

LEITFADEN DER GD JUSTIZ

zur

Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates

Mit dem vorliegenden Leitfaden soll ein Beitrag zur wirksamen Anwendung der am 25. Oktober 2011 angenommenen [Richtlinie 2011/83/EU](#) über die Rechte der Verbraucher („die Richtlinie“) geleistet werden. Die Mitgliedstaaten waren verpflichtet, die Richtlinie bis zum 13. Dezember 2013 in innerstaatliches Recht umzusetzen. Alle einzelstaatlichen Umsetzungsmaßnahmen müssen ab dem 13. Juni 2014 in Kraft sein.

Das vorliegende Dokument ist nicht rechtsverbindlich und lediglich als Orientierungshilfe gedacht. Die maßgebliche Auslegung des EU-Rechts liegt weiterhin in der alleinigen Zuständigkeit des Gerichtshofs der Europäischen Union (EuGH). Dementsprechend bietet der Leitfaden keine formale Auslegung des EU-Rechts und auch keine Beratung zu Fragen des einzelstaatlichen Rechts.

Die Verantwortung für die Veröffentlichung des vorliegenden Leitfadens liegt allein bei der Generaldirektion Justiz. Entstanden ist der Leitfaden in Zusammenarbeit mit den für die Umsetzung und Durchsetzung der Richtlinie zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten sowie mit Wirtschaftsvertretern und Verbraucherverbänden, die dazu konsultiert wurden. Zur Verwirklichung der Zielsetzungen der Richtlinie ist ihre einheitliche und kohärente Umsetzung durch die nationalen Behörden und Gerichte unerlässlich. Das vorliegende Dokument enthält zu diesem Zweck erläuternde Hinweise zu den wesentlichen Begriffen und Bestimmungen der Richtlinie. Auch praktische Beispiele für die Funktionsweise der Richtlinie werden aufgezeigt.

Der Leitfaden ist als **fortzuschreibendes Dokument** konzipiert. Er ist online abrufbar und wird unter Berücksichtigung der Erfahrungen aus seiner praktischen Anwendung **bei Bedarf ergänzt und aktualisiert**. Er wird in Reaktion auf neue Marktherausforderungen weiterentwickelt und um Entwicklungen im Bereich der europäischen und einzelstaatlichen Rechtsprechung Rechnung zu tragen.

Im Anhang findet sich ein **Muster für die Darstellung vorvertraglicher Verbraucherinformationen zu digitalen Online-Produkten**. Dabei handelt es sich um ein unverbindliches, freiwilliges Hilfsmittel, das Unternehmen die Einhaltung ihrer in der Richtlinie verankerten Informationspflichten erleichtern soll und auf diese Weise zur Erstellung transparenter und vergleichbarer Verbraucherinformationen beiträgt.

