenz mit den nach dem Datenschutzrecht bestehenden bzw zu schaffenden Parameter ist daher dringend geboten. Es ist daher auch nicht nachvollziehbar, weshalb in diesem Konsultationsdokument Themenbereiche abgefragt werden, die im Rahmen der Datenschutzgrund-VO geregelt werden.

23. Sollten Nutzer im Falle einer Vertragskündigung in der Lage sein, die Inhalte, die sie erstellt haben und die beim Händler gespeichert sind, zurückzugewinnen, um sie auf einen anderen Händler zu übertragen?

- Ja
- Nein

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Es ist nicht nachvollziehbar, weshalb in diesem Konsultationsdokument Themenbereiche abgefragt werden, die im Rahmen der Datenschutzgrund-VO geregelt werden. Wir weisen diesbezüglich auf Art 18 der in Verhandlung stehenden Datenschutzgrund-VO hin.

24. Im Falle einer Bejahung von Frage 23, geben Sie bitte an, unter welchen Bedingungen dies erfolgen sollte (bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Sie für relevant halten)?

- Kostenlos.
- Innerhalb einer angemessenen Frist.
- Ohne erhebliche Unannehmlichkeiten.
- In einem allgemein verwendeten Format.
- Sonstiges (bitte angeben).

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

Es ist nicht nachvollziehbar, weshalb in diesem Konsultationsdokument Themenbereiche abgefragt werden, die im Rahmen der Datenschutzgrund-VO geregelt werden. Wir weisen diesbezüglich auf Art 18 der in Verhandlung stehenden Datenschutzgrund-VO hin.

25. Welche Maßnahmen sollte der Händler nach Vertragskündigung ergreifen dürfen, um eine weitere Nutzung der digitalen Inhalte zu verhindern?

- X Deaktivierung des Nutzerkontos.**
- X Rückgriff auf technische Schutzmaßnahmen, um die Nutzung der Produkte mit digitalem Inhalt zu blockieren.**
- Sonstiges (bitte angeben).

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

26. Sollte der Händler in der Lage sein, die Merkmale von Produkten mit digitalem Inhalt zu ändern, die sich auf die Qualität oder die Bedingungen für die Nutzung dieser Produkte auswirken?

Wir weisen darauf hin, dass Änderungen des Leistungsgegenstandes, wenn diese zumutbar sind, selbst in AGB zulässigerweise vereinbart werden können. Dies muss jedenfalls auch für Verträge über digitale Inhalte möglich sein.

Unabhängig davon gilt es insbesondere zu berücksichtigen, dass gerade bei Verträgen über digitale Inhalte eine Adaptierung und damit auch Änderung der Produkte zur Gewährleistung der Nutzbarkeit jedenfalls erforderlich sein kann.

27. Im Falle einer Bejahung von Frage 26 unter welchen Bedingungen sollte der Händler die Merkmale von Produkten mit digitalem Inhalt ändern können, die sich auf die Qualität oder die Bedingungen für die Nutzung dieser Produkte auswirken:

- X Der Vertrag sieht diese Möglichkeit vor.**
- Der Verbraucher wird im Voraus benachrichtigt.
- Der Verbraucher kann von Gesetzes wegen den Vertrag kostenlos kündigen.
- Sonstiges (bitte angeben).
-

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

TEIL 2 – ONLINE-VERKAUF VON SACHGÜTERN

Hintergrund

2014 kauften 50 % der EU-Verbraucher online gegenüber 30 % 2007. Mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 22 % machten die Verkäufe von Sachgütern im Online-Einzelhandel 2014 mehr als 200 Mrd. EUR aus und erreichten einen Anteil von 7 % des gesamten Einzelhandels in der EU-28. Die Strategie der Kommission für einen digitalen Binnenmarkt hat gezeigt, dass dieses wirtschaftliche Potenzial durch die Beseitigung von Hindernissen weiter entfaltet werden sollte.

Wenn sich Händler entscheiden, nicht außerhalb ihres heimischen Markt zu verkaufen, kann dies die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher einschränken und niedrigere Preise durch mangelnden Wettbewerb verhindern. Derzeit könnten Händler durch Unterschiede im Vertragsrecht von einer grenzübergreifenden Tätigkeit abgehalten werden, die Kosten für Händler verursachen können, die ihre Verträge anpassen, oder das rechtliche Risiko für jene, die dies nicht tun, erhöhen könnten. Je nach Mitgliedstaat haben Verbraucher z. B. zwei oder fünf Jahre oder die gesamte Lebensdauer des gekauften Produkts, um ihre Rechte geltend zu machen. Bei Geschäften zwischen Unternehmen, bei denen keine spezifischen EU-Vorschriften existieren, können Verhandlungen über das anwendbare Recht ebenfalls Kosten verursachen.

Rechtlicher Rahmen auf EU-Ebene

In Bezug auf Produkte mit digitalem Inhalt wurden bestimmte Aspekte des Vertragsrechts für den Online-Erwerb von Sachgütern bereits vollständig harmonisiert. So enthält vor allem die Verbraucherschutzrichtlinie einheitliche Vorschriften für die Informationen, die Verbrauchern vor Vertragsabschluss zur Verfügung zu stellen sind, und über das Recht auf Widerruf des Vertrags, wenn Verbraucher Bedenken haben. Die Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen sieht Regeln für missbräuchliche Standardvertragsklauseln in Verbraucherverträgen vor. Im Gegensatz zu den Produkten mit digitalem Inhalt sind die Rechtsmittel bei fehlerhaften Sachgütern auch bei Geschäften zwischen Unternehmen und Verbrauchern bereits auf EU-Ebene reguliert (im Rahmen der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Garantien für Verbrauchsgüter.). Diese Harmonisierung legt jedoch nur Mindeststandards fest: Die Mitgliedstaaten haben die Möglichkeit, einen Schritt weiter zu gehen und Anforderungen zugunsten der Verbraucher aufzunehmen. Viele Mitgliedstaaten haben von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht - zu unterschiedlichen Zeitpunkten und in unterschiedlichem Ausmaß.

