

Öffentliche Konsultation zur gezielten Überarbeitung der EU-Verbraucherschutzrichtlinien

Mit * markierte Felder sind Pflichtfelder.

Über Sie

*1 Der Fragebogen kann in jeder der 24 Amtssprachen der EU beantwortet werden. Teilen Sie uns bitte mit, in welcher Sprache Sie die Fragen beantworten.

Deutsch

*2 Sie antworten

- als Privatperson
- in beruflicher Funktion oder im Namen einer Organisation

*3 Sie antworten im Namen

- eines nationalen Verbraucherverbands
- eines Verbraucherverbands auf europäischer Ebene
- eines Unternehmens (oder einer Unternehmensgruppe)
- eines nationalen Wirtschaftsverbands
- eines Wirtschaftsverbands auf europäischer Ebene
- einer nationalen Verbraucherschutzbehörde
- einer nationalen Durchsetzungsbehörde für einen bestimmten Bereich (Energie, Telekommunikationswesen etc.)
- eines Europäischen Verbraucherzentrums
- einer für die Verbraucherpolitik zuständigen Regierungsbehörde (Ministerium)
- eines anderen staatlichen Organs/einer anderen staatlichen Einrichtung
- eines Beratungsunternehmens/einer Anwaltskanzlei
- einer Denkfabrik/ einer Universität/ eines Forschungsinstituts
- Sonstiges

*5 Bitte geben Sie das **Land** an, in dem Sie leben, oder, wenn Sie im Namen einer Organisation antworten, das Land, in dem sich deren Hauptsitz/Niederlassung befindet.

Österreich

***7 Veröffentlichung Ihres Beitrags**

Bitte beachten Sie, dass Ihr Beitrag ungeachtet der gewählten Antwortmöglichkeit Gegenstand eines Antrags auf Zugang der Öffentlichkeit zu Dokumenten gemäß der [Verordnung \(EG\) Nr. 1049/2001](#) werden könnte.

- Mein Beitrag darf zusammen mit meinen personenbezogenen Daten veröffentlicht werden.** (Ich stimme der Veröffentlichung, gänzlich oder in Teilen, sämtlicher Angaben in meinem Beitrag einschließlich meines Namens bzw. der Bezeichnung meiner Organisation zu und erkläre, dass mein Beitrag keine rechtswidrigen oder die Rechte Dritter verletzenden Elemente enthält, die einer Veröffentlichung entgegenstehen.)
- Mein Beitrag darf ohne die Angaben, die ich in den Fragen bezüglich meines Namens oder der Bezeichnung meiner Organisation geleistet habe, ohne Registrierungsnummer und ohne E-Mail-Adresse veröffentlicht werden.** (Ich stimme der Veröffentlichung, gänzlich oder in Teilen, sämtlicher anderer Angaben in meinem Beitrag zu (einschließlich von mir angeführter Zitate oder Ansichten). Ich erkläre, dass mein Beitrag weder an sich rechtswidrig ist noch die Rechte Dritter in einer Weise verletzt, die einer Veröffentlichung entgegenstehen würde.)

***9** (Falls der ganze Beitrag veröffentlicht werden darf:) Bitte geben Sie Ihren **vollständigen Namen** bzw. die **Bezeichnung der Organisation**, in deren Namen Sie antworten, an.

höchstens 100 Zeichen

Wirtschaftskammer Österreich, WKÖ

Ist Ihre Organisation im [EU-Transparenzregister](#) eingetragen?

Wir möchten Sie bitten, Ihre Organisation [hier](#) anzumelden, wenn sie noch nicht eingetragen ist, auch wenn eine Registrierung für die Teilnahme an dieser Konsultation nicht zwingend erforderlich ist. [Warum ein Transparenzregister?](#)

11 (Falls die gesamte Antwort veröffentlicht werden darf:) Wenn Ihre Organisation bereits registriert ist, geben Sie bitte ihre **Identifikationsnummer im Transparenzregister** an.

höchstens 30 Zeichen

10405322962-08

13 (Falls die gesamte Antwort veröffentlicht werden darf:) Bitte teilen Sie uns Ihre **E-Mail-Adresse** für den Fall mit, dass wir Fragen zu Ihren Antworten haben und Sie um zusätzliche Erläuterungen bitten möchten.

rp@wko.at

***17** Was ist die Kerntätigkeit/Haupttätigkeit Ihres Unternehmens/Ihrer Unternehmensgruppe bzw. der Unternehmen, die Ihr Verband vertritt? (Mehrfachantworten sind möglich)

- Verkauf von Waren an Verbraucher
- Erbringung von Dienstleistungen für Verbraucher
- Bereitstellung von digitalen Inhalten für Verbraucher
- Herstellung von Waren
- Online-Marktplatz (ermöglicht Verbrauchern und Händlern, Kauf- und Dienstleistungsverträge auf der Webseite des Online-Marktplatzes abzuschließen)
- Sonstiges

* 18 Bitte kreuzen Sie das/die Kästchen für den Vertriebsweg bzw. die Vertriebswege an, der/die von Ihrem Unternehmen/Ihrer Unternehmensgruppe oder den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt, genutzt wird/werden:

- online (über das Internet)
- stationärer Handel
- Haustürverkauf/außerhalb der Geschäftsräume getätigte Verkäufe (d. h. der Händler macht dem Verbraucher bei bestimmten Geschäften, die ohne dessen vorherige Zustimmung in den Räumen des Verbrauchers stattfinden, außerhalb seiner Geschäftsräume ein Angebot oder schließt mit dem Verbraucher außerhalb seiner Geschäftsräume einen Vertrag, z. B. in der Wohnung des Verbrauchers oder auch auf vom Händler organisierten Ausflügen)

* 19 Nutzen Sie (oder die Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) Online-Marktplätze, um Waren zu verkaufen, Dienstleistungen zu erbringen oder digitale Inhalte bereitzustellen?

- Ja
- Nein

1. Kurzer Fragebogen

Die Erkenntnisse, die anhand der [Eignungsprüfung \(„Fitness-Check“\) des EU-Verbraucherrechts und der Evaluierung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#) gewonnen wurden, legen den Schluss nahe, dass das derzeitige Verbraucherrecht der EU insgesamt noch seine Aufgaben erfüllt und keine größere Überarbeitung erforderlich ist. Allerdings treten immer noch recht häufig Verstöße gegen die Rechte der Verbraucher (mangelnde Einhaltung der Verbraucherschutzvorschriften durch die Händler) auf.

21 Welche Maßnahmen sollten Ihrer Meinung nach ergriffen werden, um sicherzustellen, dass Verbraucherschutzvorschriften besser von den Händlern eingehalten werden?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Die EU und die Mitgliedstaaten sollten die Selbstkontrolle der Händler fördern.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Den Durchsetzungsbehörden sollten mehr finanzielle und administrative Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Sanktionen für Verstöße gegen das Verbraucherrecht sollten verschärft werden (angemessener und wirksamer werden und eine stärker abschreckende Wirkung entfalten).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opfern unfairer Geschäftspraktiken sollte das Recht gewährt werden, Abhilfe					

von den Händlern zu verlangen (z. B. die Kündigung des Vertrags oder das Einfordern von Schadenersatz).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige sonstige Lösungen, die Sie für angebracht halten.

- Es bedarf keinesfalls einer Verschärfung von Sanktionen, sondern einer Vereinfachung der Regelungen für Unternehmen: Der Ansatz durch ein immer höheres Hinaufschrauben von Verbraucherrechten das Verbrauchervertrauen zu erhöhen, hat schon jetzt zunehmend ein Regelungsumfeld entstehen lassen, das weit davon entfernt ist, eine ausgewogene Balance zwischen Verbraucher- und Unternehmerinteressen zu erreichen und das gerade für kleinere Unternehmen abschreckend bzw nicht mehr verkraftbar ist. Verbraucherschutz ist ohne Zweifel wichtig, und die WKÖ bekennt sich auch dazu. Allerdings mahnen wir angesichts der jüngsten Rechtsetzungsakte dringend Augenmaß ein. Die Flut von Informations- und Belehrungspflichten und immer komplexere, belastendere Vorgaben für die Unternehmen durch EU-Rechtsakte (als Beispiel ist die Verbraucherrechte-RL, die Pauschalreise-RL die Vorschläge zur Gewährleistung im online-Warenhandel u. digitale Inhalte, der Verordnungsvorschlag zu Geoblocking zu nennen), lässt sich von KMU immer schwerer bewältigen.

- Es ist völlig unangebracht im Zusammenhang von unlauteren Geschäftspraktiken von „Opfern“ zu sprechen. Es gilt zu bedenken, dass zB die Verletzung jeglicher der unzähligen Informationspflichten, bereits eine unlautere Geschäftspraktik darstellt (Irreführung durch Unterlassung). Auch ist die Fragestellung als solche irreführend, weil sie wesentliche Informationen vorenthält: Es bestehen schon auf Basis einer EU-RL (Verbrauchsgüterkauf-RL 1999 /44) Rechtsbehelfe, wenn in der Werbung über Produkte Aussagen gemacht werden, denen das Produkt dann nicht entspricht. Zudem bestehen nach nationalem Recht weitere Rechtsbehelfe (zB Recht der Irrtumsanfechtung, Schadenersatz).

- Wir fordern Augenmaß statt kurzzeitigem Aktionismus im europäischen Verbraucherrecht. Insbesondere ist nicht die Schaffung von neuen Regelungen geboten, sondern die Vereinfachung des bestehenden Regelungsumfeldes: Es muss als Alarmzeichen! betrachtet werden, dass 34% der Unternehmen in der EU (dh jedes 3. Unternehmen) der Auffassung ist, dass die Kosten der Einhaltung von Verbraucherschutzbestimmungen unangemessen sind. Rund 29% der Unternehmen (also ebenfalls schon fast jedes 3. Unternehmen) hält die Einhaltung von Verbraucherschutzvorgaben für schwierig. Dabei wurden bei dieser Umfrage wirklich kleine Unternehmen gar nicht erfasst, sondern nur Unternehmen, die zumindest 10 Beschäftigte haben. Vor allem aber haben sich diese Werte seit 2014 auch europaweit erhöht. (siehe Retailers' attitude towards cross-border trade and consumer protection 2017,63f)

- Die Frage, ob den Durchsetzungsbehörden mehr finanzielle und administrative Mittel zur Verfügung gestellt werden soll, wird selbstverständlich viele dazu verleiten, leichtfertig zuzustimmen. Generell

mehr Mittel zu befürworten, ist jedenfalls ein falscher Ansatz, denn es gibt in den einzelnen MS diesbezüglich große Unterschiede. Auch erhalten Verbraucherverbände – die dann ua mit Unterlassungsklagen gegen Unternehmen vorgehen können – in manchen MS massive Förderungen, und können damit gerichtlich meist ohne großes Risiko vorgehen. In manchen Mitgliedstaaten ist die Ausstattung der Durchsetzungsbehörden/finanzielle Förderung von Verbraucherverbänden dagegen geringer. Dies spiegelt sich im Ergebnis auch im Consumer Condition Scoreboard wieder, in dem sich deutlich zeigt, dass Verbraucherrecht in manchen Staaten noch wenig präsent sein dürfte. Wenn, dann darf die Frage nur im Sinne einer zielgerichteten verstärkten Unterstützung für jene MS bejaht werden, die diesbezüglich Aufholbedarf haben.

1.1. Klarere Verbraucherschutzvorschriften für die digitale Wirtschaft

1.1.1. Transparenz der Plattform

Der Begriff „Online-Marktplatz“ bezeichnet in den folgenden Fragen einen Diensteanbieter, der Verbrauchern und Händlern ermöglicht, auf seiner Website Kauf- und Dienstleistungsverträge online abzuschließen.

Der [Fitness-Check und die Evaluierung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#) haben gezeigt, dass manchmal Unklarheiten aufseiten der Verbraucher bestehen, wenn sie einen Online-Marktplatz nutzen. Erstens scheint oft schlecht durchschaubar zu sein, ob der Verbraucher bei der Plattform selbst oder bei einer anderen Person einkauft. Zweitens ist häufig nicht klar, ob der Vertragspartner als Gewerbetreibender handelt und deshalb dem Verbraucherrecht der EU unterworfen ist, oder ob er nicht als Gewerbetreibender handelt und somit die EU-Verbraucherschutzvorschriften nicht gegen ihn geltend gemacht werden können. So wurde z. B. einem Verbraucher, der auf einer Plattform Einkäufe getätigt hatte, das Recht verweigert, gemäß der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher vom Vertrag zurückzutreten, was dazu führte, dass der Fall dem EuGH zur Vorabentscheidung vorgelegt wurde. Erst zu diesem Zeitpunkt erfuhr der Verbraucher, dass der Verkäufer behauptete, kein Gewerbetreibender zu sein (Rechtssache C-105/17, Kamenova).

25 Sind Verbraucher beim Einkauf auf Online-Marktplätzen Ihrer beruflichen Erfahrung nach mit den folgenden Situationen konfrontiert?

	Ja, oft	Ja, manchmal	Ja, einmal	Nein	Weiß nicht
Der Verbraucher ist sich nicht sicher, ob er direkt beim Online-Marktplatz oder bei einer anderen Person eingekauft hat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Der Verbraucher ist sich nicht sicher, welche Rechte er hat, da nicht klar war, ob die Person, bei der er den Einkauf tätigte, an die Verbraucherschutzvorschriften der EU gebunden war.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Sonstiges



26 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige sonstige Probleme, denen sich Verbraucher Ihrer Erfahrung nach beim Abschluss von Verträgen auf Online-Marktplätzen gegenübersehen.