INHALTSVERZEICHNIS

1.	EINLEITUNG.....	5
2.	DER ANWENDUNGSBEREICH DER RICHTLINIE	6
2.1.	ERFASSTE VERTRÄGE.....	6
2.2.	GEMISCHTE VERTRÄGE.....	7
2.3.	ANWENDUNG DER RICHTLINIE BEI VERTRÄGEN ÜBER „KOSTENFREIE“ PRODUKTE.....	9
2.4.	VERTRÄGE, FÜR DIE DIE RICHTLINIE NICHT GILT.....	10
2.4.1.	<i>Mietverträge und Bauverträge.....</i>	<i>10</i>
2.4.2.	<i>Vor einem öffentlichen Amtsträger geschlossene Verträge.....</i>	<i>11</i>
2.4.3.	<i>Verträge über Gegenstände des täglichen Bedarfs.....</i>	<i>12</i>
2.4.4.	<i>Automatisierter Verkauf.....</i>	<i>12</i>
2.4.5.	<i>Bestimmte Verträge über elektronische Kommunikationsdienste</i>	<i>12</i>
2.5.	MÖGLICHE AUSNAHMEN FÜR AUßERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENE VERTRÄGE MIT GERINGEM WERT	14
2.6.	VORSCHRIFTEN FÜR ÖFFENTLICHE VERSTEIGERUNGEN	15
2.7.	ÜBERTRAGUNG BESTEHENDER VERTRÄGE ZWISCHEN VERBRAUCHERN	15
3.	AUSSERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENE VERTRÄGE	16
3.1.	EINLEITUNG	16
3.2.	VERTRÄGE, DIE AUßERHALB DER GESCHÄFTSRÄUME DES UNTERNEHMERS GESCHLOSSEN WURDEN.....	16
3.3.	VERTRÄGE, DIE ABGESCHLOSSEN WERDEN, NACHDEM DER VERBRAUCHER AUßERHALB DER GESCHÄFTSRÄUME ANGESPROCHEN WURDE	18
3.4.	VERTRÄGE, DIE WÄHREND EINES VOM UNTERNEHMER ORGANISIERTEN AUSFLUGS GESCHLOSSEN WERDEN	19
4.	VORVERTRAGLICHE INFORMATIONEN	20
4.1.	ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN	20
4.1.1.1.	Anknüpfungspunkte an die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	21
4.1.1.2.	Informationen, die sich „bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben“	21
4.2.	ANKNÜPFUNGSPUNKTE AN DIE INFORMATIONSPFLICHTEN AUS ANDEREN RICHTLINIEN	22
4.2.1.	<i>Informationspflichten im Rahmen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie</i>	<i>22</i>
4.2.1.1.	<i>Zusätzliche Informationspflichten im Rahmen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie.....</i>	<i>23</i>
4.2.1.2.	<i>Sich überschneidende Informationspflichten.....</i>	<i>23</i>
4.2.2.	<i>Zusätzliche Informationspflichten im Rahmen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie.....</i>	<i>24</i>
4.2.3.	<i>Informationspflichten in sektorspezifischen Rechtsvorschriften</i>	<i>24</i>
4.2.4.	<i>Ausnahmeregelungen für Geschäfte des täglichen Lebens.....</i>	<i>25</i>
4.2.5.	<i>Die Unabdingbarkeit vorvertraglicher Informationen.....</i>	<i>25</i>
4.2.6.	<i>Zusätzliche sprachliche Anforderungen.....</i>	<i>26</i>
4.2.7.	<i>Beweislast.....</i>	<i>27</i>
4.3.	GEMEINSAME ANFORDERUNGEN AN INNERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENE VERTRÄGE UND FERNABSATZVERTRÄGE/AUßERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENE VERTRÄGE	27
4.3.1.	<i>Hauptmerkmale.....</i>	<i>27</i>