Abschnitt 1 – Probleme

29. Stimmen Sie der Analyse im Abschnitt „Hintergrund“ generell zu? Bitte erläutern Sie.

Nein, wir stimmen der Analyse nicht zu. Dies insbesondere deshalb, weil diese unvollständig und zum Teil zudem missverständlich ist. Richtig ist, dass es bereits eine Vielzahl, ja einen Dschungel von europäischen (und nationalen) Vorgaben gibt, die im E-Commerce für Unternehmen zu beachten sind. Richtig ist auch, dass die Verbraucherrechte-Richtlinie (es liegt ein Übersetzungsfehler vor, wenn hier von „Verbraucherschutzrichtlinie“ offenbar als Übersetzung für „Consumer Rights Directive“ gesprochen wird) wichtige Aspekte und zwar erst kürzlich vollharmonisiert hat. Missverständlich ist aber, dass die Analyse den Eindruck erweckt, als sei dies - nur oder

primär - „in Bezug auf Produkte mit digitalen Inhalten“ der Fall. Die Verbraucherrechte-Richtlinie hat für den Fernabsatz gerade auch von Sachgütern ein neues und - zum Teil - vollharmonisiertes und für die Unternehmen hoch komplexes Regelungsregime geschaffen und zwar auf einem immens hohen Verbraucherschutzniveau. Insbesondere hat diese das Widerrufsrecht mit einer Rücktrittsfrist von 14 Tagen vollständig harmonisiert.

Unrichtig bzw missverständlich ist aber auch, dass die Analyse den Eindruck erweckt, dass die Verbraucherrechte-Richtlinie „einheitliche Vorschriften“ über die dem Verbraucher zu erteilenden, vorvertraglichen Informationen enthält. Die englische Fassung dieser Analyse führt sogar aus, dass die CRD diese Informationspflichten vollharmonisiert hat („...has fully harmonised...“).

Richtig ist dagegen, dass gerade auch in diesem Punkt der vorvertraglichen Informationspflichten eine echte, für die Unternehmen verlässliche und rechtsichere Vollharmonisierung gerade nicht erreicht werden konnte. Vielmehr wurden neue, zum Teil ausufernde und komplexe Informationspflichten mit der Verbraucherrechte-Richtlinie neu geschaffen und jenen nach anderen Richtlinien, insb der E-Commerce-Richtlinie und der Dienstleistungs-Richtlinie „dazugestellt“. Wir verweisen auf Art 6 (8) Verbraucherrechte-Richtlinie, wonach die Informationspflichten zusätzlich zu den Informationspflichten nach der RL 2006/123/EG und der RL 2000/31/EG gelten. Aber dem nicht genug, sind doch die Mitgliedstaaten gem Art 6 (8) Verbraucherrechte-RL zudem nicht daran gehindert, „*zusätzliche Informationspflichten im Einklang mit jenen Richtlinien vorzusehen*“. Es hat sich somit sogar in diesem Punkt gezeigt, dass der Vollharmonisierungsansatz gescheitert ist u zwar mit der Folge, dass ein Unternehmer, der wirklich rechtssicher auch in anderen Staaten verkaufen möchte, für jeden dieser Mitgliedstaaten ua Rechtsauskünfte einholen müsste, ob in diesem - im Einklang mit der Dienstleistungs-Richtlinie und der E-Commerce-Richtlinie - „zusätzliche“ Informationspflichten bestehen.

Die Kommission hatte aufgrund des Art 29 der Verbraucherrechte-RL 2011/83 ua die Berichte der Mitgliedstaaten einzuholen, ob diese von dieser Möglichkeit Gebrauch machen. Die Informationen wären gem Art 29 ua den Unternehmen leicht zugänglich auf einer Webseite zu veröffentlichen. Wie unsere Recherche ergeben hat, sind diese Berichte zwar auf der Webseite auch veröffentlicht, wir zweifeln aber zunächst, dass diese das Kriterium „leicht zugänglich“ erfüllen. Mit einer Schlagwortsuche in der eigenen Amtssprache des Unternehmers (zB im Falle eines österr. Unternehmers in Deutsch) scheint es jedenfalls nicht möglich, diese zu finden. Die Informationen stehen zudem nur in einer Arbeitsübersetzung in Englisch zur Verfügung. Die Webseiten sind zudem auch nicht übersichtlich gestaltet. Auch hegen wir Zweifel, ob der Vollständigkeit der Inhalte. Dass - so der kursorische Überblick der Kommission - mit einer Ausnahme - keiner der Mitgliedstaaten zusätzliche Informationspflichten auf Grundlage des Art 6 (8) der RL 2011/83/EG aufrecht erhalten habe, mutet insofern etwas überraschend an, als den Mitgliedstaaten bei den Verhandlungen über diese RL gerade diese Ausnahme vom Vollharmonisierungsansatz besonders wichtig gewesen sein dürfte.

Jedenfalls ist diese auf der EU-Homepage zur Verfügung gestellte Information wohl auch nicht wirklich verlässlich und rechtsicher, sondern unverbindlich. Einem Unternehmer wird dennoch nicht die Bürde abgenommen, rechtliche Recherchen in den jeweiligen Mitgliedstaaten vornehmen zu müssen.

30. Sind Sie der Ansicht, dass Nutzer beim Online-Kauf von Sachgütern in der EU einheitliche Rechte haben sollten? Bitte erläutern Sie die Gründe dafür und nennen Sie konkrete Beispiele.