Es liegen uns diesbezüglich keine Wahrnehmungen vor, es ist aber nachvollziehbar, dass jeder und damit auch ein Verbraucher wissen soll, wer sein Vertragspartner ist.

Nicht sinnvoll und vielmehr auch für Verbraucher wenig hilfreich wäre es, unternehmerische Anbieter, die über Plattformen verkaufen, zusätzlich zu den schon derzeit bestehenden, überbordenden Informations- und Rechtsbelehrungspflichten eine weitere Informationspflicht, dass „für das Geschäft die EU-Verbraucherrechte gelten“, aufzuerlegen.

Naheliegender, sinnvoller und durchaus angemessen ist es wohl, nicht-unternehmerischen Anbieter also Verbrauchern, die über Plattformen anbieten, eine Transparenzpflicht, gegenüber anderen Verbrauchern aufzuerlegen.

29 Erleiden Verbraucher beim Einkauf auf Online-Marktplätzen Ihrer beruflichen Erfahrung nach aufgrund der folgenden Probleme Nachteile (z. B. einen finanziellen Verlust und/oder einen Zeitverlust oder einen immateriellen Schaden)?

	Ja, oft	Ja, manchmal	Ja, einmal	Nein	Weiß nicht
Dem Verbraucher wurde das Recht verweigert, den Auftrag zu stornieren und das Produkt innerhalb von 14 Tagen zurückzugeben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dem Verbraucher wurde die Reparatur bzw. der Ersatz eines fehlerhaften Produkts verweigert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Verbraucher wusste nicht, an wen er seine Forderung richten sollte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

30 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie, welche Art von Nachteilen Verbraucher erleiden und auf welche Art von Waren oder Dienstleistungen sich diese beziehen.

An uns sind derartige „Probleme“ nicht herangetragen worden.

Die Fragestellung bzw insbesondere die Antwortvorgaben sind tendenziös: Die übermäßige Vorgabe von Antwortmöglichkeiten, die eine Bejahung eines potentiellen Problems (1x ja, oft; 1x ja, manchmal, 1x ja, einmal) hat jedenfalls eine erhebliche suggestive Wirkung und soll offenbar dazu führen,

dass als Ergebnis eine höhere „Problemquote“ erreicht werden soll, als sie vielleicht der Realität entspricht.

1.1.2 „Kostenlose“ Online-Dienste

Mit „kostenlosen“ Online-Diensten sind in den folgenden Fragen Online-Dienstleistungen gemeint, für die der Verbraucher nicht mit Geld bezahlt, sondern Daten zur Verfügung stellt (z. B. Cloud-Speicherung, IT-gestütztes Lernen, soziale Netzwerke).

Die Bestimmungen der [Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#), die die vorvertraglichen Informationspflichten der Händler und das 14-tägige Widerrufsrecht der Verbraucher regeln, gelten für alle Verträge über die Online-Bereitstellung von digitalen Inhalten (z. B. Downloads von Software, Filmen oder Musik), und zwar unabhängig davon, ob der Kunde dafür mit Geld bezahlt. Andererseits werden die vorstehenden Bestimmungen der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher derzeit nur auf Verträge über Online-Dienste angewendet (z. B. das Abonnement von Cloud-Speicher-Diensten oder sozialen Netzwerken), für die der Kunde einen Geldbetrag entrichtet. Aufgrund dieses Sachverhalts ist es notwendig, zu erörtern, ob der Schutz, den die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher gewährt, auf auch Verträge über Online-Dienste ausgeweitet werden sollte, für die der Kunde Daten zur Verfügung stellt und kein Entgelt entrichtet. In dieser Hinsicht finden die [EU-Vorschriften über Gewährleistungsansprüche der Verbraucher für „fehlerhafte“ digitale Produkte, die in Kürze verabschiedet werden](#) (und über die das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union derzeit verhandeln), unter Umständen auf Online-Dienste Anwendung, und zwar unabhängig davon, ob der Kunde dafür einen Geldbetrag entrichtet.

34 Erleiden Verbraucher beim Abschluss von Verträgen über „kostenlose“ Online-Dienste nach Ihrer beruflichen Erfahrung aufgrund der folgenden Probleme Nachteile (z. B. einen finanziellen Verlust und /oder eine Zeitverlust oder einen immateriellen Schaden)?

	Ja, oft	Ja, ein paarmal	Ja, einmal	Nein	Weiß nicht
Der Verbraucher wurde nicht über die Hauptmerkmale des Dienstes informiert, z. B. über seine Funktionen oder die Kompatibilität des Dienstes mit der IT-Ausrüstung des Verbrauchers (etwa darüber, ob der Dienst mit der Hard- und Software des Verbrauchers vollständig kompatibel ist).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Verbraucher konnte den Dienst nicht innerhalb von 14 Tagen kündigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

35 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige sonstige Probleme, denen sich Verbraucher Ihrer beruflichen Erfahrung nach gegenübersehen.

Derartige Nachteile sind uns nicht bekannt. Wir sprechen uns jedenfalls gegen die in Frage 34 zum Ausdruck kommenden Überlegungen in Richtung einer Notwendigkeit für EU-rechtliche Regelungen zum Schadenersatz in jeglicher Form aus.

36 Ist es Ihrer Meinung nach problematisch, dass die Verbraucher (vor dem Erwerb der Dienstleistung) kein **Recht auf Informationen** über die Hauptmerkmale „kostenloser“ Online-Dienste haben (z. B. über deren Funktionalität und Kompatibilität mit Hard- und Software)?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Nein, das ist kein großes Problem	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja, das führt zu Nachteilen für die Verbraucher, u.a. wenn sie Dienste grenzüberschreitend nutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja, das hält Verbraucher davon ab, solche Online-Dienste zu erwerben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja, das schafft ungleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen digitalen Händlern, die Dienste gegen Bezahlung anbieten, und solchen, die keine Bezahlung dafür verlangen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

37 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Diesbezügliche Probleme sind uns nicht bekannt. Auszugehen ist davon, dass Anbieter aus eigenem Interesse entsprechende Informationen geben, um sicherzustellen, dass ihre Leistungen von den Kunden auch angenommen werden.

Die Fragestellung ist aber jedenfalls verwirrend, da zunächst in Frage 36 eine Grundsatzfrage gestellt wird, in der vorgegebenen Antwortmöglichkeitenmatrix, einerseits verneinende und andererseits bejahende Aussagen gemischt werden.

39 Würden Verbraucher Ihrer beruflichen Erfahrung nach „kostenlose“ Online-Dienste häufiger nutzen, wenn sie **das Recht** hätten, (vor dem Erwerb der Dienstleistung) über die Hauptmerkmale des Dienstes **inf**

ormiert zu werden (z. B. über dessen Funktionen und über dessen Kompatibilität mit Hard- und Software)?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

40 Ist es Ihrer Meinung nach problematisch, dass die Verbraucher nicht das **Recht** haben, „kostenlose“ Online-Dienste innerhalb von 14 Tagen **zu kündigen**?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Nein, das ist kein großes Problem.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja, das führt zu Nachteilen für die Verbraucher, u.a. wenn sie Dienste grenzüberschreitend nutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja, das hält Verbraucher davon ab, solche Online-Dienste zu erwerben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja, das schafft ungleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen digitalen Händlern, die Dienste gegen Bezahlung anbieten, und solchen, die keine Bezahlung dafür verlangen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

41 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Verbraucher, die einen Dienst nicht mehr nutzen wollen, stellen die Nutzung einfach ein.

43 Würden die Verbraucher Ihrer beruflichen Erfahrung nach „kostenlose“ Online-Dienste häufiger nutzen, wenn sie das Recht hätten, **den Dienst** innerhalb von 14 Tagen, nachdem sie ihn erworben haben, **zu kündigen**?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

1.2 Besserer Rechtsschutz für den Verbraucher

1.2.1 Individuelle Rechtsbehelfe/Abhilfemaßnahmen für Nachteile, die der Verbraucher durch unlautere Geschäftspraktiken erlitten hat

In den folgenden Fragen bezeichnet der Ausdruck „Rechtsbehelfe/Abhilfemaßnahmen“ die Abhilfemöglichkeiten, die dem Kunden offenstehen, wenn seine Rechte als Verbraucher verletzt wurden (z. B. die Kündigung des Vertrags oder die Rückzahlung von Geldbeträgen).

Der Begriff „Umweltaussagen“ bezieht sich in den folgenden Fragen auf ein Marketing, das den Eindruck erweckt, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung positive oder gar keine Auswirkungen auf die Umwelt hat oder weniger umweltschädlich ist als Produkte und Dienstleistungen der Konkurrenz. So würden z. B. irreführende Umweltaussagen vorliegen, wenn ein Autohersteller die Verbraucher in seinen Werbebotschaften über die Umweltleistung seiner Fahrzeuge täuschen würde.

Derzeit stehen Verbrauchern, die infolge [unlauterer Geschäftspraktiken](#) Nachteile erlitten haben, etwa durch irreführende Werbung, nach den EU-Vorschriften keine individuellen Rechtsbehelfe offen. Darüber hinaus stehen dem Verbraucher auch nach nationalem Recht nicht immer hinreichend garantierte Rechtsbehelfe bzw. Abhilfemaßnahmen bei aufgrund unfairer Geschäftspraktiken erlittenem Schaden offen. Voneinander abweichende bzw. unwirksame nationale Vorschriften über Rechtsbehelfe /Abhilfemaßnahmen können Händlern, die grenzüberschreitend tätig sind, Kosten verursachen und Verbrauchern durch das anhaltende Auftreten zahlreicher Verstöße auf nationaler und grenzüberschreitender Ebene schaden. Diese Probleme führen zu einem mangelnden Verbrauchervertrauen beim Einkauf, insbesondere bei grenzüberschreitenden Kaufgeschäften, und somit zu einer geringeren Handelsfrequenz und einem niedrigeren Handelsvolumen, und zwar zum Nachteil von Verbrauchern und Händlern.

46 Sehen sich Verbraucher Ihrer beruflichen Erfahrung nach mit Problemen konfrontiert, wenn sie als Opfer unlauterer Geschäftspraktiken Rechtsbehelfe einlegen möchten?

- Ja, oft
- Ja, ein paarmal
- Ja, einmal
- Nein
- Weiß nicht

47 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort, vorzugsweise, indem Sie sich auf konkrete Fälle beziehen.

- Es ist völlig unangebracht im Zusammenhang von unlauteren Geschäftspraktiken von „Opfern“ zu sprechen. Es gilt zu bedenken, dass zB die Verletzung der unzähligen Informationspflichten, bereits eine unlautere Geschäftspraktik darstellen kann (Irreführung durch Unterlassung, Art 7 (5) UGP-RL). Dass nun pauschal allen potentiellen Kunden Rechtsbehelfe (zB Kündigung des Vertrages; Schadenersatz) eingeräumt werden soll, ist keinesfalls sachgerecht.

- Über die Verbrauchsgüterkaufs-RL hinausgehende weitere EU-Regelungen sind nicht notwendig und würden einen gravierenden Eingriff in die nationalen Zivilrechtsordnungen bedeuten, der auch unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsprinzips abzulehnen ist.

48 Stimmen Sie der Aussage zu, dass Unterschiede zwischen den nationalen Rechtsvorschriften über Abhilfemaßnahmen bei unlauteren Geschäftspraktiken die folgenden Probleme verursachen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Nachteile für die Verbraucher, da ihnen auf nationaler oder grenzüberschreitender Ebene keine Abhilfemaßnahmen gegen die Folgen unlauterer Geschäftspraktiken offenstehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kosten für die Verkäufer, die im grenzüberschreitenden Handel tätig sind, da diese sich an unterschiedliche nationale Rechtsvorschriften über Abhilfemaßnahmen anpassen müssen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

49 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

- Die Fragestellung bzw die vorgeschlagene Antwortmöglichkeit 1 als solche scheint etwas irreführend, weil sie wesentliche Informationen vorenthält: Es bestehen schon auf Basis einer EU-RL (Verbrauchsgüterkauf-RL 1999 /44) Rechtsbehelfe (Austausch/Verbesserung, Preisminderung oder Vertragsaufhebung), wenn in der Werbung über Produkte Aussagen gemacht werden, denen das Produkt dann nicht entspricht. Zudem bestehen nach nationalem Recht weitere Rechtsbehelfe (zB Recht der Irrtumsanfechtung).

- Über die Verbrauchsgüterkaufs-RL hinausgehende weitere EU-Regelungen zu Rechtsbehelfen sind nicht notwendig und würden einen gravierenden Eingriff in die nationalen Zivilrechtsordnungen bedeuten, der auch unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsprinzips abzulehnen ist.

