



**Mag Birgit Noha, LLM
Rechtsanwältin**

zertifizierte

Datenschutzbeauftragte

Zieglergasse 1/18

A-1070 Wien / Vienna

Mail: Office@laws.at

Tel: +43 (0)1 / 90680 – 730

Mobil: +4369917171009

Omnibusrichtlinie
„A New Deal for Consumers“

P2B Verordnung

Gewährleistung neu

EU Omnibus-Richtlinie

Richtlinie (EU) 2019/2161 vom 27. November 2019 zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union.

Überarbeitung vier bestehender EU-**RL im Rahmen des „New Deal for Consumers“**:

- **Missbräuchliche Klausel**-RL 93/13/EWG
- **Preisangaben**-RL 98/6/EG
- **RL über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29/EG (UGP-RL)**
- **Verbraucherrechte**-RL 2011/83/EU (VR-RL)

Umsetzungsfrist: 28. November 2021, ab 28. Mai 2022 Anwendung der nationalen Bestimmung

Omnibusrichtlinie

Die EU-Omnibus-Richtlinie

Richtlinie (EU) 2019/2161 vom 27. November 2019 zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union (ModernisierungsRL)

- Änderungen im FAGG und KSchG im Entwurf:
 - Änderungen im Zusammenhang mit dem digitalen Handel: Definitionen und Informationspflichten, Rücktrittsrechte
- Änderungen im UWG und Preisauszeichnungsgesetz im Entwurf:
 - Dual Quality
 - Neue Verbote
 - Bestimmungen bei Rabattauszeichnungen
 - Sonstiges
 - Individuelle Rechtsbehelfe
 - Sanktionen

Änderungen im FAGG/KSchG im Entwurf

- Ausdehnung des Anwendungsbereichs des FAGG auf Datenhingebungsverträge (Verträge über die Bereitstellung von digitalen Leistungen gegen die Hingabe von personenbezogenen Daten des Verbrauchers)
- Modernisierung der Informationspflichten, etwa bei automationsunterstützter personalisierter Preisbildung
- neue Informationspflichten für Online-Marktplätze, insbesondere über Angebotsranking und Unternehmereigenschaft von Drittanbietern
- Regelungen für die Rechtsfolgen eines Rücktritts nach dem FAGG bei digitalen Leistungen (entsprechend der Digitale-Inhalte-Richtlinie)
- Verlängerung der Rücktrittsfrist auf 30 Tage für Haustürgeschäfte

Informationspflichten: Rechtslage bis Mai 2022



§ 5 ECG	FAGG	UWG
Name bzw. Firma	Identität des Unternehmers, bspw. Handelsname	Identität des Gewerbetreibenden
Geografische Anschrift	Anschrift des Ortes der Niederlassung	Anschrift
Angaben zur Kontaktaufnahme einschließlich E-Mail	Gegebenenfalls Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse	-
Ggf. Firmenbuchnummer und Firmenbuchgericht	Informationen zu Ware/DL: wesentliche Eigenschaften, Gesamtpreis, Rücktrittsrecht, Gewährleistungsrecht, Vertragslaufzeit, ... u.v.m.	Informationen zum Produkt: Wesentliche Merkmale, Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben, ggf. Rücktritts- /Widerrufsrecht, ...
Kammer, Berufsverband o.Ä. sowie ein Hinweis auf anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften	Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, Termin, Verfahren zum Umgang mit Beschwerden	Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, sofern Abweichen von beruflicher Sorgfalt
ggf. UID-Nr.		

Änderungen durch die Omnibus-RL



§ 5 ECG	FAGG	UWG
Name bzw. Firma	Identität des Unternehmers, bspw. Handelsname	Identität des Gewerbetreibenden
Geografische Anschrift	Anschrift des Ortes der Niederlassung	Anschrift
Angaben zur Kontaktaufnahme einschließlich E-Mail	Telefonnummer, E-Mail-Adresse, ggf. andere Online-Kommunikationsmittel	Dritter auf Online-Marktplatz: (kein) Gewerbetreibender
Ggf. Firmenbuchnummer und Firmenbuchgericht	Informationen zu Funktionalität, Interoperabilität, Kompatibilität von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten, digitalen DL	Informationen zum Produkt: Wesentliche Merkmale, Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben, ggf. Rücktritts-/Widerrufsrecht, ...
Kammer, Berufsverband o.Ä. sowie ein Hinweis auf anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften	Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, Termin, Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, Preis aufgrund automatisierter Entscheidungsfindung	Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, Verfahren zum Umgang mit Beschwerden , sofern Abweichen von beruflicher Sorgfalt
ggf. UID-Nr.		