Verbraucher haben beim Online-Kauf europaweit einheitlich ein Widerrufsrecht innerhalb einer Frist von 14 Tagen. Diese neue, und im Vergleich zur Fernabsatz-Richtlinie von 7 auf 14 Tagen verlängerte Frist wurde erst vor etwas mehr als einem Jahr durch die Umsetzung der Richtlinie über Verbraucherrechte eingeführt. Insbesondere was das Widerrufsrecht betrifft haben Käufer somit bereits einheitliche Rechte auf sehr, sehr hohem Niveau. Es sollte zunächst abgewartet und überprüft werden, wie sich diese vollharmonisierte Regelung auf den E-Commerce auswirkt.

Hinsichtlich anderer wichtiger Bereiche gibt es sehr hohe, durch Richtlinien europaweit harmonisierte Mindeststandards. Derzeit wird somit kein Bedarf gesehen, dass es „weitere einheitliche Rechte“ geben soll.

31. Passen Internethändler ihren Vertrag an das Recht des jeweiligen Mitgliedstaats an, in dem sie verkaufen wollen? Wenn ja, treffen sie dabei auf Schwierigkeiten/ Kosten? Bitte erläutern Sie.

Wenn Internethändler grenzüberschreitend verkaufen wollen, dann müssen sie - jedenfalls sofern sie Allgemeine Geschäftsbedingungen verwenden, was aber nicht zwingender Maßen notwendig ist - insbesondere diese AGB dahingehend überprüfen (lassen), ob diese auch nach dem Recht des Wohnsitzes des Verbrauchers vereinbar sind. Dies ist ohne Inanspruchnahme juristischer Beratung im betreffenden Staat wohl nicht möglich. Sonst droht insb. zB im Fall eines österreichischen Händler im Verhältnis zu Deutschland eine Abmahnung oder Unterlassungsklage durch deutsche Mitbewerber oder Verbände auf Basis des UWG oder durch Verbraucherverbände. Dies kommt in der Praxis leider auch häufig vor.

Dies ist aber eine Folge ua der Sonderbestimmung der ROM I-Verordnung, denn nach dieser kommt im Unterschied zu B2B-Verträgen auf den Vertrag nicht das Recht des Verkäufers zur Anwendung, sondern grundsätzlich das Recht des Wohnsitzes des Verbrauchers. Selbst wenn vertraglich das Recht des Verkäufers vereinbart würde, darf durch diese Vereinbarung dem Verbraucher nicht der zwingende Schutz seines „Heimatrechts“ entzogen werden. Außerdem sieht auch die E-Commerce-RL eine Ausnahme vom dort an sich vorgesehenen Herkunftslandprinzip für Verbraucherverträge vor.

32. Halten diese Schwierigkeiten und Kosten Händler Ihrer Meinung nach davon ab, überhaupt oder in stärkerem Maße am grenzübergreifenden elektronischen Handel teilzunehmen? Bitte erläutern Sie.

Das ist sicher nicht der einzige Faktor. Wir verweisen zunächst auf die Antwort zu Frage 31. Dass ein Unternehmen am grenzüberschreitenden Handel nicht teilnimmt, ist aber neben vielen anderen Faktoren zB auch eine logische Konsequenz der europäischen (Verbraucherrechts-)gesetzgebung im Bereich der gerichtlichen Zuständigkeit (Europäische Gerichtsstands- und Vollstreckungs-VO). Wenn ein Unternehmen damit rechnen muss, bei einem Verkauf ins Ausland im Beanstandungsfall ohne Weiteres (nach der Judikatur des EuGH ist ein „Ausrichten“ einer Website auf einen nationalen Markt schnell gegeben) letztlich vor einem ausländischen Gericht geklagt zu werden, wird eine Kosten-Nutzen-Rechnung in vielen Fällen und vor allem bei KMU dazu führen müssen, dass einer an sich möglichen und gewünschten Expansion auf den ausländischen Markt ein beträchtliches finanzielles und rechtliches Risiko gegenübersteht. Im Ergebnis werden aufgrund dieser gesetzlichen Vorgaben Unternehmen zu einer Einschränkung ihres Geschäftsbereiches gezwungen.

Außerdem gilt es zu bedenken, dass insbesondere von Start-Ups und KMU Webshops durchaus in der Anfangsphase nur für den regionalen Vertrieb und erst in einer weiteren Aufbauphase für den österreichweiten und dann allenfalls grenzüberschreitenden Vertrieb verwendet werden, erfordert dies doch die Etablierung ua auch neuer logistischer Prozesse etc.

Abschnitt 2 – Notwendigkeit einer EU-Initiative auf dem Gebiet des Vertragsrechts für den Online-Verkauf von Sachgütern

33. Die Europäische Kommission hat in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa erläutert, dass sie einen Handlungsbedarf auf EU-Ebene sieht. Stimmen Sie dem zu? Bitte erläutern Sie.

Nein, wir sehen derzeit keinen Handlungsbedarf, jedenfalls nicht in dem Sinne eines verbindlichen neuen Rechtsaktes mit materiell-rechtlichen Regelungen, wie ihn die Kommission offenbar anpeilt. Wir sehen Handlungsbedarf in dem Sinne, dass zunächst die Wirkung der Verbraucherrechte-Richtlinie auf den E-Commerce evaluiert wird und deren Unzulänglichkeiten und Fehler behoben werden. Auch sollte zunächst abgewartet und evaluiert werden, wie sich die neuen EU Vorgaben für ADR/ODR auf den E-Commerce auswirken, denn auch deren erklärtes Ziel ist es, den grenzüberschreitenden E-Commerce anzukurbeln. Nicht ein neuer Rechtsetzungsvorschlag, sondern eine Evaluierungsphase ist geboten.