- Unlautere Geschäftspraktiken, die ja zB schon darin bestehen können, dass eine der unzähligen überbordenden Informationspflichten nicht erfüllt wird (Irreführung durch Unterlassung), werden von Unternehmen nicht bewusst „eingesetzt“, sondern sind Ergebnis der immer komplexeren, in zunehmenden Maße vor allem auch unklaren Vorgaben. Außerdem ist die Beurteilung, ob zB eine Werbung irreführend ist oder nicht, sehr von den Umständen des Einzelfalles abhängig. Das zeigt sich daran, dass zB die Beurteilung durch die Gerichte je nach Instanz hinsichtlich desselben zu beurteilenden Falles, sehr unterschiedlich ausfallen kann (zB erstinstanzliches Gericht erachtet die Werbung als irreführend, 2. Instanz beurteilt anders) und mitunter sogar eine Vorabentscheidung des EuGH eingeholt werden muss. Auch in solchen Fällen

bedient sich ein Unternehmer nicht gezielt, einer unlauteren Geschäftspraktik, sondern es zeigt sich oft erst nach einem langen gerichtlichen Verfahren, ob eine irreführende Geschäftspraktik vorgelegen ist oder nicht.

Unternehmen kalkulieren daher in diesen Fällen also sicher nicht damit durch EU-weit vereinheitlichte Rechtsbehelfe Kosteneinsparungen lukrieren zu können.

- Es bleiben somit also nur Fälle, in denen wirklich unseriöse Unternehmen bewusst unlautere Geschäftspraktiken einsetzen. Aus unserer Sicht sind solche Unternehmen nicht schutzwürdig und potentielle Kostenbelastungen für diese durch unterschiedliche nationale Rechtsbehelfe kein Argument für die Schaffung von vereinheitlichten Rechtsbehelfen. Es mutet vielmehr absurd an, dass durch EU-weit vereinheitlichte Rechtsbehelfe darauf abgezielt werden soll - und nur so lässt sich der Antwortvorschlag 2 der Frage 48 verstehen -, offenbar Kosteneinsparungen für derartige, wirklich unseriös agierende Unternehmen zu ermöglichen.

1.2.2 Sanktionen für Verstöße gegen die Verbraucherschutzvorschriften

Der Ausdruck „Sanktionen“ bezieht sich in den folgenden Fragen auf Strafen, die beim Verstoß gegen Verbraucherschutzvorschriften verhängt werden oder zu verhängen sind.

Der Begriff „Geldstrafe“ bezeichnet in den folgenden Fragen die Ahndung eines Verstoßes durch die Auferlegung einer Geldzahlung.

Die Sanktionen, die die nationalen Rechtsordnungen für die Nichteinhaltung der Verbraucherschutzvorschriften vorsehen, sind nicht immer angemessen, wirksam und abschreckend genug, um Verstöße der Händler zu verhindern, wodurch der Verbraucher geschädigt wird. Sanktionen stellen einen wichtigen Teil der nationalen Rechtsdurchsetzungssysteme dar, da sie sich auf den Grad der Abschreckung auswirken, der durch die Durchsetzung dieser Rechte durch den Staat bewirkt wird. Derzeit sind Geldstrafen für Verstöße gegen das Verbraucherrecht in den Mitgliedstaaten äußerst unterschiedlich geregelt, und zwar sowohl im Hinblick auf die Art und Weise, wie sie bemessen werden, als auch im Hinblick auf die Höchstsätze.

50 Stimmen Sie der Aussage zu, dass die folgenden Unterschiede zwischen den nationalen Sanktionsvorschriften der EU-Mitgliedstaaten zu einer unzulänglichen Durchsetzung der EU-Verbraucherschutzvorschriften in der gesamten EU führen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Unterschiede in Bezug auf die Art der Sanktionen Beispielsweise können in einigen Mitgliedstaaten Händler, die in Verbraucherverträgen unlautere					

<p>allgemeine Geschäftsbedingungen (beispielsweise eine standardisierte Klausel, die dem Verbraucher bei einem mangelhaften Produkt das Recht auf Abhilfemaßnahmen abspricht) vorsehen, nicht mit einer Geldstrafe belangt werden, während die Verwendung solcher Bestimmungen in anderen Mitgliedstaaten mit einer Geldstrafe von bis zu 50 000 EUR geahndet werden kann.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Unterschiede in Bezug auf die Höchstsätze der Geldstrafen Beispielsweise können die Geldstrafen für unlautere Geschäftspraktiken (wie eine irreführende Umweltinformation) in einem Mitgliedstaat bis zu 32 000 EUR betragen, während in einem anderen Mitgliedstaat Geldstrafen bis zu 5 Mio. EUR verhängt werden können.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Unterschiede in der Art der Bemessung der Geldstrafen Beispielsweise können Verstöße gegen die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher (etwa wenn die Verbraucher nicht, wie zwingend vorgeschrieben, über ihre Rechte informiert wurden) in einem Mitgliedstaat mit einer Geldstrafe von bis zu einem Pauschalbetrag von 1500 EUR belegt werden, während in einem anderen Mitgliedstaat bis zu 10 % des Händlerumsatzes fällig werden.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

51 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort, vorzugsweise, indem Sie konkrete Fälle als Beispiele anführen. Wir möchten Sie auch bitten, gegebenenfalls eine Beschreibung weiterer Sachlagen hinzuzufügen, in denen die unterschiedlichen Sanktionen und Geldstrafen der Mitgliedstaaten zu einer unzulänglichen Durchsetzung der EU-Verbraucherschutzvorschriften führen.

Die Kommission hat offenbar schon vor der Durchführung der gegenständlichen Konsultation die Entscheidung getroffen, Verstöße gegen EU-Verbraucherschutzvorschriften mit drastischen Geldstrafen sanktionieren und dies durch entsprechende EU-Vorschriften regulieren zu wollen. Wir sprechen uns nachdrücklich gegen diesen Ansatz aus, der insbesondere auch gegen das Subsidiaritätsprinzip verstoßen würde.

Es überrascht dabei besonders, dass in diesem Zusammenhang die Ergebnisse des jüngst veröffentlichten Consumer Conditions Scorbord 2017 völlig außer Acht gelassen werden:

Diese zeigen ganz deutlich, dass hohe Strafen nicht jedenfalls ein probates Mittel darstellen, die Einhaltung von Verbraucherschutzbestimmungen bzw gute Consumer Conditions zu gewährleisten. Vielmehr führen - manche - Mitgliedstaaten, die Verstöße mit drastischen Strafen, wie zB bis zu 10% des jährlichen Umsatzes, bedrohen und von Vertretern der Kommission insofern offenbar als best practice-Beispiele angeführt werden, rankings des Consumer Conditions Scoreboard gerade nicht im positiven Sinne, sondern zB hinsichtlich Compliance & Enforcement sogar im negativen Sinne an oder befinden sich zum Teil gerade einmal im Mittelfeld (siehe Länderberichte im Annex des Consumer Condition Scorboard, S. 118 ff, 129).

Demgegenüber zeigt der Consumer Condition Scoreboard vielmehr ganz deutlich, dass MS, wie Deutschland oder Österreich, die - nicht primär - auf Strafen, sondern eine zivilrechtliche Rechtsdurchsetzung setzen, in den verschiedenen Rankings des Consumer Condition Scoreboard Top-Plätze! in ganz Europa einnehmen. So sind etwa Verbraucher in Österreich ua im geringsten! Ausmaß von ganz Europa unfairen Geschäftspraktiken ausgesetzt und haben den zweithöchsten! Vertrauenswert in die Unternehmen in ganz Europa.

Es geht aber auch nicht darum, unterschiedliche Systeme der Mitgliedstaaten gegeneinander auszuspielen. Der Consumer Conditions Scoreboard zeigt, dass auch Systeme, die primär auf einer verwaltungsstrafrechtlichen Sanktionierung setzen, effektiv sein können. Die Art der Durchsetzung soll aber den Mitgliedstaaten überlassen sein, und gezielte Unterstützungsmaßnahmen für und in jenen Mitgliedstaaten getroffen werden, die - nach den Ergebnissen des Consumer Conditions Scoreboard - offenkundig Verbesserungsbedarf haben

52 Stimmen Sie den folgenden Aussagen über Geldstrafen für Verstöße gegen die Verbraucherschutzvorschriften der EU zu?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Wenn sie einem Händler eine Geldstrafe auferlegen, berücksichtigen die nationalen Behörden nicht immer, dass Verbraucher in mehreren Mitgliedstaaten betroffen sein können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das niedrige Niveau der Höchstsätze in einigen Mitgliedstaaten ist nicht geeignet, die Schwere des Verstoßes und die möglicherweise daraus resultierenden Erträge widerzuspiegeln, insbesondere wenn eine große Anzahl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

von Verbrauchern in mehreren anderen Mitgliedstaaten von der Zuwiderhandlung betroffen ist.					
---	--	--	--	--	--

53 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort, vorzugsweise, indem Sie konkrete Fälle als Beispiele anführen.

Drastische Verwaltungsstrafen, wie sie offenbar angepeilt werden, erschweren das Unternehmertum und können auch die Existenz von Betrieben gefährden. Diskussionen in diese Richtung werden von Unternehmen auch als Ausdruck eines unternehmensfeindlichen Klimas wahrgenommen und sind damit dem Wirtschaftsstandort Europa schädlich.

Anstelle den Ansatz einer EU-Regelung für einheitliche, drastische Geldstrafen weiterzuverfolgen, ist:

- dringend eine Vereinfachung des EU-Verbraucherrechts, insb der Verbraucherrechte-RL, erforderlich. Hier gibt es genug zu tun (siehe unsere Antwort bei Punkt 57 u. 63)
- in den Verbraucherschutz-Richtlinien vorzusehen, dass sowohl die mit der Rechtsdurchsetzung befassten Behörden als auch die zur Unterlassungsklage befugten Einrichtungen, die Unternehmen bei einem erstmaligen Verstoß vor Einleitung eines Verwaltungsstraf- oder Unterlassungsklagsverfahrens zu BERATEN haben. Wenn das Unternehmen seinen Verstoß in Folge einstellt, wäre von einer Bestrafung oder Klage abzusehen.
- Mit der Verankerung des Grundsatzes „BERATEN STATT STRAFEN UND KLAGEN“, wäre dem Verbraucherschutz weit mehr gedient, als mit der aktionistisch anmutenden Einführung unternehmensfeindlicher Geldstrafen.
- Dass es keiner drastischen Geldstrafen bedarf, zeigt sich ganz deutlich an den durchgeführten Compliance Checks (Sweeps). Nach Kontaktnahme durch die Behörden, stellt die überwältigende Mehrheit der Unternehmen den vom Gesetz geforderten Zustand her. So haben zB 88% der Unternehmen, bei deren Website eine Unzulänglichkeit im Hinblick auf die vorvertraglichen Informationspflichten der Verbraucherrechte-RL festgestellt wurde, ihre Website verbessert, ohne dass es weiterer Durchsetzungsmaßnahmen bedurft hätte. (Quelle: http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweeps/directive/index_en.htm, 88% of websites compliant with consumer rules after EU-wide sweep).

54 Stimmen Sie der Aussage zu, dass Unterschiede hinsichtlich der Art und der Höhe der Sanktionen für gleiche oder vergleichbare Verstöße gegen EU-Verbraucherschutzvorschriften EU-weit zu den nachstehenden Folgen führen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht

Mangelhafte Einhaltung des EU-Verbraucherrechts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzulängliche Durchsetzung des EU-Verbraucherrechts bei Verstößen, die in mehreren Mitgliedstaaten begangen wurden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzulängliche Abschreckung, u. a. bei Verstößen, die in mehreren Mitgliedstaaten begangen wurden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unfairer Wettbewerbsvorteil für Händler, die sich nicht an die Vorschriften halten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ungleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen Händlern, die in Mitgliedstaaten mit relativ niedrigen Geldstrafen tätig sind, und Händlern, die ihre Geschäfte in Mitgliedstaaten mit relativ hohen Geldstrafen betreiben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

55 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige „sonstige Folgen“, die Sie für wichtig halten.

Drastische Verwaltungsstrafen, wie sie offenbar angepeilt werden, erschweren das Unternehmertum und können auch die Existenz von Betrieben gefährden. Diskussionen in diese Richtung werden von Unternehmen auch als Ausdruck eines unternehmensfeindlichen Klimas wahrgenommen und sind damit dem Wirtschaftsstandort Europa schädlich.

Anstelle den Ansatz einer EU-Regelung für einheitliche, drastische Geldstrafen weiterzuverfolgen, ist:

- dringend eine Vereinfachung des EU-Verbraucherrechts, insb der Verbraucherrechte-RL, erforderlich. Hier gibt es genug zu tun (siehe unsere Antwort bei Punkt 57 u. 63)

- in den Verbraucherschutz-Richtlinien vorzusehen, dass sowohl die mit der Rechtsdurchsetzung befassten Behörden als auch die zur Unterlassungsklage befugten Einrichtungen, die Unternehmen bei einem erstmaligen Verstoß vor Einleitung eines Verwaltungsstraf- oder Unterlassungsklagsverfahrens zu BERATEN haben. Wenn das Unternehmen seinen Verstoß in Folge einstellt, wäre von einer Bestrafung oder Klage abzusehen.

- Mit der Verankerung des Grundsatzes „BERATEN STATT STRAFEN UND KLAGEN“, wäre dem Verbraucherschutz weit mehr gedient, als mit der aktionistisch anmutenden Einführung unternehmensfeindlicher Geldstrafen.