Ausweitung des Schutzbereichs auf „kostenlose“ digitale Dienstleistungen

Ausdehnung des Anwendungsbereichs der Verbraucherrechte-Richtlinie (FAGG)
Die bereits seit dem 2014 in österreichisches Recht umgesetzte Verbraucherrechte-Richtlinie gilt künftig auch für Verträge über digitale Inhalte, die nicht auf einem Datenträger gespeichert sind, und für digitale Dienstleistungen, wenn der Verbraucher dem Unternehmer hierfür personenbezogene Daten zur Verfügung stellt und der Unternehmer diese Daten nicht allein für rechtliche Anforderungen nach dieser Richtlinie benötigt und verarbeitet (Bezahlung mit Daten und nicht durch Entgelt).

Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, welche nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, sind zB Downloads von E-Books.

Digitale Dienstleistungen sind zB soziale Medien, Cloud-Speicher, E-Mail-Konten oder Konten bei sozialen Netzwerken, Dienste zur gemeinsamen Nutzung von Video- oder Audioinhalten und andere Formen des Filehostings, Textverarbeitung oder Spiele, die in der Cloud angeboten werden und Cloud-Anwendungen.

Konsequenzen davon sind zB, dass bei der Beendigung eines Vertrags beispielsweise die wechselseitigen Leistungen zurückgestellt werden müssen.

Die Handhabung ist schwierig, Lösung könnte eventuell auf die Löschung der Daten hinauslaufen.

Der Unternehmer hat – außer in den Fällen, dass die Nutzung notwendig zur Vertragserfüllung ist – die nicht personenbezogenen Daten und die vom Verbraucher bei der Nutzung der vom Unternehmer bereitgestellten digitalen Leistung bereitgestellt oder erstellt wurden, dem Verbraucher auf dessen Verlangen so zur Verfügung zu stellen, dass der Verbraucher diese Inhalte kostenfrei, ohne Behinderung durch den Unternehmer, in angemessener Frist und in einem allgemein gebräuchlichen und maschinenlesbaren Format wiedererlangen kann.

Rücktrittsbelehrung bei downloads etc. sehr kompliziert, auch bei Dienstleistungen:

Bei den Ausnahmen vom Rücktrittsrecht in Fällen, in denen auf Wunsch des Verbrauchers noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist mit der Vertragserfüllung begonnen wurde, ist in Hinkunft zwischen Verträgen gegen Entgelt und Verträgen gegen Datenhingabe zu unterscheiden.

Bei Verträgen ohne Zahlungsverpflichtung führt die vollständige Dienstleistungserbringung zu einem Entfall des Rücktrittsrechts.

Bei Verträgen mit einer Zahlungsverpflichtung des Verbrauchers muss dafür – neben der vollständigen Dienstleistungserbringung – zusätzlich **noch ein „ausdrückliches“ Verlangen der vorzeitigen Vertragserfüllung** sowie als drittes Element die Bestätigung des Verbrauchers über seine Kenntnis vom Verlust des Rücktrittsrechts vorliegen. Der Unternehmer muss dann zusätzlich vom Verbraucher die Bestätigung verlangen, dass dieser den bei vollständiger Vertragserfüllung eintretenden Verlust seines Rücktrittsrechts zur Kenntnis genommen hat.

Online Marktplatz

„Online-Marktplatz“ ist ein Dienst, der es Verbrauchern durch die Verwendung von Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom Unternehmer oder im Namen des Unternehmers betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Unternehmern oder Verbrauchern abzuschließen;

Vermittlungsplattformen werden direkt auf der Internetseite Kauf- oder Dienstleistungsverträge abgeschlossen, während auf Informationsplattformen die Kontaktdaten von interessierten Kunden bloß an Anbieter weitergeleitet werden. Vermittlungsplattformen finanzieren sich dabei in Form von Vertragsabschlussprovisionen. Einige bekannte Beispiele sind Airbnb, Amazon und Ebay, Booking, Mjam.

Online Marktplatz

Der Anbieter des Online-Marktplatzes hat den Verbraucher zum frühestmöglichen Zeitpunkt, bevor dieser durch einen Fernabsatzvertrag oder seine Vertragserklärung auf dem Online-Marktplatz gebunden ist, und ein weiteres Mal unmittelbar, bevor der Verbraucher seine Vertragserklärung abgibt, klar, verständlich und in hervorgehobener Weise darüber zu informieren, ob der Verbraucher den Fernabsatzvertrag mit dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, oder mit dem Anbieter des Online-Marktplatzes abschließen wird.

amazon.de Deliver to Mag. Lech 6764

schokolade

6 pack

Venchi Set verpackte Tafeln Cremino, extra dunkle Schokolade 660 g–6er-Set – glutenfrei

Visit the Venchi Store

★★★★★ 30 ratings

-22% €28²⁴ (€42.79 / kg)

Suggested price: €35.98

prime

Prices for items sold by Amazon include VAT. Depending on your delivery address, VAT may vary at Checkout. For other items, please see [details](#).

Item weight 0.1 Kilograms
Brand Venchi
Item dimensions L x W x H 8 x 9.5 x 17.8 centimetres
Allergen information Contains: Gluten Free, Soy may contain, Milk may contain, Hazelnuts Free
Package weight 0.74 Kilograms
Number of pieces 1
 See more

About this item

- Set mit 6 Tafeln Cremino aus extra dunkler Schokolade mit drei Schichten - eine Schicht Zartbitterschokolade 56 % mit Mandelpaste zwischen zwei Schichten Zartbitterschokolade 75 % mit Haselnusspaste.