34. Die Europäische Kommission kündigte in ihrer Strategie für einen digitalen Binnenmarkt die Vorlage eines Vorschlags an, dem zufolge sich Händler auf ihre einschlägigen nationalen Rechtsvorschriften stützen können, die wiederum auf einem ausgewählten Paket wichtiger verbindlicher EU-Vertragsrechte für den inländischen und grenzübergreifenden Online-Verkauf von Sachgütern basieren, die in der EU zu vereinheitlichen wären. Andere Ansätze umfassen z. B. die Entwicklung eines freiwilligen Mustervertrags für Interessengruppen, den Verbraucher und Unternehmen für ihre grenzübergreifenden elektronischen Geschäfte nutzen könnten. Wie stehen Sie zu dem Ansatz, der in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt vorgeschlagen wurde?

Um das Regulierungsumfeld für die Unternehmen so zu gestalten, dass es ihnen hilft cross border zu verkaufen, bedarf es keiner neuen materiell-rechtlichen Rechtsakte, sondern der Verwirklichung des Herkunftslandprinzips. Dieses ist ohnehin schon nach der E-Commerce-RL vorgesehen, aber durch die Ausnahme „vertragliche Schuldverhältnisse in Bezug auf Verbraucherverträge“ (Ausnahmen zu Art 3 im Anhang zur E-Commerce-RL) ziemlich zahlos geblieben. Diese Ausnahme wäre zu streichen. Eine andere Möglichkeit wäre es, die Rechtswahlmöglichkeit für das Recht des Herkunftslandes des Unternehmers nach der ROM I - VO bei Verbraucherverträgen uneingeschränkt zu ermöglichen. Derzeit stellt die Einschränkung, dass durch eine Rechtswahlvereinbarung dem Verbraucher nicht der Schutz entzogen werden darf, der ihm nach dem Recht seines Heimatstaates gewährt wird, ein zentrales Hindernis für cross border-Verkäufe dar.

Es ist befremdlich, dass die Kommission diesen Ansatz der Verwirklichung des Herkunftslandprinzips im gegenständlichen Konsultationsdokument nicht zur Diskussion stellt, sondern nur in ihrem „Inception Impact Assessment“, das zwar im Internet, aber nicht in der Breite wie das gegenständliche Konsultationsdokument zugänglich ist. Darin wird ausgeführt, dass dieser Ansatz den grenzüberschreitenden E-Commerce ankurbeln würde. Der in diesem Dokument zum Ausdruck gebrachten Befürchtung, dass die Anwendung des Herkunftslandprinzips dazu führen würde, dass damit Verbraucher auch mit dem Recht von Drittstaaten konfrontiert würden, und damit nicht den Schutz der

Mindeststandard nach den EU-Regelungen hätten, ließe sich leicht dadurch begegnen, dass das Herkunftslandprinzip eben nur für in der EU niedergelassene Unternehmen vorgesehen würde.

Wir rufen in Erinnerung, dass zu dem Zeitpunkt, als die Ausnahme vom Herkunftslandprinzip für Verbraucherverträge Eingang in die E-Commerce-RL gefunden hat, die Ausgangslage eine andere als heute war. Bei Verabschiedung der E-Commerce-RL waren die nationalen Bestimmungen zur Umsetzung der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf noch nicht einmal in Kraft getreten. Zum damaligen Zeitpunkt gab es für den Fernabsatz, nach der Fernabsatz-RL nur eine Mindestharmonisierung, während nun durch die Verbraucherrechte-RL insbesondere das Widerrufsrecht vollharmonisiert ist. Im Sinne der Vermeidung neuer Regulierung sollte unseres Erachtens die Zeit reif sein für gegenseitiges Vertrauen in die hoch entwickelten Zivilrechtsordnungen und Verbraucherschutzregelungen der einzelnen Mitgliedstaaten.

Der Ansatz der Kommission zunächst einen verbindlichen Sockel an vertragsrechtlichen EU-Bestimmungen für den Verkauf von Sachgütern zu schaffen und es den Händlern erst auf Basis eines solchen zu ermöglichen auf ihr einzelstaatliches Recht zurückzugreifen, erscheint dagegen weder notwendig noch unter dem Blickwinkel der Rechtssicherheit sinnvoll. Jegliche neue EU-Rechtsakte erzeugen über lange Zeit hinweg Rechtsunsicherheit. Allein die erst kürzlich in Kraft getretenen neuen Vorgaben nach der Verbraucherrechte-RL werfen zB unzählige Auslegungsprobleme auf.

Die Anwendung des Herkunftslandprinzips und damit des einzelstaatlichen Rechts des Verkäufers ist auch unter diesem Blickwinkel vorzuziehen, da damit auch der Rückgriff auf die dazu bereits bestehende Judikatur möglich ist. Rechtssetzungsvorhaben der EU stehen unter zunehmender Kritik der Überregulierung. Auch aus diesem Grund sollten sich neue Regelungsvorhaben auf das geringst notwendige Maß beschränken.

Als flankierende Maßnahmen könnte vorgesehen werden, dass zB der Unternehmer deutlich darauf hinweist, dass auf den Vertrag „sein Recht“ zur Anwendung kommt. Es könnte auch vorgesehen, dass jeder Mitgliedstaat! (nicht die Unternehmer!) eine Darstellung seiner „wesentlichen“ Bestimmungen (zB zu Gewährleistung, missbräuchlichen Klauseln) erstellt, diese dann von der Kommission auf einer Homepage in allen Amtssprachen übersetzt abrufbar gehalten werden, und die Händler auf ihrer Homepage einen Link zu diesen Informationen setzen. Jeder mündige Verbraucher, der bei einem Händler auf Basis des Rechts Händlers kaufen möchte, könnte sich damit einen Überblick über das Rechts des Herkunftslandes des Unternehmers verschaffen.