- Dass es keiner drastischen Geldstrafen bedarf, zeigt sich ganz deutlich an den durchgeführten Compliance Checks (Sweeps). Nach Kontaktnahme

durch die Behörden, stellt die überwältigende Mehrheit der Unternehmen den vom Gesetz geforderten Zustand her. So haben zB 88% der Unternehmen, bei deren Website eine Unzulänglichkeit im Hinblick auf die vorvertraglichen Informationspflichten der Verbraucherrechte-RL festgestellt wurde, ihre Website verbessert, ohne dass es weiterer Durchsetzungsmaßnahmen bedurft hätte. (Quelle: http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweeps/directive/index_en.htm, 88% of websites compliant with consumer rules after EU-wide sweep).

1.4 Haustürverkauf

Der Ausdruck „Haustürverkauf“ bezieht sich auf Geschäfte, bei denen der Händler dem Verbraucher außerhalb seiner Geschäftsräume ein Angebot unterbreitet bzw. einen Vertrag mit dem Verbraucher schließt, insbesondere auf Geschäfte, die auf vom Händler organisierten Ausflügen oder in der Wohnung des Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung abgeschlossen werden.

Während Haustürverkäufe als solche gemäß der [Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) nicht verboten sind, ist der konkrete Handelsbrauch der „Nichtbeachtung der Aufforderung des Verbrauchers bei persönlichen Besuchen in dessen Wohnung, diese zu verlassen bzw. nicht zurückzukehren“ prinzipiell untersagt. Allerdings hat die Europäische Kommission Kenntnis von der Tatsache erlangt, dass es in manchen Mitgliedstaaten Vorschriften gibt, die Haustürverkäufe anscheinend verbieten oder einem generellen Verbot von Haustürverkäufen als Vertriebsweg sehr nahe kommen. Die Kommission möchte die Gelegenheit nutzen, die Meinungen der Betroffenen zu diesem Thema einzuholen.

62 Nach geltendem Unionsrecht stellen Haustürverkäufe, abgesehen von einigen konkreten Ausnahmen, die unter die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken fallen, einen rechtmäßigen Vertriebsweg in Europa dar. Stimmen Sie der Aussage zu, dass es den Behörden der Mitgliedstaaten erlaubt werden sollte, wie oben erläutert, ein allgemeines Verbot von Haustürverkäufen einzuführen?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht

63 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Faktisch hat ein EU-Rechtsakt selbst!, nämlich die Verbraucherrechte-Richtlinie, quasi ein Verbot von Vertragsabschlüssen außerhalb der Geschäftsräume, also ein Verbot, Verträge mit Konsumenten zB in deren Wohnung zu schließen, für unzählige KMU insbesondere aus dem Handwerksbereich, bewirkt!

Die Vorgaben für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge, die nach der Verbraucherrechte-RL auch Geschäfte erfassen, die vom Verbraucher selbst angebahnt werden (zB Verbraucher ruft einen Handwerker zu sich nach Hause, weil der die Wohnung ausmalen lassen oder neue Fenster einbauen lassen möchte), sind derart komplex und bürokratisch, dass diese von einem KMU, das eben nicht über juristische Fachkenntnisse verfügt, nicht mehr bewerkstelligt werden können. Die mit den Vorgaben verbundenen Fallstricke mit drastischen Sanktionen führen dazu, dass Abschlüsse von Verträgen vor Ort am besten vermieden werden müssen

(zB indem Kunden zum Vertragsabschluss in die Geschäftsräume gebeten werden).

Es besteht daher dringender Bedarf, eine Ausnahme für Verträge vorzusehen, die vom Verbraucher selbst angebahnt wurden. Diese Problematik der Außergeschäftsräume wurde – neben anderen Punkten – von EUROCHAMBRES im Rahmen der Überprüfung der Verbraucherrechte-RL nachweislich der Kommission dargelegt und wir verweisen auf diese ausführliche ECH-Stellungnahme:

http://www.eurochambres.eu/custom/Paper_EU_burden_tracker_-_CRD_-_Better_Regulation_-2016-00192-01.pdf

Dass die Vorgaben für KMU viel zu komplex sind, zeigt auch der Umstand, dass die Law Society für ihre eigene Berufsgruppe, also ausgebildete Juristen, eine Ausnahme vom Anwendungsbereich fordert, da auch diese häufig Verträge außerhalb von Geschäftsräumen schließen (zB auf einer Polizeistation).

Dabei hat diese Berufsgruppe nicht einmal mit der bei Handwerkerverträgen besonders schwierigen Problematik der „gemischten Verträge“ (die sowohl Waren als auch Dienstleistungen umfassen) zu kämpfen, da es sich bei juristischer Beratung jedenfalls um Dienstleistungen handelt.

<https://www.lawsociety.org.uk/news/stories/law-society-calls-for-legal-aid-to-be-exempt-from-consumer-contract-rules/>

64 Möchten Sie mit dem Fragebogen durch die Beantwortung weiterer, detaillierterer Fragen fortfahren und uns so dabei unterstützen, die Probleme, denen sich Verbraucher und Unternehmen gegenübersehen, genauer zu erfassen?

- Ja
 Nein

2. Vollständiger Fragebogen

Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, einige zusätzliche Fragen zu beantworten.

Bei einigen Fragen wird darauf hingewiesen, dass diese sich an bestimmte Zielgruppen richten, z. B. an Unternehmen oder nationale Stellen. Wenn Sie diesen Fragebogen ausfüllen, können Sie jedoch alle nachstehenden Fragen beantworten, auch wenn Sie nicht zur angegebenen Zielgruppe gehören.

2.1. Klarere Verbraucherschutzvorschriften für die digitale Wirtschaft

2.1.1. Transparenz der Plattform

Der Begriff „Online-Marktplatz“ bezeichnet in den folgenden Fragen einen Diensteanbieter, der es Verbrauchern und Händlern ermöglicht, auf seiner Website Kauf- und Dienstleistungsverträge online abzuschließen.

Der [Fitness-Check und die Evaluierung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#) haben gezeigt, dass manchmal Unklarheiten aufseiten der Verbraucher bestehen, wenn sie einen Online-Marktplatz nutzen. Erstens scheint oft schlecht durchschaubar zu sein, ob der Verbraucher bei der Plattform selbst oder bei einer anderen Person einkauft. Zweitens ist häufig nicht klar, ob der Vertragspartner als

Gewerbetreibender handelt und deshalb dem Verbraucherrecht der EU unterworfen ist, oder ob er nicht als Gewerbetreibender handelt und somit die EU-Verbraucherschutzvorschriften nicht gegen ihn geltend gemacht werden können. So wurde einem Verbraucher, der auf einer Plattform Einkäufe getätigt hatte, das Recht verweigert, gemäß der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher vom Vertrag zurückzutreten, was dazu führte, dass der Fall dem EuGH zur Vorabentscheidung vorgelegt wurde. Erst zu diesem Zeitpunkt erfuhr der Verbraucher, dass der Verkäufer behauptete, kein Gewerbetreibender zu sein (Rechtssache C-105/17, Kamenova).

65 Stimmen Sie der Aussage zu, dass Verbraucher, die auf Online-Marktplätzen einkaufen, in der gesamten EU darüber informiert werden sollten,

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
ob sie direkt beim Online-Marktplatz oder bei einer anderen Person einkaufen;	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ob der Vertragspartner angibt, ein Gewerbetreibender oder kein Gewerbetreibender zu sein;	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ob die EU-Verbraucherrechte für das Geschäft gelten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

66 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Es ist nachvollziehbar, dass jeder und damit auch ein Verbraucher wissen soll, wer sein Vertragspartner ist.

Nicht sinnvoll und vielmehr auch für Verbraucher wenig hilfreich wäre es, unternehmerische Anbieter, die über Plattformen verkaufen, zusätzlich zu den schon derzeit bestehenden, überbordenden Informations- und Rechtsbelehrungspflichten (zB komplexe Information über das Widerrufsrecht) eine weitere Informationspflicht, dass „für das Geschäft die EU-Verbraucherrechte gelten“, aufzuerlegen.

Naheliegender, sinnvoller und angemessen ist es wohl, nicht-unternehmerischen Anbieter also Verbrauchern, die über Plattformen anbieten, eine Transparenzpflicht, gegenüber anderen Verbrauchern aufzuerlegen.

67 Was wären Ihrer Meinung nach die Vorteile für die Verbraucher, wenn ihnen derartige Informationen bei der Nutzung von Online-Marktplätzen zur Verfügung stehen würden?

--	--	--	--	--	--

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Sie würden wissen, an wen sie sich bei einem Problem wenden können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sie würden wissen, wer für die Erfüllung des Vertrags verantwortlich ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sie würden wissen, ob Verbraucherschutzvorschriften gelten, wenn ein Problem auftritt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Vertrauen der Verbraucher würde gesteigert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebote könnten verglichen werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

68 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und nennen Sie etwaige sonstige Gründe, warum diese Informationen für die Verbraucher wichtig sind.

siehe Antwort unter Punkt 66.

69 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Entstehen Ihnen (oder den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) beim grenzüberschreitenden Handel aufgrund von unterschiedlichen nationalen Rechtsvorschriften für die Informationspflichten beim Handel auf Online-Marktplätzen Kosten für die Einhaltung der nachstehenden Pflichten?

	Ja, in erheblichem Umfang	Ja, in gewissem Umfang	Weiß nicht	Nicht zutreffend
obligatorische Angabe, ob der Vertrag mit dem Online-Marktplatz oder mit Drittlieferanten geschlossen wird	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
obligatorische Angabe, ob ein Drittlieferant als Gewerbetreibender handelt oder nicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

obligatorische Angabe, ob die Verbraucherschutzvorschriften für die Verträge gelten	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Pflichten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

70 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

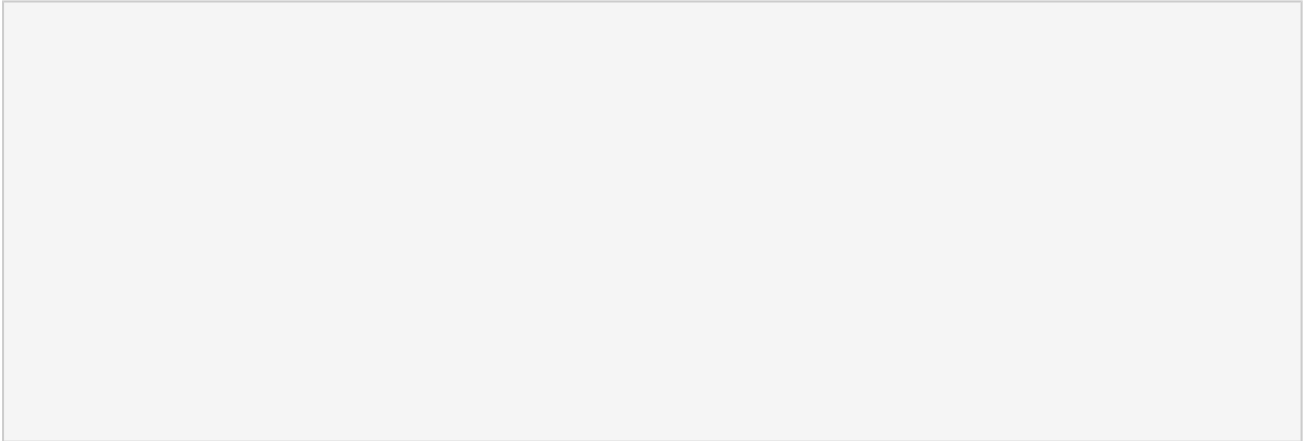
Nochmals ist darauf hinzuweisen, dass unternehmerische Anbieter, ohnehin schon umfangreichste Informations- und Rechtsbelehrungspflichten zu erfüllen haben. Dass diese zusätzlich auch noch pauschal darüber informieren müssten, dass für den Vertrag „die Verbraucherschutzvorschriften gelten“ ist keinesfalls sinnvoll.

Naheliegender, sinnvoller und jedenfalls zumutbar ist es wohl, nicht-unternehmerischen Anbieter also Verbrauchern, die über Plattformen anbieten, eine diesbezügliche Transparenzpflicht, gegenüber anderen Verbrauchern aufzuerlegen

71 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch sind die geschätzten Kosten, die Ihnen (oder den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) dadurch entstehen, dass Sie sich an diese unterschiedlichen nationalen Rechtsvorschriften anpassen müssen?

	Geschätzter Betrag oder prozentualer Anteil am Umsatz
Absolute Einmalkosten (in Euro)	
Einmalkosten als prozentualer Anteil am Umsatz	
Absolute laufende Kosten auf Jahresbasis (in Euro)	
Jährliche laufende Kosten als prozentualer Anteil am Umsatz	

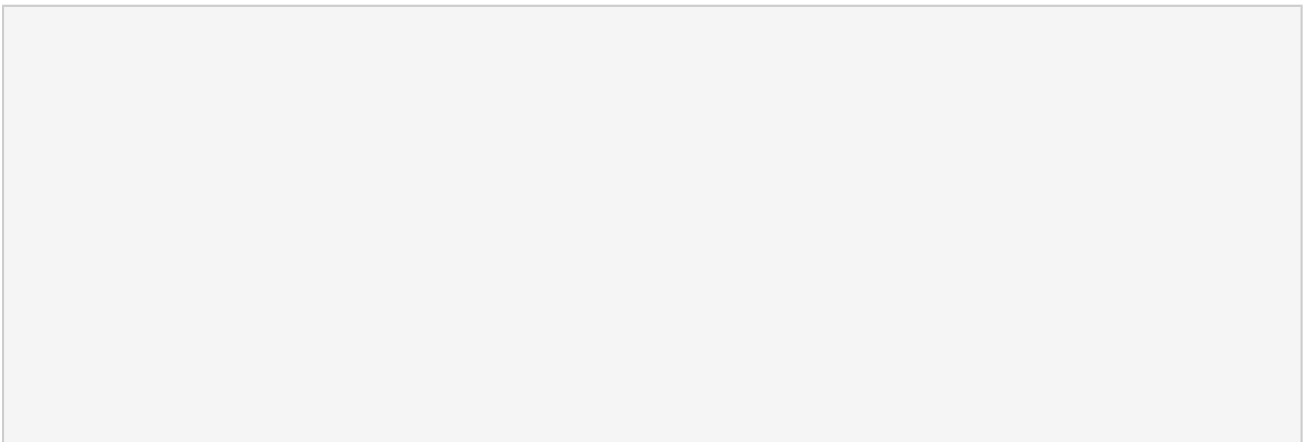
72 Bitte erläutern Sie, wie Sie diesen geschätzten Betrag berechnet haben.