€28²⁴ (€42.79 / kg)
 prime
 FREE delivery **Wednesday, February 23**. Order within 15 hrs 28 mins
 Deliver to Mag. - Lech 6764
 In stock.

Quantity: 1 +

Add to Basket

Buy Now

Secure transaction

Dispatched from and sold by Amazon.

Add gift options

Add to List

Share

Zur Suche Text hier eingeben

11:04 21.02.2022

Vor Vertragsabschluss auf einem Online-Marktplatz müssen Verbraucher in Zukunft zusätzlich über folgende Punkte informiert werden:

- allgemeine Informationen betreffend die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings der Angebote sowie die relative Gewichtung dieser Parameter im Vergleich zu anderen Parametern;
- ob es sich bei dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, um einen Unternehmer handelt oder um eine Privatperson;
- sofern der Dritte, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, kein Unternehmer ist, dass die EU-Verbraucherrechte auf den Vertrag keine Anwendung finden;
- zu informieren ist gegebenenfalls wie die sich aus dem Vertrag ergebenden Verpflichtungen zwischen dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, und dem Anbieter des Online-Marktplatzes aufgeteilt werden;

Profiling

Die Unternehmer können den Preis ihrer Angebote für bestimmte Verbraucher oder bestimmte Verbrauchergruppen auf der Grundlage automatisierter Entscheidungsfindung oder Erstellung von Profilen **des Verbraucherverhaltens (im Folgenden „Profiling“)**, die den Unternehmern eine Bewertung der Kaufkraft des Verbrauchers ermöglichen, personalisieren. (zB teurer Preis für Apple notebook Besitzer)

Die Verbraucher sollten deshalb eindeutig darauf hingewiesen werden, wenn der ihnen angebotene Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert worden ist, damit sie die möglichen Risiken bei ihrer Kaufentscheidung berücksichtigen können. Diese Informationspflicht sollte nicht für Techniken wie die dynamische Preissetzung oder die Preissetzung in Echtzeit gelten, bei denen sich der Preis in sehr flexibler und schneller Weise in Abhängigkeit von der Marktnachfrage ändert.

Überblick über die Inhalte der Omnibus-RL (Modernisierungs-RL) im UWG

- Inhaltliche Änderungen
 - Dual Quality
 - Neue Verbote
 - Bestimmungen bei Rabattauszeichnungen
- Individuelle Rechtsbehelfe
- Sanktionen

Dual Quality

Der Hintergrund

Jean-Claude Juncker, Rede zur Lage der Union (13.9.2017)

*„Europa muss eine Union der Gleichberechtigung und der **Gleichberechtigten sein. ... In einer Union der Gleichberechtigten** kann es auch keine Verbraucher zweiter Klasse geben. Ich kann nicht akzeptieren, dass den Menschen in manchen Teilen Europas, vornehmlich in Mittel- und Osteuropa, qualitativ schlechtere Lebensmittel verkauft werden als in anderen, obwohl Verpackung und Markenkennzeichnung identisch sind. Slowaken haben nicht weniger Fisch in Fischstäbchen verdient, Ungarn nicht weniger Fleisch in Fleischgerichten oder Tschechen weniger Kakao in der Schokolade. Das EU-Recht verbietet solche Praktiken schon jetzt. Und nun müssen wir die nationalen Behörden mit umfassenderen Befugnissen ausstatten, sodass diese flächendeckend gegen diese, ja, **illegalen Praktiken vorgehen können.**“*

BERGFEX-Wetter Lech Zürs am A... x nutella - Google Suche x +

google.com/search?q=nutella&rlz=1C1EJFA_enAT783AT783&sxsrf=APq-WBs7cy13PcEn_TVjXT17tyRogC6blw:1645438482254&tbm=isch&source=iu&ictx=1&vet=1&fir=v7RNEkzRFR-zM%252CHnb5M...

Google nutella



Ferrero Nutella online bes... shop.billa.at · Auf Lager

nutella® | Offizielle We... nutella.com

Nutella - Wikipedia de.wikipedia.org

Nutella Nutella Nutella ... amazon.de

nutella® | Offizielle We... nutella.com

7x Ferrero Nutella World ... amazon.de

Nutella: Ferreros wichtigstes Produkt wird... faz.net

So viel Zucker steckt in Nutell... gmx.at

Unsere Qualität und unsere Zutaten | nute... nutella.com

Ferrero Nutella Dekorglas o...

FERRERO Nutella

Ferrero Nutella online bestel...

Nutella - Rezeptbuch K...