Eine - zumindest erste - Grundlage für die Darstellung der Rechtslage in den einzelnen Mitgliedstaaten könnten die Berichte der Mitgliedstaaten sein, die diese auf Grund der Berichtspflichten nach Art 29, 32 und 33 der Verbraucherrechte-RL ohnehin zu erstellen hatten und die die Kommission - an sich leicht zugänglich - auf einer speziellen Webseite zu veröffentlichen hat. Hier gibt es aber jedenfalls Verbesserungspotential (siehe dazu auch oben zu Frage 29)

Zum zur Diskussion gestellten Ansatz der Schaffung eines Mustervertrages ist folgendes zu sagen: Dieser Ansatz scheint - weil weniger einschneidend - nur auf den ersten Blick verlockend. Unter Zugrundelegung des gegenwärtigen Rahmens nach der ROM I-VO, wonach die zwingenden Regelungen des Wohnsitzes des Verbrauchers immer „durchschlagen“, müsste ein solcher Mustervertrag aber, um wirklich rechtssicher in allen Mitgliedstaat verwendet werden zu können, in jedem Punkt das höchste Niveau jedes einzelnen Mitgliedstaates widerspiegeln. Damit wäre eine faire Balance der Rechte und Pflichten

wohl nicht zu erreichen und ein solcher Vertrag würde wohl von den Unternehmen nicht angenommen.

Abschnitt 3 – Inhalt der Initiative

Für den Fall, dass die die Kommission bereits wieder einen neuen Rechtsetzungsvorschlag ausarbeiten sollte, beantworten wir die Fragen wie folgt:

Vorauszuschicken ist aber, dass es sehr bedenklich ist, dass diese Konsultation - vordergründig - die Thematik „Gewährleistung“ bzw Rechtsmittel bei nicht vertragsgemäßer Lieferung und missbräuchliche Klauseln unter dem Blickwinkel des online-Handels behandelt. Damit wird der Eindruck erweckt, dass davon „nur“ online-Händler betroffen wären. Das dürfte wohl auch dazu führen, dass sich primär nur diese Branchen an dieser Konsultation beteiligen.

Dass diese Konsultation und das weitere Rechtsetzungsprojekt aber letztlich einen viel weiter reichenden Radius und auch Auswirkungen auf andere Unternehmen haben, wird dagegen in diesem Konsultationsdokument bedauerlicher Weise nicht offengelegt. Dass es das Ziel ist, letztlich ein für den online-Bereich geschaffenes neues Regelungsregime auch für nicht online-Geschäfte zu übernehmen, lässt sich nur aus dem leider nicht breit zugänglichen „Inception Impact Assessment“ entnehmen („*The risk of differences of legal regimes between distance and non-distance sales could for a transitional period lead to increased administrative burdens for businesses. However, the ultimate aim is to create a coherent legal framework for both online and off-line transactions“*).

35. Sind Sie der Meinung, dass die EU-Initiative lediglich Geschäfte zwischen Unternehmen und Verbrauchern oder auch Geschäfte zwischen Unternehmen abdecken sollte? Bitte erläutern Sie.

Nein, die Initiative sollte sich auf B2C-Verträge beschränken.

Qualität

38. Welche Kriterien sollten für die Bestimmung der Qualität der Sachgüter zugrunde gelegt werden? Sollte es über die in Artikel 2³ der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und

³ Artikel 2 (Vertragsmäßigkeit)

1. Der Verkäufer ist verpflichtet, dem Verbraucher dem Kaufvertrag gemäße Güter zu liefern.

2. Es wird vermutet, daß Verbrauchsgüter vertragsgemäß sind, wenn sie

a) mit der vom Verkäufer gegebenen Beschreibung übereinstimmen und die Eigenschaften des Gutes besitzen, das der Verkäufer dem Verbraucher als Probe oder Muster vorgelegt hat;

b) sich für einen bestimmten vom Verbraucher angestrebten Zweck eignen, den der Verbraucher dem Verkäufer bei Vertragsschluß zur Kenntnis gebracht hat und dem der Verkäufer zugestimmt hat;

c) sich für die Zwecke eignen, für die Güter der gleichen Art gewöhnlich gebraucht werden;

d) keine Qualität und Leistungen aufweisen, die bei Gütern der gleichen Art üblich sind und die der Verbraucher vernünftigerweise erwarten kann, wenn die Beschaffenheit des Gutes und gegebenenfalls die insbesondere in der Werbung oder bei der Etikettierung gemachten öffentlichen Äußerungen des Verkäufers, des Herstellers oder dessen Vertreters über die konkreten Eigenschaften des Gutes in Betracht gezogen werden.

3. Es liegt keine Vertragswidrigkeit im Sinne dieses Artikels vor, wenn der Verbraucher zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses Kenntnis von der Vertragswidrigkeit hatte oder vernünftigerweise nicht in Unkenntnis darüber sein konnte oder wenn die Vertragswidrigkeit auf den vom Verbraucher gelieferten Stoff zurückzuführen ist.

4. Der Verkäufer ist durch die in Absatz 2 Buchstabe d) genannten öffentlichen Äußerungen nicht gebunden, wenn er

- nachweist, daß er die betreffende Äußerung nicht kannte und vernünftigerweise nicht davon Kenntnis haben konnte,

- nachweist, daß die betreffende Äußerung zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses berichtigt war, oder

- nachweist, daß die Kaufentscheidung nicht durch die betreffende Äußerung beeinflusst sein konnte.

5. Ein Mangel infolge unsachgemäßer Montage des Verbrauchsgutes wird der Vertragswidrigkeit gleichgestellt, wenn die Montage Bestandteil des Kaufvertrags über das Verbrauchsgut war und vom Verkäufer oder unter dessen Verantwortung vorgenommen wurde. Das gleiche gilt, wenn das zur Montage durch den Verbraucher bestimmte Erzeugnis vom Verbraucher montiert worden ist und die unsachgemäße Montage auf einen Mangel in der Montageanleitung zurückzuführen ist.