4.3.2.	<i>Identität und Kontaktdaten</i>	27
4.3.2.1.	Ort der Niederlassung	28
4.3.2.2.	Sitz der wirtschaftlichen Tätigkeit	28
4.3.2.3.	Weitere Kontaktdaten	29
4.3.2.4.	Identität und Anschrift des Auftraggebers	30
4.3.3.	<i>Preis</i>	31
4.3.4.	<i>Bedingungen für die Vertragsausführung – Zahlung und Lieferung</i>	32
4.3.4.1.	Liefer- oder Leistungszeitraum	33
4.3.4.2.	Zahlungsbedingungen	33
4.3.5.	<i>Garantie und Kundendienst</i>	34
4.4.	LAUFZEIT UND KÜNDIGUNG DES VERTRAGS	35
4.5.	ZUSÄTZLICHE ANFORDERUNGEN IM FALLE VON AUßERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENEN VERTRÄGEN UND FERNABSATZVERTRÄGEN	35
4.5.1.	<i>Kosten für den Einsatz von Fernkommunikationstechnik</i>	35
4.5.2.	<i>Kautionen und finanzielle Sicherheiten</i>	36
4.5.3.	<i>Außergerichtliche Streitbeilegungsverfahren</i>	36
5.	BESONDERE ANFORDERUNGEN BEI FERNABSATZVERTRÄGEN	37
5.1.	DEFINITION EINES FERNABSATZVERTRAGS	37
5.2.	VORVERTRAGLICHE INFORMATIONEN	38
5.2.1.	<i>Zusätzliche Anforderungen an die Vorlage vorvertraglicher Informationen</i>	38
5.2.2.	<i>Anforderungen an die Schaltfläche zur Bestellbestätigung</i>	40
5.2.3.	<i>Mittels eines Fernkommunikationsmittels mit begrenztem Raum bzw. begrenzter Zeit geschlossene Verträge</i>	40
5.3.	TELEFONISCH GESCHLOSSENE VERTRÄGE.....	41
5.4.	BESTÄTIGUNG DES VERTRAGS	42
6.	DAS WIDERRUFSRECHT	45
6.1.	BERECHNUNG DER WIDERRUFSFRIST.....	45
6.1.1.	<i>Einleitung</i>	45
6.1.2.	<i>Beginn der Widerrufsfrist</i>	46
6.2.	INFORMATION ÜBER DAS WIDERRUFSRECHT	48
6.3.	AUSÜBUNG DES WIDERRUFSRECHTS	51
6.4.	WIDERRUFSRECHT IN BEZUG AUF WAREN.....	52
6.4.1.	<i>Mehrere oder fehlerhafte Waren</i>	52
6.4.2.	<i>Rücksendung von Waren</i>	52
6.4.3.	<i>Rückzahlung der vom Verbraucher eingegangenen Zahlungen</i>	54
6.4.4.	<i>Haftung des Verbrauchers für falsche Handhabung der Waren</i>	56
6.4.5.	<i>Risiko bei der Rücksendung der Waren an den Unternehmer</i>	58
6.5.	WIDERRUF DER LEISTUNGSERBRINGUNG.....	59
6.5.1.	<i>Zustimmung des Verbrauchers zur unverzüglichen Erbringung der Leistung und Abgeltungspflicht</i> 59	59
6.5.2.	<i>Folgen bei Nichteinhaltung der Verpflichtungen durch den Unternehmer</i>	62
6.6.	BEENDIGUNG DES VERTRAGS NACH AUSÜBUNG DES WIDERRUFSRECHTS.....	62
6.7.	AKZESSORISCHE VERTRÄGE	63
6.8.	AUSNAHMEN VOM WIDERRUFSRECHT.....	65
6.8.1.	<i>Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind</i>	65
6.8.2.	<i>Waren mit besonderen Eigenschaften</i>	66
6.8.3.	<i>Verträge mit einem spezifischen Termin oder Zeitraum</i>	67
7.	LIEFERUNG	68
8.	RISIKÜBERGANG	70
9.	ENTGELTE FÜR DIE VERWENDUNG BESTIMMTER ZAHLUNGSMITTEL	70
9.1.	EINLEITUNG	71

9.2.	DEFINITION VON „ENTGELTE“	71
9.3.	DEFINITION DER DEM UNTERNEHMER ENTSTEHENDEN „KOSTEN“	72
9.3.1.	<i>Die Händlergebühr (Merchant Service Charge) und andere direkte Kosten für die Bearbeitung von Kartenzahlungen.....</i>	72
9.3.2.	<i>Indirekt mit der Abwicklung von Zahlungen in Zusammenhang stehende allgemeine Betriebskosten</i>	73
9.3.3.	<i>Anrechenbare Kosten, die ein Entgelt für die Nutzung von Zahlungsmitteln rechtfertigen</i>	73
9.4.	ZAHLUNGSVERKEHR IN FREMDWÄHRUNG	75
10.	TELEFONISCHE KOMMUNIKATION	75
11.	ZUSÄTZLICHE ZAHLUNGEN	76
12.	ONLINEHANDEL MIT DIGITALEN PRODUKTEN	77
12.1.	EINLEITUNG	77
12.2.	DAS WIDERRUFSRECHT	79
12.3.	INFORMATIONSPFLICHTEN	81
12.3.1.	<i>Funktionsweise</i>	81
12.3.2.	<i>Interoperabilität</i>	82
ANHANG I – MUSTER FÜR DIE DARSTELLUNG VON VERBRAUCHERINFORMATIONEN ZU DIGITALEN ONLINE-PRODUKTEN		83
ANHANG II – VERBRAUCHERINFORMATIONSPFLICHTEN IN DER RICHTLINIE ÜBER DIE RECHTE DER VERBRAUCHER, DER DIENSTLEISTUNGSRICHTLINIE UND DER RICHTLINIE ÜBER DEN ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHR		87

1. EINLEITUNG

Die Richtlinie zielt darauf ab, durch Angleichung bestimmter Aspekte der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten in Bezug auf Verträge, die zwischen Verbrauchern und Unternehmern geschlossen werden, ein hohes Verbraucherschutzniveau in der EU zu erreichen und zum ordnungsgemäßen Funktionieren des Binnenmarkts beizutragen. **Die Generaldirektion Justiz hat in diesem Leitfaden ihre Anmerkungen und Anregungen zur Umsetzung der meisten Artikel der Richtlinie zusammengefasst.**

Die Richtlinie ersetzt mit Wirkung vom 13. Juni 2014 die [Richtlinie 85/577/EWG](#) des Rates vom 20. Dezember 1985 betreffend den Verbraucherschutz im Falle von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen¹ und die [Richtlinie 97/7/EG](#) des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz².