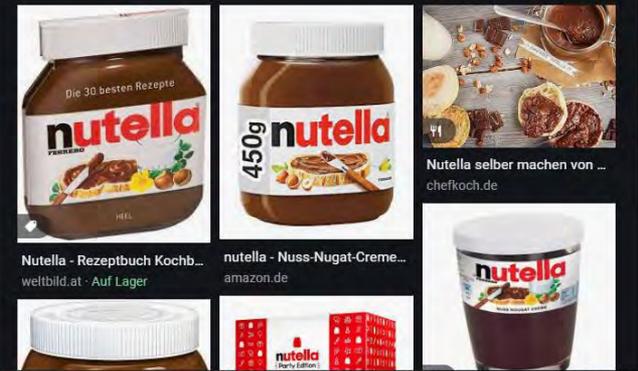
So viel Zucker steckt in Nute...



Besuchen

Die Bilder sind eventuell urheberrechtlich geschützt. Weitere Infos

Ähnliche Bilder



Nutella - Rezeptbuch Kochb... weltbild.at · Auf Lager

nutella - Nuss-Nugat-Creme... amazon.de

Nutella selber machen von ... chefkoch.de

Zur Suche Text hier eingeben

11:16 21.02.2022

Dual Quality

Der neue Irreführungstatbestand

§ 2 Abs 3 Z 3 UWG

Eine Geschäftspraktik gilt ferner als irreführend, wenn sie geeignet ist, einen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte und das Folgende enthält

1. jegliche Art der Vermarktung
2. einer Ware
3. als identisch mit einer in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Ware, obwohl
4. sich Waren wesentlich voneinander unterscheiden
 - a. in ihrer Zusammensetzung oder
 - b. in ihren Merkmalen
5. Unterscheidung nicht gerechtfertigt durch legitime und objektive Faktoren

Dual Quality

Die entscheidenden Fragen

1. Warenidentität → als identisch mit einer in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Ware

nicht ident	? fraglich ?	ident
<ul style="list-style-type: none"> • unterschiedliche Aufmachung oder unterschiedliche Marke 	<ul style="list-style-type: none"> • bloße Übersetzung der Informationen auf der Ware (Verpackung) in die jeweilige Landessprache • bloßer Länderzusatz („<i>Austrian Edition</i>“, „<i>Deutsches Rezept</i>“, „<i>Ungarische Variante</i>“) • sonstiger Hinweis auf nationale Besonderheit • Information bzw. Erkennlichmachung der Unterschiede auf der Ware, zB auf Etikett 	<ul style="list-style-type: none"> • gleiche Aufmachung oder gleiche Marke

Dual Quality

3. Rechtfertigungsgründe

→ Nicht irreführend, wenn Unterscheidung durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt ist

Erwägungsgründe aus RL (EU) 2019/2161

- Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen
- freiwillige Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln
- unterschiedliches Gewicht oder unterschiedliche Füllmengen bei Waren derselben Marke

Weitere Rechtfertigungsgründe

- ?

Bestimmungen hinsichtlich Rankings

Zu informieren ist in Zukunft über die Hauptparameter für die Festlegung des Rankings sowie über deren relative Gewichtung im Vergleich zu anderen Parametern. Nicht detailliert offengelegt werden muss die Funktionsweise von Ranking-Systemen, einschließlich der Algorithmen. Diese Informationen sind in einem Bereich der Online-Benutzeroberfläche zur Verfügung zu stellen, oder von der Seite, auf der die Suchergebnisse angezeigt werden, und sollen unmittelbar und leicht zugänglich sein. Dieser Absatz gilt nicht für Anbieter von Online-Suchmaschinen.

Daneben gibt es einen ergänzenden Verbotstatbestand nach dem die Anzeige von Suchergebnissen ohne Offenlegung etwaiger bezahlter Werbung oder spezieller Zahlungen, die zur Erreichung eines höheren Rankings dienen, verboten ist.

Regelungen betreffend Verbraucherbewertungen

Wenn Verbraucherbewertungen von Unternehmern zugänglich gemacht werden, sollen diese zukünftig darüber informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, welche die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben. Eine Prüfpflicht an sich besteht nicht. Zwei Verbotstatbestände:

- Behauptung, dass Bewertungen von Verbrauchern stammen, ohne dies zu prüfen und
- Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen bzw. Erteilung des Auftrags, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen abzugeben.

Von **diesem Verbot umfasst sind auch falsche Empfehlungen im Sinne von „Likes“** in sozialen Medien, z. B. wenn diese erkaufte werden. Ferner sind jene Fälle von dem Verbot umfasst, in denen Verbraucher, die ein Produkt tatsächlich kaufen, für die Veröffentlichung positiver Bewertungen eine Vergütung erhalten. Als Beispiele für eine falsche Darstellung im Sinne dieses Tatbestands werden folgende Praktiken genannt: Veröffentlichung ausschließlich positiver Bewertungen, während negative gelöscht werden oder etwa eine Extrapolation von Empfehlungen. Eine solche liegt dann vor, wenn eine positive Interaktion eines Nutzers mit einem bestimmten Online-Inhalt mit einem anderen – wenn auch in Zusammenhang stehenden – Inhalt verknüpft oder auf diesen übertragen wird und dadurch der Anschein erweckt wird, der Nutzer befürworte auch den anderen Inhalt.