Garantien genannten Kriterien hinaus weitere/ zusätzliche Kriterien geben? Bitte erläutern Sie.

Bei einer allfälligen Rechtsetzungsinitiative im Hinblick auf Rechtmittel im Falle von nicht vertragsgemäßer Leistung kann es nicht um die Frage der „Sicherstellung der Qualität der Produkte“ gehen. Das Vertragsrecht ist jedenfalls nicht der Ort um „Qualitätskriterien“ für Produkte festzulegen. Entscheidend ist, was der Maßstab für die Beurteilung der Frage ist, ob eine Leistung vertragsgemäß ist oder nicht und das kann primär nur der Vertrag sein. Dafür bietet Art 2 der RL 1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf ein ausreichendes Regelungsregime, das nicht geändert und auch nicht um weitere Kriterien ergänzt werden soll.

39. Über welchen Zeitraum sollte der Händler verfügen, um nachzuweisen, dass die Sachgüter zum Zeitpunkt der Lieferung nicht fehlerhaft waren? Bitte erläutern Sie.

Die RL 1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf sieht die Vermutung vor, dass ein Mangel, der innerhalb von 6 Monaten nach dem Zeitpunkt der Übergabe offenbar werden, bereits zum Zeitpunkt der Lieferung bestanden. Eine Verlängerung dieser Frist wäre eine gravierende Verschlechterung für die europäischen Unternehmen und daher vehement abzulehnen. Sie kann auch nicht sachlich gerechtfertigt werden. Eine Zeitspanne von 6 Monaten ist gerade noch für die Vermutung plausibel. Je länger eine gekaufte Sache in der Verfügungsmacht und Verwendung des Käufers ist, desto unwahrscheinlicher ist es, dass sie bereits zum Zeitpunkt der Übergabe mangelhaft war.

Rechtmittel⁴

40. Über welche Vertragsrechte sollte der Käufer im Falle eines fehlerhaften Sachguts verfügen (bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Sie für relevant halten)?

- X Reparatur oder Ersatz des Sachguts;**
- X Abschlag; (Gemeint wohl „Minderung des Kaufpreises“)**
- X Beendigung des Vertrags**
- Schadenersatz;
- Recht, die Zahlung erst dann zu leisten, wenn der Fehler beseitigt ist;
- Sonstiges (bitte angeben).

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort(en).

Es sollten jene Rechtsbehelfe zustehen, die in der RL 1999/44 enthalten sind. Das Schadenersatzrecht sollte jedenfalls ausgeklammert und dem anwendbaren Recht der Mitgliedstaaten, nach unserem Präferenz dem Recht des Verkäufers (Herkunftslandprinzip) überlassen bleiben.

41. Sollte der Käufer frei zwischen den Rechtmitteln wählen können oder sollte es eine Hierarchie der Rechtsmittel geben (d. h. der Händler hat zunächst die Möglichkeit, die Ware zu reparieren)? Bitte erläutern Sie.

Nein, eine freie Wahl der Rechtsbehelfe soll keinesfalls vorgesehen, sondern eine Hierarchie der Rechtsbehelfe wie in der RL 1999/44 vorgesehen, beibehalten werden.

⁴ Bestimmte Aspekte der nachfolgenden Fragen sind derzeit von der Richtlinie über den Verbrauchsgüterkauf und Garantien abgedeckt.

Praxisgerechter wäre es, die Entscheidung darüber, wie der vertragsgemäße Zustand hergestellt wird, dh ob durch Verbesserung oder Austausch, dem Verkäufer zu überlassen. Sinnvoll wäre auch die Klarstellung, dass die Herstellung des vertragsgemäßen Zustandes nicht über das hinausgehen kann, was Gegenstand des ursprünglichen Vertrages war. Angemessen wäre auch eine Klarstellung, dass der Einwand der Unverhältnismäßigkeit auch dann zusteht, wenn nur eines der Rechtsmittel der 1. Stufe möglich ist.

Fristen für die Ausübung der Rechtsmittel⁵

42. Sollte der Käufer das Recht haben, Rechtsmittel unbefristet in Anspruch nehmen zu können, oder sollte eine bestimmte Frist dafür nach dem Erwerb des Sachguts oder der Feststellung eines Fehlers gelten? Bitte erläutern Sie.

Eine Frist für die Geltendmachung der Rechtsmittel ist unbedingt erforderlich. Die Frist muss aus Gründen der Rechtssicherheit jedenfalls ab dem Erhalt der Ware laufen und nicht ab dem Zeitpunkt der Feststellung des Mangels. Der Zeitpunkt des Erhalts der Ware ist objektiv leichter feststellbar. Über den Zeitpunkt der Feststellung des Mangels wären Streitigkeiten vorprogrammiert.

43. Sollte eine einzige Frist oder sollten zwei unterschiedliche Fristen festgesetzt werden, d. h. eine für den Zeitraum, in dem der Fehler entdeckt wird und eine, innerhalb deren der Käufer seine Rechtsmittel ausüben muss? Bitte erläutern Sie.

Nein, es sollte eine einheitliche Frist bestehen.

44. Welche Frist(en) ist/ sind Ihrer Meinung nach angemessen? Bitte erläutern Sie.

Jedenfalls keine längere Frist als 2 Jahre. (siehe die RL 1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf). Eine Verlängerung der Frist wäre abzulehnen.

45. Sollte/n die Frist(en) im Falle gebrauchter Sachgüter verkürzt werden?

Ja, eine Verkürzung der Frist auf ein Jahr, soll möglich sein.