Während die älteren Richtlinien lediglich eine Mindestharmonisierung der Verbraucherschutzvorschriften gewährleisten, handelt es sich bei der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher grundsätzlich um eine Vollharmonisierungsrichtlinie (siehe Artikel 4 der Richtlinie). Sie sieht insbesondere eine Reihe von Kernvorschriften für Fernabsatzverträge und außerhalb von Geschäftsräumen getätigte Vertragsabschlüsse vor. Sie stärkt den Verbraucherschutz, beispielsweise durch die Einführung strengerer vorvertraglicher Informationsanforderungen und einer einheitlichen Widerrufsfrist. Gleichzeitig verringern sich für grenzüberschreitend tätige Unternehmern durch die Richtlinie die Kosten, weil einheitliche Regeln in der gesamten EU zu einer Senkung der Kosten führen, die mit der Einhaltung der Rechtsvorschriften verbunden sind.

In der neuen Richtlinie werden einige Vorschriften der älteren Richtlinien 85/577/EG und 97/7/EG beibehalten. Dementsprechend kann in diesem Dokument bei Bedarf auf einschlägige Urteile, die der Gerichtshof der Europäischen Union mit Blick auf die Auslegung der älteren Richtlinien gefällt hat, verwiesen werden.

Da seit der Annahme der Richtlinien 85/577/EWG und 97/7/EG für einige Sektoren spezifische EU-Rechtsvorschriften in Kraft getreten sind, ist die Liste von Sachgebieten, die nicht zum Anwendungsbereich mit der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher gehören, relativ lang. So kommt die Richtlinie beispielsweise nicht bei Verträgen über Finanzdienstleistungen einschließlich Versicherung und Geldanlage zur Anwendung; Finanzdienstleistungen fielen in den Anwendungsbereich der Richtlinie 85/577/EG und waren zudem Gegenstand zahlreicher Urteile des Gerichtshofs. Gleichermäßen ausgeschlossen sind soziale und Gesundheitsdienstleistungen, Pauschalreisen, Teilzeitnutzungsverträge und

¹ ABl. L 372 vom 31.12.1985, S. 31.

² ABl. L 144 vom 4.6.1997, S. 19.

verwandte Reisedienstleistungen. Grundsätzlich ausgeschlossen ist die Beförderung von Personen mit Ausnahme des Artikels 8 Absatz 2 und der Artikel 19 und 22.

Allerdings gilt die Richtlinie über Verbraucherrechte im Gegensatz zur Richtlinie 97/7/EG für Online-Auktionen, weil dieser Vertriebskanal inzwischen auch von Unternehmern umfassend genutzt wird.

2. DER ANWENDUNGSBEREICH DER RICHTLINIE

2.1. Erfasste Verträge

In der Richtlinie werden bestimmte Aspekte von Verträgen zwischen Unternehmern und Verbrauchern geregelt. Die inhaltliche Struktur beruht auf der Unterteilung der Verträge in folgende Kategorien:

- (1) Verträge, die außerhalb der Geschäftsräumlichkeiten des Unternehmers geschlossen werden (**außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge**);
- (2) Verträge, die durch Fernkommunikationsmittel (Internet, Telefon) geschlossen werden (**Fernabsatzverträge**), und
- (3) alle Verträge ausgenommen Fernabsatzverträge oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (nachstehend als **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge** bezeichnet).

In der Richtlinie sind die vorvertraglichen Informationsanforderungen für alle Vertragsarten (Artikel 5 und 6) sowie eine Reihe formaler Anforderungen für den Abschluss von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen (Artikel 7 und 8) festgelegt. Sie enthält ausführliche Bestimmungen zum Widerrufsrecht des Verbrauchers bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen und Fernabsatzverträgen (Artikel 9 bis 16). Ferner hat sie bestimmte Aspekte der Warenlieferung (Artikel 18 und 20) zum Gegenstand und sieht spezifische Verpflichtungen für die Unternehmer in Bezug auf Zusatzkosten für die Verwendung bestimmter Zahlungsmittel (Artikel 19), die Kosten für nachvertragliche Telefonkontakte (Artikel 21) und die Zustimmung des Verbrauchers zu zusätzlichen Zahlungen (Artikel 22) vor.