- Rabattbestimmungen: Hinkünftig ist bei Rabatten auch der vorherige niedrigste Preis, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal angewendet wurde, anzugeben.
- Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, insbesondere Kultur- und Sportveranstaltungen: Ein weiterer neuer Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht ist das Anbieten von Veranstaltungstickets, die zuvor unter Verwendung **von programmierten „Bots“ zur Umgehung von** Maximalabnahmebegrenzungen erlangt wurden.

Hohe Geldbußen

Unternehmer, die wissentlich durch offensichtlich aggressive oder irreführende Geschäftspraktiken gegen § 1a Abs. 1 bis 3 und § 2 verstoßen, können bei weitverbreiteten Verstößen auf Antrag des Bundesamtes für Eich- und Vermessungswesen vom Gericht mit einer Geldstrafe von bis zu 4% des im vorausgegangenen Geschäftsjahr erzielten Jahresumsatzes in den vom Verstoß betroffenen Mitgliedstaaten bestraft werden. Sind keine Informationen über den Jahresumsatz des Unternehmers verfügbar, so können Geldstrafen von bis zu 2 Millionen Euro verhängt werden.

Bei der Strafbemessung sind gegebenenfalls folgende beispielhafte Kriterien zu berücksichtigen:

1. Art, Schwere, Umfang und Dauer des Verstoßes;
2. Maßnahmen des Unternehmers zur Minderung oder Beseitigung des Schadens, der Verbrauchern entstanden ist;
3. frühere Verstöße des Unternehmers;
4. Ggf erlangte finanzielle Vorteile
5. Sanktionen in anderen Mitgliedstaaten

Dazu: Geldbußen bei Unterlassungsexekution in der selben Höhe

Schadenersatzansprüche



Ein Unternehmer, der offensichtlich unlautere Geschäftspraktik vornimmt und hierdurch Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die sie andernfalls nicht getroffen hätten, hat Schadenersatz zu leisten.

Für geschädigte Unternehmer umfasst das auch entgangenen Gewinn.

Überblick über die wesentlichen Änderungen

a) Ausdehnung des Anwendungsbereichs der Verbraucherrechte-Richtlinie (FAGG)

Die bereits seit dem 2014 in österreichisches Recht umgesetzte Verbraucherrechte-Richtlinie gilt künftig auch für Verträge über digitale Inhalte, die nicht auf einem Datenträger gespeichert sind, und für digitale Dienstleistungen, wenn der Verbraucher dem Unternehmer hierfür personenbezogene Daten zur Verfügung stellt und der Unternehmer diese Daten nicht allein für rechtliche Anforderungen nach dieser Richtlinie benötigt und verarbeitet (Bezahlung mit Daten und nicht durch Entgelt).

b) Änderungen bei der Verbraucherrücktrittsbelehrung

Für die verpflichtende Belehrung von Verbrauchern über ihr gesetzliches Rücktrittsrecht ergeben sich Änderungen im Detail, insbesondere bei digitalen Inhalten, die nicht auf einem Datenträger gespeichert sind.

Händler werden – wie immer bei der Rücktrittsbelehrung – die Änderungen exakt abbilden müssen, da sonst eine Angreifbarkeit der Rücktrittsbelehrung droht.

c) Wegfall der Pflichtangabe der Faxnummer in Verbraucherrücktrittsbelehrung und Widerrufsformular

Es wird künftig nicht mehr verpflichtend sein, eine vorhandene Faxnummer in der Rücktrittsbelehrung und dem Muster-Widerrufsformular anzugeben, da die EU-Kommission die Faxtechnik heutzutage für überholt hält.

d) Erweiterte Kontaktinformationen bei Fernabsatzverträgen

Auch hinsichtlich der verpflichtenden Kontaktinformationen bei Fernabsatzverträgen ergeben sich für Unternehmer künftig Änderungen. Der Umfang der Pflichtinformationen wird auf Händlerseite erweitert werden.

e) Hinweispflicht, wenn personalisierter Preis aufgrund automatisierter Entscheidungsfindung berechnet wird

Eine neue Informationspflicht der Händler besteht dann, wenn der dem Verbraucher angezeigte Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung oder der Erstellung von Profilen des Verbraucherverhaltens personalisiert wurde.

f) Strenge Regelungen bei Preissenkungen

Die Richtlinie führt auch zu massiven Änderungen beim Preisangabenrecht. So ist künftig bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung der vorherige Preis anzugeben, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum angewandt hat. Der vorherige Preis ist der niedrigste Preis, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung angewandt hat.

g) Unzulässigkeit des Vertriebs von Waren unterschiedlicher Qualität als identisch

Ein Händler begeht künftig eine unzulässige irreführende Handlung, wenn er tatsächlich unterschiedliche Produkte als identische Produkte in der EU vermarktet. Gibt es also von einem Produkt für einen bestimmten EU-Markt **eine „Sparversion“**, darf diese nicht mehr als identisch zur Version für die anderen EU-Märkte angeboten werden.

h) Bewertungen:

Unternehmer, die Kundenrezensionen zu Produkten anzeigen, müssen nunmehr angeben, ob Mechanismen zur Sicherstellung von deren Authentizität getroffen wurden. Zu den zumutbaren und verhältnismäßigen Schritten zur Prüfung von Bewertungen zählen etwa technische Mittel zur Überprüfung der Glaubwürdigkeit einer Person, die eine Bewertung veröffentlicht, beispielsweise indem Informationen darüber angefordert werden, ob ein Verbraucher das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben hat.