Schadenersatz⁶

46. Wenn ein Anspruch auf Schadenersatz besteht, unter welchen Bedingungen sollte dieses Rechtsmittel gewährt werden? Sollte sich die Haftung auf den Ausfall des Händlers gründen oder streng gehandhabt werden (d. h. unabhängig vom Vorliegen eines Ausfalls)?

Wie oben bereits erwähnt, soll das Schadenersatzrecht jedenfalls ausgeklammert bleiben.

Dennoch merken wir zu dieser Frage folgendes an:

Wir weisen zunächst darauf hin, dass die deutsche Übersetzung der gegenständlichen Frage im Vergleich zur englischen Fassung offenkundig fehlerhaft ist und nicht wiedergibt, worauf sie eigentlich abzielt. In der englischen Fassung lautet die Fragen folgendermaßen:

⁵ *Idem.*

⁶ *Idem.*

„If there is a right to damages, under which conditions should this remedy be granted? For example, should liability be based on the trader's fault or be strict (irrespective of the existence of a fault)?”

Sie zielt daher darauf ab, ob eine allfällige schadenersatzrechtliche Haftung des Verkäufers als Verschuldenshaftung oder als „Gefährdungshaftung“ ohne Vorliegen eines Verschuldens ausgestaltet sein sollte. Sollte tatsächlich das Schadenersatzrecht vom geplanten Instrument erfasst werden, so sprechen wir uns mit allem Nachdruck gegen eine „Gefährdungshaftung“ des Verkäufers und für eine Verschuldenshaftung aus.

Ein verschuldensunabhängige Haftung des Verkäufers würde jedenfalls das von der (vollharmonisierten) Produkthaftungs-RL geschaffene Haftungsregime, das die Haftung für Produktfehler grundsätzlich auf den Hersteller kanalisiert, völlig aus den Angeln heben. Das ist jedenfalls abzulehnen. Einem Händler darf nicht verschuldensunabhängig das Risiko des Einstehensmüssens für allfällige Mangefolgeschäden eines von ihm verkauften Produktes zB aufgrund eines Produktionsfehlers in vielleicht exorbitanter Höhe aufgelastet werden.

Aber auch wenn der Ansatz einer Verschuldenshaftung verfolgt würde, gilt es folgendes zu bedenken: Einen Händler, der eine Ware nur weiterverkauft, trifft kein Verschulden an einem Produktionsfehler, er hat diesen nicht einmal verursacht. Schadenersatzrechtliche Regelungen dürfen aber auch nicht dergestalt sein, dass sie es einem Händler als Verschulden anlasten würden, wenn er nicht selbst die Waren vor dem Weiterverkauf durch eigene Tests überprüft. Das wäre wirtschaftlich sinnlos und würde das Ausmaß der Sorgfaltspflichten von Händlern völlig überspannen, wenn jeder Händler kostspielige Maßnahmen zur Kontrolle der Produkte treffen müsste.

Meldung⁷

47. Sollte der Käufer verpflichtet werden, den Fehler innerhalb einer bestimmten Frist nach seiner Entdeckung zu melden? Wenn ja, sollte die Frist ab dem Zeitpunkt gelten, an dem der Käufer den Fehler entdeckt hat, oder eher ab dem Zeitpunkt, ab dem zu erwarten war, dass er den Fehler hätte entdecken können? Wie lange sollte die Frist sein? Bitte erläutern Sie.

Die RL 1999/44 enthält eine Option für die Mitgliedstaaten zur Einführung einer Rügefrist. Eine Rügepflicht wäre grundsätzlich sinnvoll, allerdings kann der Käufer immer behaupten, er hat den Mangel erst spät entdeckt. Das Gegenteil wird wohl schwer zu beweisen sein. Insofern wäre nur eine Rügefrist sinnvoll, deren Lauf an den Zeitpunkt anknüpft, ab dem zu erwarten war, dass der Käufer den Mangel hätte entdecken können.

Gewerbliche Garantien

48. Gewerbliche Garantien sind freiwillige Verpflichtungen des Händlers, Sachgüter über seine rechtlichen Verpflichtungen hinaus zu reparieren, zu ersetzen oder zu warten. Halten Sie einheitliche Vorschriften über Inhalt und Form der gewerblichen Garantien für erforderlich? Bitte erläutern Sie.

Gewerbliche Garantien sind freiwillige Leistungen und sollen daher im Sinne der Wahrung der unternehmerischen Freiheit auch nicht weiter, über die Vorgaben des Art 6 der RL

⁷Idem.

1999/44 über den Verbrauchsgüterkauf hinaus, reglementiert werden. Hier hat jedenfalls die Vertragsfreiheit zu gelten.

49. Könnten diese Anforderungen an Inhalt und Form der gewerblichen Garantien vertraglich geändert werden oder sollten sie verbindlich vorgeschrieben werden? Bitte erläutern Sie.

Siehe Antwort zu Frage 48

Missbräuchliche Vertragsbestimmungen

50. Sollte es eine Liste von Vertragsbestimmungen geben, die in jedem Fall als missbräuchlich anzusehen sind? Falls ja, welche Vertragsbestimmungen sollten in jedem Fall als missbräuchlich angesehen werden? Bitte erläutern Sie.

Die RL über missbräuchliche Klauseln setzt ausreichend europaweit mindestharmonisierte Standards. Eine in der Frage angesprochene Liste würde für die Unternehmen gerade nicht die erforderliche Rechtssicherheit bringen, sagt eine solche ja nur, was nicht zulässig ist. Dennoch könnte eine in der Liste nicht enthaltene Vertragsbestimmung unzulässig sein, weil eine Liste wohl nicht ohne eine Generalklausel auskommen würde. Unseres Erachtens sollte auch für diesen Bereich anstelle einer Neuregulierung das Herkunftslandprinzip zum Tragen kommen.