73 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Stimmen Sie der Aussage zu, dass diese Kosten annehmbar sind?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht

74 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.



75 **[Online-Marktplätze]** Falls eine neue EU-Vorschrift eingeführt würde, durch die Sie dazu verpflichtet würden, die Informationen, die Sie von Drittlieferanten zunächst über deren Status als „Gewerbetreibende“ bzw. als „Nichtgewerbetreibende“ verbindlich eingeholt haben, an Ihre Nutzer weiterzugeben und diese davon in Kenntnis zu setzen, dass die EU-Verbraucherschutzvorschriften nicht gelten, wenn der Lieferant nicht als Gewerbetreibender handelt: Wie hoch wären die geschätzten Kosten für die Einhaltung dieser Pflichten in Bezug auf Ihren Online-Marktplatz?

	Geschätzter Betrag oder prozentualer Anteil am Umsatz
Absolute Einmalkosten (in Euro)	
Einmalkosten als prozentualer Anteil am Umsatz	
Absolute laufende Kosten auf Jahresbasis (in Euro)	
Jährliche laufende Kosten als prozentualer Anteil am Umsatz	

76 Bitte erläutern Sie, wie Sie diesen geschätzten Betrag berechnet haben.

77 **[Online-Marktplätze]** Wären die Kosten zur Erfüllung der in den vorstehenden Fragen dargelegten Informationspflichten Ihrer Meinung nach annehmbar?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht

78 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

79 Falls eine neue EU-Vorschrift eingeführt würde, die Online-Marktplätze verpflichtet, die Verbraucher darüber zu informieren, wer deren Vertragspartner ist und ob sie diesem gegenüber über Verbraucherrechte verfügen: Wie sollten die Konsequenzen aussehen, wenn ein Online-Marktplatz diese Anforderungen nicht erfüllt?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Der Online-Marktplatz sollte alleine für die ordnungsgemäße Erfüllung des Vertrags haftbar gemacht werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Online-Marktplatz sollte gesamtschuldnerisch mit dem					

Drittlieferanten für die ordnungsgemäße Erfüllung des Vertrags haftbar gemacht werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Folgen der Verletzung dieser Informationspflicht sollten durch nationales Recht geregelt werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Folgen der Verletzung dieser Informationspflicht sollten auf EU-Ebene geregelt werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

80 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie jegliche andere Lösung, die Sie für wichtig halten.

2.1.2 Kostenlose Online-Dienste

Mit „kostenlosen“ Online-Diensten sind in den folgenden Fragen Online-Dienstleistungen gemeint, für die die Verbraucher keine Geldbeträge entrichten, sondern Daten zur Verfügung stellen (z. B. Cloud-Speicherung, IT-gestütztes Lernen, soziale Netzwerke, wenn die Verbraucher den Händlern gestatten, ihre Bilder zu nutzen).

Die Bestimmungen der [Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#), die die vorvertraglichen Informationspflichten der Händler und das 14-tägige Widerrufsrecht der Verbraucher regeln, gelten für alle Verträge über die Online-Bereitstellung von digitalen Inhalten (z. B. Downloads von Software, Filmen oder Musik), und zwar unabhängig davon, ob der Kunde dafür mit Geld bezahlt. Andererseits werden die vorstehenden Bestimmungen der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher derzeit nur auf Verträge über Online-Dienste angewendet (z. B. das Abonnement von Cloud-Speicher-Diensten oder sozialen Netzwerken), für die der Kunde einen Geldbetrag entrichtet. Aufgrund dieses Sachverhalts ist es notwendig, zu erörtern, ob der Schutz, den die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher gewährt, auf Verträge über Online-Dienste ausgeweitet werden sollte, für die der Kunde Daten zur Verfügung stellt und kein Entgelt entrichtet. In dieser Hinsicht finden die EU-Vorschriften über Gewährleistungsansprüche der Verbraucher für „fehlerhafte“ digitale Produkte, die in Kürze verabschiedet werden (und über die das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union derzeit verhandeln), unter Umständen auf Online-Dienste Anwendung, und zwar unabhängig davon, ob der Kunde einen Geldbetrag entrichtet.

81 Sollten die Verbraucher Ihrer Meinung nach die untenstehenden Rechte haben, wenn sie „kostenlose“ Online-Dienste nutzen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Recht auf vorvertragliche Information (z. B. über die Funktionalität und die Kompatibilität mit Hard- und Software)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14-tägiges Widerrufsrecht (Möglichkeit, vom Vertrag zurückzutreten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Pflichten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

82 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Wir verweisen auf unsere Antwort unter Pkt 37.

83 Weshalb wäre es wichtig, dass die Verbraucher bei „kostenlosen“ Online-Diensten über ein **Recht auf vorvertragliche Information** verfügen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Um fairere Wettbewerbsbedingungen zwischen Händlern mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen (Dienste, die gegen die Entrichtung eines Geldbetrags zur Verfügung gestellt werden oder für die kein Geld bezahlt werden muss) zu schaffen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Um die Verbraucher besser vor Diensten mit ähnlichen Funktionen zu schützen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Um bessere Synergien zwischen dem EU-Verbraucherschutzrecht und den neuen EU-Bestimmungen für den	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Schutz personenbezogener Daten zu gewährleisten					
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

84 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

85 Weshalb wäre es wichtig, dass die Verbraucher eine **Möglichkeit zum Rücktritt von Verträgen** über „kostenlose“ Online-Dienste haben?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Um fairere Wettbewerbsbedingungen zwischen Händlern mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen (Dienste, die gegen die Entrichtung eines Geldbetrags zur Verfügung gestellt werden oder für die kein Geld bezahlt werden muss) zu schaffen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Um die Verbraucher besser vor Diensten mit ähnlichen Funktionen zu schützen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Um bessere Synergien zwischen dem EU-Verbraucherschutzrecht und den neuen EU-Bestimmungen für den Schutz personenbezogener Daten zu gewährleisten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

86 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

87 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Werden von Ihrem Unternehmen bzw. den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt, „kostenlose“ Online-Dienste angeboten, für die die Verbraucher keine Geldbeträge entrichten, sondern Daten zur Verfügung stellen?

- Ja
- Nein

2.1.3 Modernisierung der Vorschriften für die Kommunikationsmittel zwischen Händlern und Verbrauchern

103 In der [Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#) werden Faxnummer und E-Mail-Adresse - sofern verfügbar - als Informationen aufgeführt, die gegenüber dem Verbraucher vor Vertragsabschluss angegeben werden müssen („vorvertragliche Informationspflicht“). Welche der folgenden Kommunikationsmittel sind für Sie angesichts des technischen Fortschritts für die Kommunikation mit Verbrauchern/Händlern am wichtigsten?

- E-Mail
- Fax
- Web-basiertes Kontaktformular
- Nutzerkonto bei sozialen Medien
- Sonstiges

104 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

2.2 Besserer Rechtsschutz für den Verbraucher

2.2.1 Individuelle Rechtsbehelfe/Abhilfemaßnahmen für Opfer unlauterer Geschäftspraktiken

„Rechtsbehelfe/Abhilfemaßnahmen“ sind Abhilfemöglichkeiten, die dem Kunden offenstehen, wenn seine Rechte als Verbraucher verletzt wurden (z. B. die Kündigung des Vertrags oder die Rückzahlung von Geldbeträgen)

Der Begriff „Umweltaussagen“ bezieht sich auf ein Marketing, das den Eindruck erweckt, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung positive oder gar keine Auswirkungen auf die Umwelt hat oder weniger umweltschädlich ist als Produkte und Dienstleistung der Konkurrenz.

Derzeit stehen Verbrauchern, die infolge unlauterer Geschäftspraktiken Nachteile erlitten haben, etwa durch irreführende Werbung, nach den EU-Vorschriften keine individuellen Rechtsbehelfe offen. Darüber hinaus stehen dem Verbraucher auch nach nationalem Recht nicht immer hinreichend garantierte Rechtsbehelfe bzw. Abhilfemaßnahmen bei aufgrund unfairer Geschäftspraktiken erlittenem Schaden offen. Voneinander abweichende oder unwirksame nationale Vorschriften über Rechtsbehelfe /Abhilfemaßnahmen verursachen Händlern, die grenzüberschreitend tätig sind, Kosten und schaden den Verbrauchern durch das anhaltende Auftreten zahlreicher Verstöße auf nationaler und grenzüberschreitender Ebene. Diese Probleme führen zu einem mangelnden Verbrauchervertrauen beim Einkauf, insbesondere bei grenzüberschreitenden Kaufgeschäften, und somit zu einer geringeren Handelsfrequenz und einem niedrigeren Handelsvolumen, und zwar zum Nachteil von Verbrauchern und Händlern.

105 Wie oft erschweren es die unterschiedlichen nationalen Rechtsvorschriften Ihrer beruflichen Erfahrung nach Verbrauchern, die Opfer unlauterer Geschäftspraktiken geworden sind, einen Rechtsbehelf geltend zu machen?

- Häufig
- Manchmal
- Selten
- Nie
- Weiß nicht

106 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

- Es ist völlig unangebracht im Zusammenhang von unlauteren Geschäftspraktiken von „Opfern“ zu sprechen. Es gilt zu bedenken, dass zB die Verletzung jeglicher der unzähligen Informationspflichten, bereits eine unlautere Geschäftspraktik darstellen kann (Irreführung durch Unterlassung, Art 7 (5) UGP-RL).
- Verbrauchern stehen europaweit auf Basis der Verbrauchsgüterkaufs-Richtlinie (RL 44/1999), Rechtsbehelfe zu (Austausch/Verbesserung, Preisminderung oder Vertragsaufhebung) wenn ein Produkt nicht den in der Werbung getätigten Aussagen entspricht.
- Zudem sehen die nationalen Zivilrechtsordnungen weitere Rechtsbehelfsmöglichkeiten, wie zB Recht der Irrtumsanfechtung, Schadenersatz, vor. Über die Verbrauchsgüterkaufs-RL hinausgehende weitere EU-Regelungen sind nicht notwendig und würden einen gravierenden Eingriff in die nationalen Zivilrechtsordnungen bedeuten, der auch unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsprinzips abzulehnen ist.

107 Stimmen Sie der Aussage zu, dass es ein EU-weites Verbraucherrecht geben sollte, das dem Verbraucher in solchen Fällen ermöglicht, vom Händler Abhilfemaßnahmen zu verlangen?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht

108 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Verbrauchern stehen europaweit auf Basis der Verbrauchsgüterkaufs-Richtlinie (RL 44/1999), Rechtsbehelfe zu (Austausch/Verbesserung, Preisminderung oder Vertragsaufhebung) wenn ein Produkt nicht den in der Werbung getätigten Aussagen entspricht.

Zudem sehen die nationalen Zivilrechtsordnungen weitere Rechtsbehelfsmöglichkeiten, wie zB Recht der Irrtumsanfechtung, Schadenersatz, vor. Über die Verbrauchsgüterkaufs-RL hinausgehende weitere EU-Regelungen sind nicht notwendig und würden einen gravierenden Eingriff in die nationalen Zivilrechtsordnungen bedeuten, der auch unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsprinzips abzulehnen ist.

109 Wenn ein solches EU-weites Verbraucherrecht eingeführt würde, sollte es

- die Mitgliedstaaten dazu verpflichten, sicherzustellen, dass die Verbraucher Rechtsbehelfe geltend machen können, aber es der nationalen Ebene überlassen, die Art der Abhilfemaßnahmen festzulegen;
- festlegen, welche Arten von Abhilfemaßnahmen den Verbrauchern EU-weit zur Verfügung stehen sollten?
- Weiß nicht

110 Welche Arten von EU-weiten Rechtsbehelfen sollten für den Fall, dass ein Verbraucher Opfer einer unfairen Geschäftspraktik geworden ist, eingeführt werden? (Mehrfachantworten sind möglich.)

- Das Recht, den Vertrag zu kündigen und eine Rückerstattung des entrichteten Kaufpreises zu erhalten
- Das Recht, einen Preisnachlass zu erhalten
- Das Recht, eine Entschädigung für den erlittenen Schaden zu erhalten
- Sonstiges

111 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Verbrauchern stehen europaweit auf Basis der Verbrauchsgüterkaufs-Richtlinie (RL 44/1999), Rechtsbehelfe zu (Austausch/Verbesserung, Preisminderung oder Vertragsaufhebung) wenn ein Produkt nicht den in der Werbung getätigten Aussagen entspricht.