Gleiches gilt für gefälschte Rezensionen, die vom Unternehmer selbst veranlasst wurden.

i) Ein weiterer neuer Schwarzlistenverstoß gegen das Wettbewerbsrecht ist das Anbieten von Veranstaltungstickets, die zuvor unter Verwendung von **programmierten „Bots“ zur Umgehung von Maximalabnahmebegrenzungen** erlangt wurden.

j) Werden von einem Vergleichsportal Produktrankings für Produkte verschiedener Anbieter vorgenommen, muss der Betreiber für den Verbraucher sichtbar anzeigen, welche Rankingkriterien genutzt werden, und wie diese zueinander gewichtet sind.

k) Onlinemarktplätze, also Portale, die Verbrauchern ermöglichen, Fernabsatzverträge (auch) mit anderen Unternehmern oder Verbrauchern abzuschließen, treffen neue Hinweispflichten. Sie haben von den jeweiligen Anbietern in Erfahrung zu bringen, ob diese als Unternehmer oder Verbraucher agieren und die Informationen potenziellen Käufern anzuzeigen. Dies ist zu verbinden mit Hinweisen auf die jeweiligen Rechtsfolgen wie zum Beispiel dem Rücktrittsrecht.

l) Verbrauchern sollen Rechtsschutzmöglichkeiten gegen Unternehmer offenstehen, die unlautere Wettbewerbsmethoden verwenden.

m) Onlineanbieter, die Produktpreise durch automatisierte **Entscheidungsfindung individuell an den Besucher anpassen („Dynamic Pricing“)**, trifft nun eine diesbezügliche Hinweispflicht (etwa dann, wenn sich der aufgerufene Preis für den konkreten Verbraucher erhöht, wenn dieser die Website mehrmals besucht).

n) Staatliche Sanktionen für Unternehmer, die unlautere Geschäftspraktiken oder gegenüber Verbrauchern missbräuchliche Vertragsklauseln verwenden oder Verstöße gegen die Verbraucherrechterichtlinie begehen, werden näher geregelt. Die Obergrenze für Sanktionen darf dabei nicht unter 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers betragen, anderenfalls bis zu 2 Millionen Euro, wenn der Jahresumsatz nicht feststellbar ist.

P2B Verordnung

Fairness und Transparenz auf Plattformen



Bei den Anbietern der Online-Vermittlungsdienste, die unter diese Verordnung fallen, handelt es sich beispielsweise um Online-Marktplätze (wie Amazon oder Ebay) und sonstige Plattformen (wie Hotelbuchungsportale, Immobilienportale und App Stores).

Unter dem Begriff Online-Vermittlungsdienste sind auch Preisvergleichsdienste, Online-Suchmaschinen (wie Google) und soziale Medien (wie Facebook), soweit sie eine gewerbliche Nutzung ermöglichen, zu subsumieren.

Diese Verordnung gilt nicht für Online-Zahlungsdienste, Werbeinstrumente oder Werbebörsen.

- Die Gestaltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Informationspflichten muss klar und verständlich sein
- Offenlegung von Ranking-Parametern
- die Gründe für die Aussetzung, Einschränkung oder Vertragsbeendigung sind zu übermitteln
- Information zu den Auswirkungen der AGB auf Immaterialgüterrechte müssen vorhanden sein
- Wenn ein Plattformbetreiber seine konzerneigenen Dienste oder Produkte (z.B. selbst als Händler tätig) anders (besser) behandelt als die des gewerblichen Nutzers, so muss jede differenzierte Behandlung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen anhand der wichtigsten wirtschaftlichen, geschäftlichen und rechtlichen Erwägungen beschrieben werden
- Wenn ein gewerblicher Nutzer durch die AGB eines Plattformbetreibers eingeschränkt ist, sein Produkt oder Leistung anderswo zu besseren Bedingungen anzubieten, so muss der Plattformbetreiber die Gründe für die Einschränkung erläutern.