51. Sollte es eine Liste von Standardvertragsbestimmungen geben, die als missbräuchlich gelten? Falls ja, welche Vertragsbestimmungen sollten auf einer solchen Liste stehen? Vor allem im Hinblick auf die Frage, wie Vorauszahlungen zu behandeln sind, die im Internet sehr häufig sind? Bitte erläutern Sie.

Siehe grundsätzlich die Antwort zu Frage 50. Vorauszahlungen sollen jedenfalls möglich bleiben.

ANHANG

Dieser Anhang zur Konsultation enthält Fragen zu warenspezifischen Vorschriften wie Kennzeichnung. Diese Fragen stehen nicht im Zusammenhang mit dem in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt angekündigten Vorschlag der Kommission zu Vertragsbestimmungen für den Online-Erwerb von digitalen Inhalten und Sachgütern, und Kennzeichnungsvorschriften werden nicht Gegenstand dieser Initiative sein. Da jedoch die Frage warenspezifischer Vorschriften wie Kennzeichnung ebenfalls in der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt in Bezug auf Aspekte des grenzübergreifenden elektronischen Handels erwähnt wird, wurde dieser Anhang der Konsultation beigelegt.

Hintergrund

In einem digitalen Binnenmarkt sollten sowohl Verbraucher als auch Händler auf den grenzübergreifenden Handel ohne Schranken vertrauen können. Letztere können jedoch durch unterschiedliche nationale Regelungen geschaffen werden. In der EU Strategie für einen digitalen Binnenmarkt wurden eine Reihe von Hindernissen genannt, die Unternehmen und Verbraucher davon abhalten, in vollem Umfang von den Vorteilen des digitalen Binnenmarkts zu profitieren. Gleichzeitig wurde das Ziel betont, „*dass Händler im Binnenmarkt nicht durch [...] Unterschiede bei den warenspezifischen Vorschriften (z. B. Kennzeichnung) von grenzüberschreitenden Geschäften abgehalten werden*“.

Unterschiedliche technische Spezifikationen oder Vorschriften betreffend Kennzeichnung und Verkaufsmodalitäten können je nachdem, wo sich der Verbraucher in der EU befindet, in verschiedenen Bereichen Anwendung finden, und nationale warenspezifische Vorschriften können vom Händler eine entsprechende Anpassung seiner Produkte und Verpackung verlangen. Zwar gilt der Grundsatz der gegenseitigen Anerkennung. Mitgliedstaaten können diese Vorschriften aber durch ein Gemeinwohlziel, wie Gesundheits- und Sicherheitsgründe, rechtfertigen, das Vorrang vor dem freien Warenverkehr hat. Nationale Maßnahmen, die den freien Warenverkehr behindern, müssen gerechtfertigt und zum wirksamen Schutz des genannten öffentlichen Interesses erforderlich sein. Aber selbst bei Produkten, für die harmonisierte Vorschriften gelten, können Mitgliedstaaten – unter bestimmten Voraussetzungen und in Übereinstimmung mit einem gesetzlich festgelegten Verfahren – bestimmte zusätzliche verbindliche Kennzeichnungsvorschriften auf nationaler Ebene einführen.

Dies bedeutet, dass Online-Anbieter von Waren und Dienstleistungen, die europaweit tätig sein möchten, ggf. 28 unterschiedliche nationale Regelungen kennen und einhalten müssen. Herauszufinden, welche Regelung in welchem Fall gilt, kann sich als schwierig erweisen. 37 % der Unternehmen in der EU, die Erfahrungen mit dem Internet-Verkauf in anderen Mitgliedstaaten haben, gaben an, dass mangelndes Wissen über die einzuhaltenden Regeln ein Hindernis für grenzübergreifende Online-Verkäufe darstellt. Darüber hinaus gaben 63 % der Unternehmen, die keine Erfahrungen mit grenzübergreifenden Internetverkäufen haben, an, dass ihrer Auffassung nach die mangelnden Kenntnisse dahingehend, welche Vorschriften einzuhalten seien, ein Hindernis darstellen könnten⁸. Dies zeigt, dass die gefühlten Hindernisse wesentlich höher als die realen liegen und dass Handlungsbedarf im Hinblick auf

⁸ Europäische Kommission, Flash Eurobarometer 413, 2015.

eine bessere Kommunikation und Transparenz besteht. Durch diese Situation entstehen den Internethändlern Informations- und Befolgungskosten. Dies gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen und vor allem in Fällen, in denen der Geschäftswert gering ist.

Abschnitt 1 – Probleme

1. Stimmen Sie der Analyse im Abschnitt „Hintergrund“ generell zu? Bitte erläutern Sie.

Ja, wie bereits in der Beantwortung zu Frage 32 ausgeführt, ist es nicht primär das unterschiedliche Vertragsrecht, das grenzüberschreitenden E-Commerce erschwert.

2. Sind Sie der Meinung, dass bestimmte nationale warenspezifische Vorschriften Händler dazu verpflichten sollten, ihre Produkte bzw. Produktinformationen zu ändern, wenn sie ihre rechtmäßig vermarkteten Produkte Verbrauchern in anderen Mitgliedstaaten verkaufen?

Änderungen am Artikel sind jedenfalls ein Aufwand für die Unternehmen.

Abschnitt 2 – Notwendigkeit einer EU-Initiative auf dem Gebiet warenspezifischer Vorschriften wie der Kennzeichnung

7. In der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt wies die Europäische Kommission darauf hin, dass warenspezifische Vorschriften wie die Kennzeichnung ein mögliches Hindernis für den grenzübergreifenden elektronischen Handel sein können. Stimmen Sie dem zu? Bitte erläutern Sie.

Siehe Antwort zu Frage 1 und 2.