Zudem sehen die nationalen Zivilrechtsordnungen weitere Rechtsbehelfsmöglichkeiten, wie zB Recht der Irrtumsanfechtung, Schadenersatz, vor. Über die Verbrauchsgüterkaufs-RL hinausgehende weitere EU-Regelungen sind

nicht notwendig und würden einen gravierenden Eingriff in die nationalen Zivilrechtsordnungen bedeuten, der auch unter dem Blickwinkel des Subsidiaritätsprinzips abzulehnen ist.

112 Stimmen Sie der Aussage zu, dass die Einführung eines EU-weiten Rechts auf individuelle Abhilfemaßnahmen für Opfer unfairer Geschäftspraktiken zum Beispiel die nachstehenden Vorteile mit sich bringen würde?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Bessere Einhaltung der Verbraucherschutzvorschriften durch die Unternehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fairere Wettbewerbsbedingungen zum Vorteil der Händler, die sich an die Vorschriften halten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steigerung des Verbrauchervertrauens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Vorteile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

113 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige sonstige Vorteile, die Sie für wichtig erachten.

Wir verweisen auf unsere Antwort unter Punkt 106.

114 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Entstehen Ihnen (oder den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) beim grenzüberschreitenden Handel Kosten, weil Sie sich beim grenzüberschreitenden Handel an die derzeit geltenden unterschiedlichen nationalen Rechtsvorschriften über Abhilfemaßnahmen anpassen müssen?

- In erheblichem Umfang
- In gewissem Umfang
- Nicht zutreffend
- Weiß nicht

115 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

- Unlautere Geschäftspraktiken, die ja zB schon darin bestehen können, dass eine der unzähligen überbordenden Informationspflichten nicht erfüllt wird (Irreführung durch Unterlassung), werden von Unternehmen nicht bewusst „eingesetzt“, sondern sind Ergebnis der immer komplexeren, in zunehmenden Maße vor allem auch unklaren Vorgaben. Außerdem ist die Beurteilung, ob zB eine Werbung irreführend ist oder nicht, sehr von den Umständen des Einzelfalls abhängig. Das zeigt sich daran, dass zB die Beurteilung durch die Gerichte je nach Instanz hinsichtlich desselben zu beurteilenden Falles, sehr unterschiedlich ausfallen kann (zB erstinstanzliches Gericht erachtet die Werbung als irreführend, 2. Instanz beurteilt anders) und mitunter sogar eine Vorabentscheidung des EuGH eingeholt werden muss. Auch in solchen Fällen bedient sich ein Unternehmer nicht gezielt, einer unlauteren Geschäftspraktik, sondern es zeigt sich oft erst nach einem langen gerichtlichen Verfahren, ob eine Geschäftspraktik irreführend ist oder nicht.

Unternehmen kalkulieren daher in diesen Fällen somit sicher nicht damit, durch EU-weit vereinheitlichte Rechtsbehelfe Kosteneinsparungen lukrieren zu können.

- Es bleiben somit also nur Fälle, in denen wirklich unseriöse Unternehmen bewusst unlautere Geschäftspraktiken einsetzen. Aus unserer Sicht sind solche Unternehmen nicht schutzwürdig und potentielle Kostenbelastungen für diese durch unterschiedliche nationale Rechtsbehelfe kein Argument für die Schaffung von vereinheitlichten Rechtsbehelfen. Es mutet vielmehr absurd an, dass durch EU-weit vereinheitlichte Rechtsbehelfe darauf abgezielt werden soll - und nur so lässt sich Frage 114 verstehen -, offenbar Kosteneinsparungen für derartige, wirklich unseriös agierende Unternehmen zu ermöglichen.

116 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch sind die geschätzten Kosten, die Ihnen (oder den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) dadurch entstehen, dass Sie sich beim grenzüberschreitenden Handel an die derzeit geltenden unterschiedlichen nationalen Rechtsvorschriften über Abhilfemaßnahmen anpassen müssen?

	Geschätzter Betrag oder prozentualer Anteil am Umsatz
Absolute Kosten pro Jahr (in Euro)	
Jährliche Kosten als prozentualer Anteil des Umsatzes im grenzüberschreitenden Handel	
Sonstiges	

117 Bitte erläutern Sie, wie Sie diesen Schätzbetrag berechnet haben.

118 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Stimmen Sie der Aussage zu, dass diese Kosten annehmbar sind?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Nicht zutreffend
- Weiß nicht

119 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

120 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Sind diese Kosten ein Grund dafür, dass Sie (oder die Unternehmen, die ihr Verband vertritt) keine Produkte/Dienstleistungen in andere Mitgliedstaaten verkaufen?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

121 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Würde die Einführung eines EU-weiten Rechts auf individuelle Abhilfemaßnahmen für Opfer unfairer Geschäftspraktiken Auswirkungen auf die Kosten Ihres Unternehmens oder der Unternehmen, die ihr Verband vertritt, haben?

- Ja, die Kosten würden steigen.
- Ja, die Kosten würden sinken.
-

Nein, das hätte keine Auswirkungen.

Weiß nicht

122 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

127 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Stimmen Sie der Aussage zu, dass die geschätzten Kosten für die Vorschrifteneinhaltung im Fall der Einführung eines EU-weiten Rechts auf individuelle Abhilfemaßnahmen für Opfer unfairer Geschäftspraktiken annehmbar wären?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht

128 **[Stellen zur Durchsetzung von Verbraucherrechten, Ministerien, Justizbehörden]** Würden die Kosten, die nationalen Behörden und Gerichten im Fall der Einführung eines EU-weiten Rechts auf individuelle Abhilfemaßnahmen für Opfer unfairer Geschäftspraktiken für die administrative und gerichtliche Rechtsdurchsetzung entstehen, Ihrer Ansicht nach steigen?

- In erheblichem Umfang
- In gewissem Umfang
- Überhaupt nicht
- Weiß nicht

129 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

2.2.2 Verschärfung der Sanktionen für Verstöße gegen Verbraucherschutzvorschriften

Der Ausdruck „Sanktionen“ bezieht sich auf Strafen, die bei Verstößen gegen Verbraucherschutzvorschriften verhängt werden oder zu verhängen sind.

Der Begriff „Geldstrafe“ bezeichnet die Ahndung eines Verstoßes durch die Auferlegung einer Geldzahlung.

Die Kommission hat bereits Maßnahmen zur Verbesserung der Durchsetzung der EU-Verbraucherschutzvorschriften ergriffen, vor allem durch ihren [Vorschlag aus dem Jahr 2016 zur Überarbeitung der Verordnung über die Zusammenarbeit im Bereich des Verbraucherschutzes](#), wonach die Befugnisse der nationalen Behörden, die für die Durchsetzung von Verbraucherschutzgesetzen zuständig sind, erweitert und die Zusammenarbeit dieser Behörden bei grenzüberschreitenden Verstößen, insbesondere bei EU-weiten Zuwiderhandlungen, verbessert werden sollen. Allerdings werden Händler, die gegen die Verbraucherschutzvorschriften verstoßen, in den verschiedenen EU-Mitgliedstaaten durch äußerst unterschiedliche Sanktionen belangt. Diese nationalen Sanktionen sind nicht immer angemessen, wirksam und abschreckend genug, um die Einhaltung der Vorschriften zu gewährleisten. So können Sanktionen im Vergleich mit dem Umfang der Geschäftstätigkeit des Händlers zu schwach oder zu streng und deshalb nicht angemessen sein. Es kann auch vorkommen, dass Sanktionen angesichts der Schwere des Verstoßes oder der Erträge, die durch die Zuwiderhandlungen erzielt wurden, zu milde und deshalb weder wirksam noch abschreckend sind. Insbesondere hat es den Anschein, dass die Höchstsätze der Geldstrafen sehr niedrig sind, wenn man sie beispielsweise mit den [EU-Vorschriften für den Schutz personenbezogener Daten](#) vergleicht, die in Kürze verabschiedet werden, oder den [Geldstrafen, die von der Europäischen Kommission für Verstöße gegen das EU-Wettbewerbsrecht verhängt werden können](#), obwohl Verstöße gegen das EU-Verbraucherrecht dem gesamten Wirtschaftswachstum im Wege stehen, da sie das Verbrauchervertrauen sowohl in den virtuellen Handel als auch in den stationären Handel untergraben.

130 Stimmen Sie der Aussage zu, dass die folgenden Maßnahmen für Verstöße gegen die EU-Verbraucherschutzvorschriften in das Unionsrecht eingeführt werden sollten?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Geldstrafen sollten in allen Mitgliedstaaten als Sanktionen bei Verstößen gegen das Verbraucherrecht zur Verfügung stehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei der Verhängung einer Geldstrafe sollten die Gerichte und Behörden stets berücksichtigen, dass die Verbraucher nicht nur in einem Mitgliedstaat durch die Zuwiderhandlung geschädigt wurden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Es sollte in allen Mitgliedstaaten einheitliche Kriterien für die Auferlegung von Geldstrafen geben, beispielsweise den vorsätzlichen Charakter oder die Wiederholung des Gesetzesverstoßes, die Art der beeinträchtigten Verbraucherrechte, die Anzahl der geschädigten Verbraucher, die Art und Höhe des Schadens, den die Verbraucher erlitten haben, usw.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es sollte in allen Mitgliedstaaten einen einheitlichen Höchstsatz für Geldstrafen geben, z. B. einen einheitlichen absoluten Betrag oder einen einheitlichen prozentualen Anteil des Umsatzes des Händlers.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
In allen Mitgliedstaaten sollte ein Teil der Einnahmen aus Geldstrafen zur Förderung des Verbraucherschutzes verwendet werden, insbesondere zur Finanzierung von Verbraucherverbänden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Maßnahmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

131 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und nennen Sie etwaige sonstige Maßnahmen, die Sie vorschlagen möchten.

- Es bedarf keinesfalls einer Verschärfung von Sanktionen, sondern einer Vereinfachung der Regelungen für Unternehmen: Der Ansatz durch ein immer höheres Hinaufschrauben von Verbraucherrechten das Verbrauchervertrauen zu erhöhen, hat schon jetzt zunehmend ein Regelungsumfeld entstehen lassen, das weit davon entfernt ist, eine ausgewogene Balance zwischen Verbraucher- und Unternehmerinteressen zu erreichen und das gerade für kleinere Unternehmen abschreckend bzw nicht mehr verkraftbar ist. Verbraucherschutz ist ohne Zweifel wichtig, und die WKÖ bekennt sich auch dazu. Allerdings mahnen wir angesichts der jüngsten Rechtsetzungsakte dringend Augenmaß ein. Die Flut von Informations- und Belehrungspflichten und immer komplexere, belastendere Vorgaben für die Unternehmen durch EU-Rechtsakte der letzten Zeit (als Beispiel ist die Verbraucherrechte-RL, die Pauschalreise-RL die Vorschläge zur Gewährleistung im online-Warenhandel u. digitale Inhalte, der Verordnungsvorschlag zu Geoblocking zu nennen), lässt sich von KMU immer schwerer bewältigen.

- Dringend notwendig ist Augenmaß statt kurzsichtiger Aktionismus im europäischen Verbraucherrecht: Es muss als Alarmzeichen! betrachtet werden, dass 34% der Unternehmen in der EU (dh jedes 3. Unternehmen) der Auffassung ist, dass die Kosten der Einhaltung von Verbraucherschutzbestimmungen unangemessen sind. Rund 29% der Unternehmen (also ebenfalls fast schon jedes 3. Unternehmen) hält die Einhaltung von Verbraucherschutzvorgaben für schwierig.

Dabei wurden bei dieser Umfrage wirklich kleine Unternehmen gar nicht erfasst!, sondern nur Unternehmen, die zumindest 10 Beschäftigte haben. Vor allem aber haben sich diese Werte seit 2014 auch europaweit erhöht (siehe Retailers' attitude towards cross-border trade and consumer protection 2017, 63f)

- Der jüngst veröffentlichte Consumer Conditions Scoreboard zeigt, dass hohe Strafen nicht jedenfalls ein probates Mittel darstellen, die Einhaltung von Verbraucherschutzbestimmungen bzw gute Consumer Conditions zu gewährleisten. Vielmehr führen - manche - Mitgliedstaaten, die Verstöße mit Strafen, wie zB bis zu 10% des jährlichen Umsatzes, bedrohen und von Vertretern der Kommission insofern offenbar als best practice-Beispiele angeführt werden, rankings des Consumer Conditions Scoreboard gerade nicht im positiven Sinne, sondern zB hinsichtlich Compliance & Enforcement sogar im negativen Sinne an oder befinden sich zum Teil im Mittelfeld (siehe Länderberichte im Annex des Consumer Condition Scorbord, S. 118 ff, 129).

- Demgegenüber ergibt der Consumer Condition Scoreboard vielmehr ganz deutlich, dass MS, wie Deutschland oder Österreich, die nicht primär auf Strafen, sondern eine zivilrechtliche Rechtsdurchsetzung setzen, in den verschiedenen Rankings des Consumer Condition Scoreboard Top-Plätze! in ganz Europa einnehmen. So sind etwa Verbraucher in Österreich ua im geringsten! Ausmaß von ganz Europa unfairen Geschäftspraktiken ausgesetzt und haben den zweithöchsten! Vertrauenswert in die Unternehmen in ganz Europa.