In der Richtlinie wird ferner zwischen den folgenden Vertragsarten unterschieden:

- (1) Kaufverträge,
- (2) **Dienstleistungsverträge**,
- (3) Verträge über die Bereitstellung von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden (nachstehend als „**Verträge über digitale Online-Inhalte**“ bezeichnet) und
- (4) Verträge über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme (nachstehend als „**Verträge über öffentliche Versorgungsleistungen**“ bezeichnet).

Kaufverträge und Dienstleistungsverträge werden in Artikel 2 Absätze 5 und 6 der Richtlinie definiert. Für Verträge über digitale Online-Inhalte und über öffentliche Versorgungsleistungen liegt keine ausdrückliche Definition vor, allerdings wird in Erwägungsgrund 19 erläutert, dass sie im Sinne der Richtlinie **nicht als Kauf- oder Dienstleistungsverträge eingestuft werden**.

In Erwägungsgrund 19 wird zudem klargestellt, dass gemäß der Richtlinie **digitale Inhalte, die auf einem körperlichen Datenträger** wie CD oder DVD **geliefert werden**, als Waren gelten.

Ogleich zahlreiche Vorschriften der Richtlinie in der Regel für alle vier Vertragsarten gelten, gibt es auch Bestimmungen, die sich lediglich auf eine bestimmte Vertragsart beziehen. So gelten insbesondere für die einzelnen Vertragsarten (siehe Artikel 9) unterschiedliche Bestimmungen zur Berechnung der Frist, innerhalb derer das Widerspruchsrecht ausgeübt werden kann (siehe auch Abschnitt 6 zum Widerrufsrecht).

Angesichts der Tatsache, dass sich die Definition des Kaufvertrags (siehe im Folgenden) auf den Übergang des Eigentums an Waren vom Unternehmer an den Verbraucher bezieht (z. B. bei Verträgen zwischen Unternehmen und Verbrauchern), kommt die Richtlinie offensichtlich nicht bei Verträgen zur Anwendung, in denen **das Eigentum an Waren vom Verbraucher an den Unternehmer übertragen wird**, beispielsweise im Falle von Gebrauchtwagen oder Schmuck. Darüber hinaus findet die Richtlinie keine Anwendung auf Verträge, die zwischen Verbrauchern geschlossen werden.

2.2. Gemischte Verträge

Artikel 2

- (5) *„Kaufvertrag“ [bezeichnet] jeden Vertrag, durch den der Unternehmer das Eigentum an Waren an den Verbraucher überträgt oder deren Übertragung zusagt und der Verbraucher hierfür den Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt, einschließlich von Verträgen, die sowohl Waren als auch Dienstleistungen zum Gegenstand haben;*
- (6) *„Dienstleistungsvertrag“ [bezeichnet] jeden Vertrag, der kein Kaufvertrag ist und nach dem der Unternehmer eine Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher hierfür den Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt;*

In der Praxis umfassen zahlreiche Verträge zwischen Unternehmern und Verbrauchern, auf die diese Richtlinie Anwendung findet, sowohl Aspekte von Dienstleistungen als auch von Waren. In derartigen Fällen kommt der letzte Abschnitt der Definition gemäß Artikel 2 Absatz 5 zur Anwendung, weil dort Kaufverträge als Verträge definiert werden, *„die sowohl Waren als auch Dienstleistungen zum Gegenstand haben“*.

Gemäß der Definition in Artikel 2 Absatz 5 dient als Kriterium für die Einstufung eines Vertrags als „Kaufvertrag“ die **Übertragung des Eigentums an Waren** an den Verbraucher

gegen Zahlung eines entsprechenden Preises. Dies führt dazu, dass ein Vertrag, der hauptsächlich die Übertragung des Eigentums an bestimmten Waren zum Gegenstand hat, als Kaufvertrag eingestuft werden muss, auch wenn er zusätzlich damit verbundene Dienstleistungen durch den Verkäufer, wie Installation, Wartung oder weitere Verarbeitungsschritte beinhaltet, und zwar ungeachtet des Wertanteils der Waren und der Dienstleistungen.