Das neue Gewährleistungsrecht



Gewährleistung \neq Garantie

- Gewährleistung: gesetzlich, trifft den Händler, Mangel muss bei Übergabe vorgelegen haben
- Garantie: freiwillig, zusätzlich, kann auch vom Händler oder einem dritten gegeben werden

Eckdaten zum Gewährleistungsrichtlinien- Umsetzungsgesetz (GRUG)

- Umsetzung der WKRL (EU) 2019/771 und der DURL (EU) 2019/770
- trat am 1.1.2022 in Kraft

4 Artikel:

- Artikel 1: neues Verbrauchergewährleistungsgesetz (VGG)
- Artikel 2 und 3: Änderungen des ABGB und des KSchG

Kein einheitliches Gewährleistungsrecht mehr

- Die sehr umfangreichen, komplexen und zT technikbezogenen Regelungen werden in einem eigenen, neuen Gesetz, nämlich dem Verbrauchergewährleistungsgesetz (VGG) umgesetzt
- parallel dazu einige Anpassungen im ABGB und im KSchG
- Künftig gibt es also zwei unterschiedliche Gewährleistungsregulative: das VGG und die §§ 922 ff ABGB
- Bei der Rechtsanwendung muss man künftig also prüfen, ob das jeweilige Vertragsverhältnis in den Anwendungsbereich des VGG fällt oder dafür nur die Regelungen des ABGB heranzuziehen sind

Der Anwendungsbereich des VGG

- Verträge über den Kauf von Waren sowie über die Bereitstellung digitaler Leistungen
- zwischen einem unternehmerischen Verkäufer (Bereitsteller) und einem Verbraucher B2C
- Kauf von Waren
 - auch **von solchen, die noch herzustellen sind** (daher weiter als „Kauf“ im Sinn des § 1053 ABGB)
 - also auch Werklieferungsverträge
 - auch Waren mit digitalen Elementen
 - Ein gemischter Vertrag fällt nicht in den Anwendungsbereich des VGG, wenn das kaufvertragliche Element nur untergeordnete Bedeutung hat
 - Diskussionsbeispiele: Maßhemd, Badverfliesung, IKEA-Kasten mit Montage
- Bereitstellung digitaler Leistungen
 - digitale Inhalte: zB Fotos, Videos, Musik, E-Books in digitaler Form, Software
 - digitale Dienstleistungen: zB Social Media, Streamingdienste, Cloudspeicher-Servicedienste, Apps
 - und zwar entweder gegen Zahlung eines Preises oder gegen Hingabe personenbezogener Daten

Ausnahme vom Anwendungsbereich

- In § 1 Abs 2 VGG zahlreiche Ausnahmen, zum Beispiel:
 - Kauf lebender Tiere (daher Viehmängelregelungen des ABGB künftig auch für B2CGeschäfte anwendbar)
 - elektronische Kommunikationsdienste
 - Gesundheits-, Glückspiel- und Finanzdienstleistungen
 - digitale Kinovorführungen
 - Waren, die auf Grund von Zwangsvollstreckungsmaßnahmen oder anderen gerichtlichen Maßnahmen verkauft werden

Mangelbegriff – objektiv erforderliche Eigenschaften

- im ABGB „gewöhnlich vorausgesetzte Eigenschaften“
- „objektive Vertragskonformität“ nun aber im VGG als Mindestanforderung konstruiert
 - davon kann nur unter strengen Voraussetzungen abgewichen werden
- Eine wirksame Abweichungsvereinbarung setzt voraus:
 - Verbraucher **muss von der Abweichung „eigens“** in Kenntnis gesetzt werden.
 - Dann **muss der Verbraucher der Abweichung „ausdrücklich und gesondert“** zustimmen.
- „offenkundiger Mangel“ gibt es hier nicht.
- Das gilt nicht etwa nur für das Onlinegeschäft, sondern auch für den stationären Handel.
- Diskussion: Bei jeder Abweichung vom Standard eines makellosen Premium-Neuprodukts
- Abweichungsvereinbarung erforderlich?
 - Möglicher Lösungsweg Referenzgruppen: zB Gebrauchtwagen, Beta-Version eines Computerspiels, Schnäppchen im Möbelhaus, Laptop

Subjektive und objektive Konformitätskriterien

- vertraglich vereinbarte Eigenschaften:
 - Leistungsobjekt muss vertraglich vereinbarte Eigenschaften aufweisen
 - Beschreibung entsprechen; Art, Menge, Qualität, Funktionalität, Kompatibilität, Interoperabilität und sonstige Merkmale, wie es sich aus Vertrag ergibt
 - Eignung für Zweck, den Verbraucher nennt und dem Unternehmer zustimmt
 - vertraglich vorgesehene Zubehör, Anleitungen, Kundendienst bei digitalen Leistungen
 - vertraglich vorgesehene Aktualisierungen erhalten
- objektiv erforderliche Eigenschaften:
 - Eignung für Zwecke, für die solche Objekte üblicherweise verwendet werden
 - qualitative Übereinstimmung mit Warenprobe, Warenmuster, Testversion oder Vorschau
 - Zubehör aufweisen, das Verbraucher vernünftigerweise erwarten kann
 - Menge, Qualität, Haltbarkeit, Funktionalität, Kompatibilität, Zugänglichkeit, Sicherheit und sonstige Merkmale, die bei solchen Objekten üblich sind und die der Verbraucher – nach Art und öffentlichen Erklärungen – vernünftigerweise erwarten kann
 - Aktualisierungen bei Waren mit dig. Elementen u. dig. Leistungen (dazu später)