- Es geht aber auch nicht darum, unterschiedliche Systeme der Mitgliedstaaten gegeneinander auszuspielen. Der Consumer Conditions Scoreboard zeigt, dass Systeme, die primär auf einer verwaltungsstrafrechtlichen Sanktionierung setzen, auch effektiv sein können. Die Art der Durchsetzung soll aber den Mitgliedstaaten überlassen sein. Statt europäischer Regulierung sollen gezielte Unterstützungsmaßnahmen für und in jenen Mitgliedstaaten getroffen werden, die - nach den Ergebnissen des Consumer Conditions Scoreboard - offenkundig Verbesserungsbedarf haben.

132 Stimmen Sie der Aussage zu, dass die folgenden Maßnahmen durch das Unionsrecht eingeführt werden sollten?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Der Höchstsatz für Geldstrafen sollte als absoluter Betrag wiedergegeben werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Höchstsatz für Geldstrafen sollte als prozentualer Anteil des Umsatzes des Händlers wiedergegeben werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Höchstsatz für Geldstrafen sollte als absoluter Betrag oder als prozentualer Anteil des Umsatzes des Händlers wiedergegeben werden, je					

nachdem, welcher Betrag höher ist (z. B. bis zu 100 000 EUR oder x Prozent des Umsatzes, je nachdem, welcher Betrag höher ist).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Höchstsatz für Geldstrafen sollte als das Vielfache des Betrags der Erträge bzw. Verluste, die durch den Verstoß erzielt bzw. vermieden wurden, wiedergegeben werden (z. B. der doppelte Betrag dieser Erträge oder Verluste), sofern diese ermittelt werden können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Maßnahmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

133 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und nennen Sie etwaige sonstige Maßnahmen, die Sie vorschlagen möchten.

Drastische Verwaltungsstrafen, wie sie offenbar angepeilt werden, erschweren das Unternehmertum und können auch die Existenz von Betrieben gefährden. Diskussionen in diese Richtung werden von Unternehmen auch als Ausdruck eines unternehmensfeindlichen Klimas wahrgenommen und sind damit dem Wirtschaftsstandort Europa schädlich.

Anstelle den Ansatz einer EU-Regelung für einheitliche, drastische Geldstrafen weiterzuverfolgen, ist:

- dringend eine Vereinfachung des EU-Verbraucherrechts, insb der Verbraucherrechte-RL, erforderlich;

- in sämtlichen Verbraucherschutz-Richtlinien vorzusehen, dass sowohl die mit der Rechtsdurchsetzung befassten Behörden als auch die zur Unterlassungsklage befugten Einrichtungen, die Unternehmen bei einem erstmaligen Verstoß vor Einleitung eines Verwaltungsstrafverfahrens oder Unterlassungsklagsverfahrens zu BERATEN haben. Wenn das Unternehmen seinen Verstoß in Folge einstellt, wäre von einer Bestrafung oder Klage abzusehen.

- Mit der Verankerung des Grundsatzes „BERATEN STATT STRAFEN UND KLAGEN“, wäre dem Verbraucherschutz weit mehr gedient, als mit der aktionistisch anmutenden Einführung unternehmensfeindlicher Geldstrafen.

- Dass es keiner drastischen Geldstrafen bedarf, zeigt sich ganz deutlich an den durchgeführten Compliance Checks (Sweeps). Nach Kontaktnahme durch die Behörden, stellt die überwältigende Mehrheit der Unternehmen den vom Gesetz geforderten Zustand her. So haben zB 88% der Unternehmen, bei deren Website eine Unzulänglichkeit im Hinblick auf die vorvertraglichen Informationspflichten der Verbraucherrechte-RL festgestellt wurde, ihre Website verbessert, ohne dass es weiterer Durchsetzungsmaßnahmen bedurft hätte. (Quelle: http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweeps/directive/index_en.htm, 88% of websites compliant with consumer rules after EU-wide sweep).

134 Auf welche Weise könnte der Höchstsatz von Geldstrafen als prozentualer Anteil des Händlerumsatzes am besten ermittelt werden?

- Als prozentualer Anteil des Gesamtumsatzes, den der Händler im vorausgegangenen Geschäftsjahr weltweit erzielt hat
- Als prozentualer Anteil des Gesamtumsatzes, den der Händler im vorausgegangenen Geschäftsjahr in der EU erzielt hat
- Als prozentualer Anteil des Gesamtumsatzes, den der Händler im vorausgegangenen Geschäftsjahr in dem Mitgliedstaat erzielt hat, in dem die Zuwiderhandlung begangen wurde
- auf sonstige Weise

135 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und nennen Sie etwaige sonstige Möglichkeiten, die Sie vorschlagen möchten.

136 Auf welche Weise könnte der Höchstsatz von Geldstrafen als prozentualer Anteil des Händlerumsatzes am besten ermittelt werden?

- Anhand des Gesamtumsatzes des Unternehmens (auf allen Produktmärkten)
- Anhand des Umsatzes, den das Unternehmen auf dem spezifischen Markt erzielt hat, der von dem Verstoß gegen das Verbraucherrecht betroffen ist
- auf sonstige Weise

137 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und nennen Sie etwaige sonstige Möglichkeiten, die Sie vorschlagen möchten.

Wir verweisen auf unsere Antwort unter Punkt 131 u. 133 und betonen nochmals, dass anstelle des offenbar angepeilten Ansatzes von EU-Regelungen für drastische Geldstrafen

- dringend eine Vereinfachung des Regelungsumfeldes erforderlich ist,
- in bestehenden Verbraucherschutz-RL der Grundsatz „BERATEN STATT STRAFEN UND KLAGEN“ zu verankern ist,
- gezielte Unterstützungsmaßnahmen für und in jenen Mitgliedstaaten getroffen werden sollen, die - nach den Ergebnissen des Consumer Conditions Scoreboard - offenkundig Verbesserungsbedarf bei der Durchsetzung von Verbraucherschutzrecht haben.

138 Stimmen Sie der Aussage zu, dass die Verschärfung der Sanktionen auf EU-Ebene z. B. die nachstehenden Vorteile mit sich bringen würde?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Bessere Einhaltung der Verbraucherschutzvorschriften durch die Unternehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fairere Wettbewerbsbedingungen zum Vorteil der Händler, die sich an die Vorschriften halten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steigerung des Verbrauchervertrauens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirksamere Durchsetzung der Verbraucherschutzvorschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bessere Abschreckung durch die EU-Verbraucherschutzvorschriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Vorteile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

139 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige sonstige Vorteile, die Sie für wichtig erachten.

Wir verweisen auf unsere Antworten unter Punkt 131, 133 und 137.

140 Welche Auswirkungen hätte es Ihrer Meinung nach auf die Gesamtkosten der administrativen und gerichtlichen Rechtsdurchsetzung, wenn in der EU einheitliche Regeln für die Ahndung von Verstößen gegen das EU-Verbraucherrecht eingeführt würden?

- Dies hätte keine Auswirkungen auf die Durchsetzungskosten.
- Kostenanstieg
- Kostenrückgang
- Weiß nicht

141 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

2.3 Vereinfachung der Vorschriften

2.3.1. Vereinfachung der Vorschriften über das Widerrufsrecht

Bei der [Evaluierung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher](#) haben einige Firmen, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU), von konkreten Belastungen durch die Einhaltung des 14-tägigen Widerrufsrechts berichtet (der „Bedenkzeit“, innerhalb der der Verbraucher den Auftrag stornieren und die Ware zurückgeben darf). Insbesondere haben einige Unternehmen Kritik an der Bestimmung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher geübt, die besagt, dass der Händler zur Rückerstattung des Kaufpreises verpflichtet ist, sobald der Verbraucher einen Nachweis dafür vorlegt, dass er die Ware zurückgesendet hat. Deshalb kann sich der Händler zur Rückerstattung des Kaufpreises gezwungen sehen, bevor er feststellen kann, ob die Ware mehr als unbedingt notwendig benutzt und ihr Wert dadurch verringert wurde.

148 Sind Sie der Auffassung, dass Händlern aufgrund der nachstehenden, mit dem Widerrufsrecht verbundenen Pflichten ein unnötiger und/oder unverhältnismäßiger Aufwand entsteht?

--	--	--	--	--

	Ja, in erheblichem Umfang	Ja, in gewissem Umfang	Überhaupt nicht	Weiß nicht
Rücknahmepflicht für online erworbene Waren, die der Kunde mehr benutzt hat als er es im stationären Handel hätte tun können (weshalb sich der Händler gezwungen sieht, den Wertverlust der benutzten Ware zu ermitteln, damit er diese als Second-Hand-Produkt verkaufen bzw. als Abfall entsorgen kann)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pflicht zur Rückerstattung des Kaufpreises bei Vorlage eines Rücksendungsnachweises ohne Möglichkeit zur Überprüfung der zurückgesandten Ware	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

149 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

- Die Bestimmung und Geltendmachung von Wertersatz ist gerade für KMU zeitlich und kostenmäßig aufwändig und diese Möglichkeit daher untauglich, missbräuchliches Verbraucherverhalten zu unterbinden.

- Wenn ein Verbraucher die Ware nicht nur prüft, sondern nutzt, dann soll das Widerrufsrecht entfallen. Wir sind davon überzeugt, dass auch Verbrauchervertreter diese Lösung als sachgerecht erachten, da Verbraucherschutz nicht im Schutz missbräuchlicher Verhaltensweisen bestehen kann, die letztlich negative Auswirkungen für Verbraucher bringt, die sich korrekt verhalten.

150 Wie wichtig sind die folgenden, auf das 14-tägige Widerrufsrecht bezogenen Verbraucherrechte?

	Sehr wichtig	Ziemlich wichtig	Eher unwichtig	Gar nicht wichtig	Weiß nicht
Recht des Verbrauchers auf Widerruf eines Online-Einkaufs und auf Rückgabe der Ware, auch wenn er diese mehr benutzt hat, als er es im stationären Handel hätte tun können (wodurch der Händler zur Rücknahme der gebrauchten Ware und zur Berechnung der Wertverlusts gezwungen wird)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recht des Verbrauchers auf Rückerstattung des Kaufpreises bei Vorlage eines Rücksendungsnachweises vorlegt und bevor der Händler die Möglichkeit zur Überprüfung der zurückgesandten Ware hat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sonstige Probleme	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-------------------	----------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

151 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

152 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Sehen sich Händler mit den folgenden Problemen konfrontiert, wenn Verbraucher Waren zurücksenden, die sie mehr benutzt haben, als sie es im stationären Handel hätten tun können?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
Schwierigkeiten bei der Ermittlung des „Wertverlustes“ der zurückgesandten Ware	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praktische Schwierigkeiten bei der Wiedererlangung des Wertverlustes der zurückgesandten Ware vom Verbraucher	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aus Sicht der Kundenbeziehung ist es schwierig, einen Ausgleich für den Wertverlust zu verlangen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Probleme beim Wiederverkauf der zurückgesandten Ware, die einen Wertverlust erlitten hat, als Second-Hand-Ware	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kosten für die Entsorgung der zurückgesandten Ware als Abfall	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Rechte	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

153 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und beschreiben Sie etwaige sonstige Probleme, mit denen sich Händler in solchen Situationen konfrontiert sehen.

154 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch war der prozentuale Anteil der mehr als zulässig benutzten Waren an der Gesamtanzahl der Waren, die an Ihr Unternehmen (oder an die Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) infolge des Widerrufs des Kaufvertrags durch den Verbraucher im vergangenen Jahr zurückgesendet wurden?

 %

155 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

156 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch ist der prozentuale Anteil der zurückgesandten Ware, für die der vollständige Kaufpreis zurückerstattet werden musste, obwohl für diese Ware kein Eingang verbucht oder nach dem Eingang der zurückgesandten Ware festgestellt wurde, dass die Ware in unzulässigem Ausmaß benutzt wurde, an der Gesamtanzahl der Waren, die an Ihr Unternehmen (oder an die Unternehmen, die Ihr Verband vertritt) infolge des Widerrufs des Kaufvertrags durch den Verbraucher im vergangenen Jahr zurückgesendet wurden?

 %

157 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

158 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch sind die geschätzten Verluste durch zurückgesandte Ware, die in unzulässigem Ausmaß benutzt wurde?

	Betrag oder Prozentsatz
Absolute Verluste pro Jahr (in Euro)	
Jährliche Verluste als prozentualer Anteil am Umsatz	
Sonstiges	

159 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

160 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch sind die geschätzten Verluste durch zurückgesandte Ware, für die der vollständige Kaufpreis zurückerstattet werden musste, obwohl für sie nie ein Eingang verbucht oder nach dem Eingang der zurückgesandten Ware festgestellt wurde, dass diese in unzulässigem Ausmaß benutzt wurde?

	Betrag oder Prozentsatz
Absolute Verluste auf Jahresbasis (in Euro)	
Jährliche Verluste als prozentualer Anteil am Umsatz	
Sonstiges	

161 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

2.3.2 Vereinfachung der Informationspflicht

Im Rahmen des Fitness Checks wurde untersucht, ob einige Informationspflichten, die nach der [Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) in der Werbephase zu erfüllen sind, angesichts der Tatsache, dass die Händler gemäß der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher verpflichtet sind, dieselben Angaben zusammen mit ausführlicheren Informationen in der nachfolgenden vorvertraglichen Phase zur Verfügung zu stellen, aufgehoben werden könnten. Die [Ergebnisse des Fitness Checks](#) haben gezeigt, dass die geltende Bestimmung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, wonach Angaben zur geografischen Adresse des Händlers und zu seinem Beschwerdemanagement zu leisten sind, unter Umständen nicht sachdienlich ist.