Beispiele für Verträge, die sowohl Waren als auch Dienstleistungen zum Gegenstand haben und aufgrund ihres Hauptzwecks für gewöhnlich als Kaufverträge eingestuft werden sollten, sind solche wie Verträge über

- *den Erwerb einer neuen Küche, inklusive Einbau in der Wohnung des Verbrauchers;*
- *den Erwerb spezifischer Bauelemente wie Fenster und Türen, inklusive Einbau im Haus des Verbrauchers;*
- *den Erwerb eines neuen Mobiltelefons im Paket mit einem Abonnement für einen elektronischen Kommunikationsdienst.*

Wenn im Gegenzug der Hauptzweck eines gemischten Vertrages nicht in der Übertragung des Eigentums an spezifischen Waren besteht, sollte der Vertrag nicht als Kaufvertrag eingestuft werden.

Beispiele für Verträge, die sowohl Dienstleistungen als auch Waren zum Gegenstand haben und aufgrund ihres Hauptzwecks als Dienstleistungsverträge eingestuft werden sollten:

- *Vertrag über die Reparatur, die Renovierung und die Errichtung von Anbauten an Gebäuden (siehe Erwägungsgrund 26);*
- *Vertrag über die Teilnahme an einem Vortrag, einschließlich der Bereitstellung von Stiften und Heftern für die Teilnehmer;*
- *Vertrag über eine Schulung, einschließlich der Bereitstellung eines Kursheftes für jeden Teilnehmer.*

Diese Auslegung wird durch die ständige Rechtsprechung des Gerichtshofs zum freien Warenverkehr und zur Dienstleistungsfreiheit bestätigt, die auch im Zusammenhang mit der jetzigen Richtlinie ihre Bedeutung behält.

So hat der Gerichtshof beispielsweise in der Rechtssache [C-20/03 Marcel Burmanjer](#) festgestellt, dass eine Wirtschaftstätigkeit **entweder** im Kontext des freien Warenverkehrs **oder** der Dienstleistungsfreiheit zu prüfen ist, wenn eine der beiden Freiheiten „**der anderen zugeordnet werden kann und ihr gegenüber völlig zweitrangig ist**“ (siehe insbesondere Randnummern 34-35).³

³ Der Gerichtshof hat dieses Vorgehen zuletzt in der Rechtssache [C-108/09 Ker-Optika bt](#) bestätigt (siehe Randnummer 43).

Dies bedeutet auch, dass ein gemischter Vertrag als Kaufvertrag eingestuft werden sollte, wenn aus dem Sachverhalt hervorgeht, dass sein eigentlicher Zweck in der Übertragung des Eigentums an Waren besteht:

- *Wenn beispielsweise im Schulungsangebot des Unternehmers und in der Kommunikation zwischen den Parteien der Verkauf des Kursheftes eine herausragende Rolle eingenommen hat und das Heft einen relativ hohen Anteil am Gesamtpreis für die Schulung ausmacht, kann der Vertrag im Sinne der Richtlinie möglicherweise als Kaufvertrag und nicht als Dienstleistungsvertrag eingestuft werden.*

Kurz gesagt, die Einstufung gemischter Verträge sollte auf der Grundlage ihres Hauptzwecks erfolgen.

Die Tatsache, dass der Vertrag die Möglichkeit weiterer Vereinbarungen in der Zukunft vorsieht, sollte nicht per se Einfluss auf seine Merkmale haben. Beispiel:

- *Ist in einem Vertrag über die Vermietung von Waren lediglich die Möglichkeit, jedoch nicht Pflicht zur Eigentumsübertragung vorgesehen, so sollte er im Sinne der Richtlinie als Dienstleistungsvertrag eingestuft werden.*

Die Widerrufsfrist (Artikel 9) berechnet sich nach der Einstufung eines Vertrags als Kauf- oder Dienstleistungsvertrag. Bei **Dienstleistungsverträgen** beginnt die 14-tägige Widerrufsfrist ab dem Tag des Vertragsabschlusses. Bei **Kaufverträgen** setzt die Widerrufsfrist erst nach Eingang der Waren ein. Außerdem gelten einige Bestimmungen der Richtlinie, wie Artikel 18 und 20 über die Lieferung bzw. den Risikoübergang, lediglich für Kaufverträge.