Aktualisierungspflicht des Unternehmers I

- nur bei Waren mit digitalen Elementen und bei digitalen Leistungen
- Dem Verbraucher müssen jene Updates zur Verfügung gestellt werden, die notwendig sind, damit die Ware oder die digitale Leistung weiterhin dem Vertrag entspricht.
 - Besonderheit: Normalerweise kommt es für die Beurteilung einer Mangelhaftigkeit auf den Zeitpunkt der Übergabe an. Hier wird aber eine nachträgliche Leistungspflicht des Unternehmers angeordnet.

Aktualisierungspflicht des Unternehmers II

- Dauer der Aktualisierungspflicht
 - wenn fortlaufende Bereitstellung vereinbart: während der Dauer der Bereitstellungspflicht, bei Waren mit digitalen Elementen aber mindestens 2 Jahre
 - bei **einmaliger (oder „mehrmals einzelner“)** Bereitstellung: solange Verbraucher nach Art und Zweck des Objekts und den Umständen und der Art des Vertrags solche Updates **„vernünftigerweise erwarten kann“ (???)**
- Die Aktualisierungspflicht gilt auch für Verträge zwischen zwei Unternehmern
 - bei B2B-Verträgen allerdings nach allgemeinen Regeln abdingbar, auch konkludent

Gewährleistungsfrist

- Gewährleistungsfrist
 - grundsätzlich zwei Jahre, wenn fortlaufende Bereitstellung einer digitalen Leistung vereinbart: während der Dauer der Bereitstellungspflicht, bei Waren mit digitalen Elementen aber mindestens zwei Jahre
- bei gebrauchten Waren Möglichkeit, die Gewährleistungsfrist vertraglich auf ein Jahr zu verkürzen
 - muss im Einzelnen ausgehandelt werden

Vermutungsfrist für die Beweislastumkehr; Verjährungsfrist

- Vermutungsfrist im VGG generell ein Jahr, im allgemeinen Gewährleistungsrecht des ABGB bleibt es bei sechs Monaten
- Verjährungsfrist
 - sowohl im VGG als auch im ABGB drei Monate nach Ablauf der Gewährleistungsfrist
 - soll dem Verbraucher (bzw. Übernehmer) noch die Möglichkeit zur Anrufung des Gerichts nach Scheitern außergerichtlicher Verhandlungen ermöglichen
 - bei Rechtsmängeln gibt es nur eine Verjährungsfrist, die zwei Jahre, bei unbeweglichen Sachen drei Jahre beträgt und mit Kenntnis des Übernehmers vom Mangel zu laufen beginnt

Gewährleistungsbehelfe

- nach wie vor die altbekannten vier Gewährleistungsbehelfe
Hierarchie der Gewährleistungsbehelfe; Wahlrechte wie bisher
- alle Behelfe können durch formfreie Erklärung wahrgenommen werden (auch Preisminderung und Vertragsauflösung)
- bei Verbesserung und Austausch auch Pflicht zur Entfernung der Ware und zur Montage der Ersatzware oder verbesserten Ware
 - Nach Auflösung des Warenkaufvertrags bei Rückabwicklung Vorleistungspflicht des Verbrauchers (Von nun an muss der Unternehmer das Geld erst dann zurückgeben, wenn der Verbraucher die Ware retourniert hat bzw. einen Nachweis über die Rücksendung vorlegt)
- Bei Austausch keine Entgeltspflicht des Verbrauchers für den gewöhnlichen Gebrauch der ausgetauschten Ware

Erwähnenswerte Besonderheiten bei digitalen Leistungen

Hier sehr detaillierte Regelungen über die wechselseitigen Rechte und Pflichten bei Vertragsauflösung

- über die Rückerstattung der Zahlungen, die anteilige Rückerstattung, die Unterbindung der Nutzung, das Schicksal von Inhalten, die der Verbraucher bei Nutzung erstellt hat, usw

Rückgriffsregelung des § 933b ABGB

- Rückgriffsanspruch nicht mehr mit dem an den Vormann geleisteten Entgelt begrenzt
 - umfasst Ersatz des gesamten dem Unternehmer durch die Mangelbehebung entstandenen Aufwand
- kann auch aus einer Verletzung der Aktualisierungspflicht resultieren
- Vereinbarung, mit der ein Rückgriffsanspruch ausgeschlossen oder beschränkt wird, muss zu ihrer Wirksamkeit im Einzelnen ausgehandelt werden und darf nicht gröblich benachteiligend sein

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Mag. Birgit Noha, LL.M
Zieglergasse 1/18
A-1070 WIEN

Tel: +43-1-522 27 29
Fax: + 43-1-5239001-91
E-Mail: office@laws.at
WWW.LAWS.AT