162 Derzeit muss der Händler dem Verbraucher in der Werbephase und im Stadium vor der tatsächlichen Tätigkeit des Einkaufs die unten angeführten Informationen zur Verfügung stellen. Stimmen Sie der Aussage zu, dass die nachstehenden Informationen bereits in der Werbephase notwendig sind, obwohl der Verbraucher diese Informationen auch zu einem späteren Zeitpunkt erhält?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Bin eher anderer Meinung	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht
geografische Adresse des Händlers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationen über das Beschwerdemanagement des Händlers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

163 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Die "Pflicht" zur Information über das Beschwerdemanagement ist in jeder Hinsicht unnötig und sinnlos: Jene Unternehmen, die ein solches eingerichtet haben, haben selbst ein Interesse, die Kunden auf dieses aufmerksam zu machen.

Die Streichung dieser Informationspflicht wäre ein kleiner Schritt in die richtige Richtung. Allerdings bedarf es weiterer Maßnahmen wie insb. hinsichtlich der Informationspflicht über das Widerrufsrecht:

- Die Vorgaben sind dermaßen komplex, dass allein für die Verwendung der korrekten Variante der Widerrufsbelehrung aus dem Anhang der Verbraucherrechte-RL eine eingehende juristische Beratung erforderlich ist, ohne dass letztendlich Rechtssicherheit gewährleistet ist. Dies zB deshalb, weil nunmehr eine Differenzierung des Laufs der Rücktrittsfrist vorgenommen wird. Wenn Waren zB in einer einheitlichen Bestellung bestellt, dann aber getrennt geliefert werden, läuft die Frist auch für die zuerst erhaltenen Waren erst mit Erhalt der letzten Ware. Ob dieser Fall relevant sein wird, also eine getrennte Lieferung erfolgen wird, ist dem Unternehmer aber vorher nicht bekannt. Die Musterwiderrufsbelehrung ist für diese Fälle ebenso unbrauchbar, wie in Fällen, in der Vertrag sowohl Waren als auch Dienstleistungen umfasst.

- Der zunehmenden Tendenz Unternehmen die Pflicht aufzuerlegen, in immer umfangreicherer Weise über die ohnehin zwingenden Verbraucherschutzregelungen informieren zu müssen, ist vom Grundsatz her schon entgegen zu treten. Zumindest muss vom EU-Gesetzgeber aber NACHDRÜCKLICH eingefordert werden, den Unternehmen eine rechtssichere, EINHEITLICHE MUSTERWIDERRUFSBELEHRUNG, DIE ALLE FALLVARIANTEN ABBILDET UND ALS SOLCHE - ohne Anpassungsnotwendigkeit - VERWENDET WERDEN KANN, zur Verfügung zu stellen. Bei der Gestaltung einer solchen könnte zB auf die Fachkompetenz des ELI zurückgegriffen werden.

164 [Unternehmen, Wirtschaftsverbände] Würde die Aufhebung der Pflicht zur Angabe der geografischen Adresse und von Informationen über das Beschwerdemanagement des Händlers in der Werbephase für Ihr Unternehmen oder die Unternehmen, die Ihr Verband vertritt, zu Kosteneinsparungen führen?

- In erheblichem Umfang
- In gewissem Umfang
- Überhaupt nicht
- Weiß nicht

165 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Wir weisen darauf hin, dass die Streichung vielleicht einer Informationspflicht - wie jener über das Beschwerdemanagement - nicht ausreichend ist, sondern dass es umfassenderer Maßnahmen zur Vereinfachung des Regulierungsumfeldes insb. im Sinne des „Think-small-first-Prinzips und keinesfalls weiterer Regulierung:

- Wir erachten es positiv, dass die Problematik der missbräuchlichen Nutzung von Waren aufgegriffen wird, die - neben anderen Punkten - ausführlich von EUROCHAMBRES im Rahmen der Überprüfung der Verbraucherrechte-RL dargelegt wurde und wir verweisen auf die ECH-Stellungnahme (Burden Tracker 2016, S 14 ff), die wir vollinhaltlich unterstützen.

http://www.eurochambres.eu/custom/Paper_EU_burden_tracker_-_CRD_-_Better_Regulation_-2016-00192-01.pdf

- Wenn ein Verbraucher die Ware nicht nur prüft, sondern nutzt, dann soll das Widerrufsrecht entfallen. Wir sind davon überzeugt, dass auch Verbrauchervertreter diese Lösung als sachgerecht erachten, da Verbraucherschutz nicht im Schutz missbräuchlicher Verhaltensweisen bestehen kann, der letztlich auch negative Auswirkungen für Verbraucher bringt, die sich korrekt verhalten.

Nachdrücklich ist aber zu betonen, dass die Verbraucherrechte-RL auch in zahlreichen weiteren Punkten einer KMU-tauglichen Überarbeitung im Sinne der Rechtssicherheit, des Abbaus bürokratischer Belastungen und fairer Lösungen bedarf. Diese sind im erwähnten ECH-Burden Tracker 2016 ausführlich beschrieben. An dieser Stelle sollen nur einige dringende Änderungsnotwendigkeiten ohne Anspruch auf Vollständigkeit betont werden:

- Ausnahme für Verträge von den Regelungen über Außergeschäftsraumverträge, wenn der Verbraucher selbst, den Geschäftskontakt mit dem Unternehmer angebahnt hat (zB einen Handwerker zu sich in die Wohnung gerufen hat): Die komplexen Vorgaben sind für KMU nicht zu bewerkstelligen, mit immensen bürokratischen Belastungen (und potentiell völlig unverhältnismäßigen Sanktionen) verbunden, die auch bei Verbrauchern auf Unverständnis stoßen (ua auch deshalb, weil Verträge mit Handwerkern typischerweise „gemischte“ Verträge sind, die sowohl Waren als auch Dienstleistungen umfassen und eine wirklich korrekte Belehrung über das Rücktrittsrecht selbst fachkundigen Juristen nicht möglich ist).

- Schaffung einer „umfassenden Musterwiderrufsbelehrung“: Die Musterwiderrufsbelehrung mit ihren vielen Auswahlvarianten ist insb. für KMU unbrauchbar, weil viel zu komplex. Es muss dem EU-Gesetzgeber möglich sein, den Unternehmen eine rechtssichere, einheitliche Musterwiderrufsbelehrung, die alle Fallvarianten abbildet, zur Verfügung zu stellen. Bei der Gestaltung einer solchen könnte zB auf die Fachkompetenz des ELI zurückgegriffen werden.

- Klarstellung in Art 8 (2), dass in der Bestellübersicht vor dem Button „Kaufen“ nicht sämtliche wesentliche Eigenschaften der Ware/Dienstleistung nochmals darzustellen sind, sondern die Identifizierbarkeit der Waren gewährleistet sein muss: Müssten die wesentlichen Eigenschaften beim nochmaligen Hinweis gem. Art 8 (2) im selben Umfang nochmals dargestellt werden wie nach Art 6 Abs 1 lit a, würde diese „Übersicht“ gerade bei Bestellung mehrerer Waren zu völliger Unübersichtlichkeit führen. Es gibt allerdings gerichtliche Entscheidungen, die letztere Auffassung vertreten.

- Dass ein Widerrufsrecht im Falle von digitalen Inhalten nicht angemessen ist, ist durch die Möglichkeit des Entfalls desselben (Art 16 lit m) anerkannt. Die Vorgaben, damit das Widerrufsrecht tatsächlich nicht zusteht, sind allerdings ungemein komplex und machen downloads außerordentlich bürokratisch. Es wäre daher notwendig und der Digitalisierung förderlich, digitale Inhalte generell vom Widerrufsrecht auszunehmen.

166 [Unternehmen, Wirtschaftsverbände]

Wie hoch wären die geschätzten Kosteneinsparungen, die durch derartige Erleichterungen erzielt würden?

	Geschätzter Betrag oder prozentualer Anteil am Umsatz
Absolute jährliche Kosteneinsparungen (in Euro)	
Jährliche Kosteneinsparungen als prozentualer Anteil am Umsatz	
Sonstige Rechte	

167 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

2.4 Haustürverkauf

Der Ausdruck „Haustürverkauf“ bezieht sich auf Geschäfte, bei denen der Händler dem Verbraucher außerhalb seiner Geschäftsräume ein Angebot unterbreitet bzw. einen Vertrag mit dem Verbraucher schließt, insbesondere auf Geschäfte, die auf vom Händler organisierten Ausflügen oder in der Wohnung des Verbrauchers ohne dessen vorherige Zustimmung abgeschlossen werden.

Während Haustürverkäufe als solche gemäß der [Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) nicht verboten sind, ist der konkrete Handelsbrauch der „Nichtbeachtung der Aufforderung des Verbrauchers bei persönlichen Besuchen in dessen Wohnung, diese zu verlassen bzw. nicht zurückzukehren“ prinzipiell untersagt. Allerdings hat die Europäische Kommission Kenntnis von der Tatsache erlangt, dass es in manchen Mitgliedstaaten Vorschriften gibt, die Haustürverkäufe anscheinend verbieten oder einem generellen Verbot von Haustürverkäufen als Vertriebsweg sehr nahe kommen. Die Kommission möchte die Gelegenheit nutzen, die Meinungen der Betroffenen zu diesem Thema einzuholen.

168 Ist es Ihrer privaten oder beruflichen Erfahrung nach aufgrund von nationalen Verboten von Haustürverkäufen oder anderen außerhalb der Geschäftsräume des Händlers stattfindenden Verkaufsveranstaltungen oder von nationalen Einschränkungen bezüglich dieser Vertriebswege schwierig, grenzüberschreitende Einkäufe zu tätigen oder grenzüberschreitenden Handel zu treiben?

- Sehr häufig
- Häufig
- Manchmal
- Nie
- Weiß nicht

169 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

Faktisch hat ein EU-Rechtsakt selbst!, nämlich die Verbraucherrechte-Richtlinie, quasi ein Verbot von Vertragsabschlüssen außerhalb der Geschäftsräume, also ein Verbot, Verträge mit Konsumenten zB in deren Wohnung zu schließen, für unzählige KMU insbesondere aus dem Handwerksbereich, bewirkt!

Die Vorgaben für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge, die nach der Verbraucherrechte-RL auch Geschäfte erfassen, die vom Verbraucher selbst angebahnt werden (zB Verbraucher ruft einen Handwerker zu sich nach Hause, weil der die Wohnung ausmalen lassen möchte oder neue Fenster einbauen lassen möchte), sind derart komplex und bürokratisch, dass diese von einem KMU, das eben nicht über juristische Fachkenntnisse verfügt, nicht mehr bewerkstelligt werden können. Die mit Vorgaben verbundenen Fallstricke mit drastischen Sanktionen führen dazu, dass Abschlüsse von Verträgen vor Ort am besten vermieden werden müssen (zB indem Kunden zum Vertragsabschluss in die Geschäftsräume gebeten werden).

Es besteht daher dringender Bedarf, eine Ausnahme für Verträge vorzusehen, die vom Verbraucher selbst angebahnt wurden. Diese Problematik der Außergeschäftsräume wurde - neben anderen Punkten - von EUROCHAMBRES im Rahmen der Überprüfung der Verbraucherrechte-RL nachweislich der Kommission dargelegt und wir verweisen auf diese ausführliche ECH-Stellungnahme:

http://www.eurochambres.eu/custom/Paper_EU_burden_tracker_-_CRD_-_Better_Regulation_-2016-00192-01.pdf

170 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Entstehen Ihrem Unternehmen oder den Unternehmen, die Ihr Verband vertritt, aufgrund nationaler Verbote von Haustürverkäufen oder anderen außerhalb der Geschäftsräume des Händlers stattfindenden Verkaufsveranstaltungen oder aufgrund nationaler Einschränkungen bezüglich dieser Vertriebswege Kosten für die Vorschrifteneinhaltung oder finanzielle Verluste?

- In erheblichem Umfang
- In gewissem Umfang
- Überhaupt nicht
- Weiß nicht

171 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

172 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Wie hoch sind die geschätzten Kosten oder finanziellen Verluste, die Ihnen aufgrund nationaler Verbote von Haustürverkäufen oder anderen außerhalb der Geschäftsräume des Händlers stattfindenden Verkaufsveranstaltungen oder aufgrund von nationalen Einschränkungen bezüglich dieser Vertriebswege entstehen?

	Geschätzter Betrag oder prozentualer Anteil am Umsatz
Absolute Kosten pro Jahr (in Euro)	
Jährliche Kosten als prozentualer Anteil des Umsatzes im grenzüberschreitenden Handel	
Sonstiges	

173 Bitte erläutern Sie, wie Sie diesen Schätzbetrag errechnet haben.

174 **[Unternehmen, Wirtschaftsverbände]** Halten Sie diese Kosten für annehmbar?

- Stimme voll und ganz zu
- Stimme eher zu
- Bin eher anderer Meinung
- Stimme überhaupt nicht zu
- Weiß nicht

175 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

176 Sie können hier auch ein zusätzliches Positionspapier hochladen.

Contact

just-e2-communication@ec.europa.eu