Ein und derselbe Kauf- oder Dienstleistungsvertrag kann auch Dienstleistungen beinhalten, die nicht unter die Richtlinie über Verbraucherrechte fallen. So kann ein Kauf- oder Dienstleistungsvertrag beispielsweise die Möglichkeit von Ratenzahlungen mit fester Verzinsung vorsehen. Bei einem solchen Vertrag kämen auch die spezifischen Vorschriften für Finanzdienstleistungen für Verbraucher zur Anwendung.⁴ Analog würden Verträge dieser Art auch unter die Vorschriften für akzessorische Verträge in Artikel 15 der Richtlinie über Verbraucherrechte fallen (siehe Abschnitt 6.7).

2.3. Anwendung der Richtlinie bei Verträgen über „kostenfreie“ Produkte

In den Definitionen für Kauf- und Dienstleistungsverträge in Artikel 2 Absätze 5 und 6 wird darauf verwiesen, dass der Verbraucher einen „Preis“ zahlt. In diesem Zusammenhang scheint sich der Hinweis auf den „Preis“ ausschließlich auf Geldzahlungen zu beziehen, die auch

⁴ Insbesondere Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und Richtlinie 2008/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2008 über Verbraucherkreditverträge.

Gutscheine⁵, Geschenkkarten oder Treuepunkte mit einem festen Geldwert umfassen. Die Richtlinie kommt demzufolge offenbar **nicht** bei Geschenken oder vom Unternehmer kostenfrei bereitgestellten Dienstleistungen zur Anwendung.

Die Richtlinie gilt **offensichtlich** bei Dienstleistungsverträgen, die eine **kostenfreie Testphase** umfassen und nach Abschluss der Testphase automatisch in kostenpflichtige Verträge umgewandelt werden (sofern der Verbraucher den Vertrag nicht vor Ablauf der Testphase kündigt).

Wie bereits angemerkt, wird in der Richtlinie zwischen Kauf- und Dienstleistungsverträgen sowie Verträgen über öffentliche Versorgungsleistungen und digitale Online-Inhalte unterschieden. Anders als bei der Definition der Kauf- und Dienstleistungsverträge kommt der Begriff „Zahlung“ für die beiden letztgenannten Vertragsarten in der Richtlinie nicht vor. Daraus ergibt sich die Schlussfolgerung, dass sie auch auf Verträge über öffentlich Versorgungsleistungen und digitale Online-Inhalte angewandt werden kann, selbst wenn diese keine Zahlung beinhalten:

- *Die Richtlinie gilt beispielsweise für einen Vertrag über das kostenlose Herunterladen eines Spiels aus einem App-Store.*

2.4. Verträge, für die die Richtlinie nicht gilt

In Artikel 3 Absatz 3 werden die Vertragsarten aufgeführt, die nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie fallen. Die im Folgenden aufgeführten Ausnahmen bedürfen einer näheren Erläuterung. In der Regel sind diese Ausnahmen eng auszulegen.⁶

2.4.1. Mietverträge und Bauverträge

Artikel 3

(3) Diese Richtlinie gilt nicht für Verträge:

- e) über die Begründung, den Erwerb oder die Übertragung von Eigentum oder anderen Rechten an Immobilien;*
- f) über den Bau von neuen Gebäuden, erhebliche Umbaumaßnahmen an bestehenden Gebäuden oder die Vermietung von Wohnraum;*

Die Ausnahmeregelung unter Buchstabe e bezieht sich auf die allgemeine Kategorie von Immobilien, einschließlich Grundbesitz, während Buchstabe f Gebäude zum Gegenstand hat.

⁵ Siehe Erwägungsgrund 46, in dem Artikel 13 Absatz 1 zur Erstattung von durch den Verbraucher erhaltenen Zahlungen näher erläutert und ebenfalls ausdrücklich auf die Verwendung von Gutscheinen bei Zahlungen verwiesen wird.

⁶ Siehe beispielsweise Rechtssache C-215/08, *E. Friz GmbH*, Randnummer 32: „Insoweit ist zunächst darauf hinzuweisen, dass Ausnahmen von unionsrechtlichen Verbraucherschutzvorschriften nach ständiger Rechtsprechung eng auszulegen sind (vgl. u. a. Urteil vom 13. Dezember 2001, *Heininger*, C-481/99, Slg. 2001, I-9945, Randnr. 31)“.

Während die Vermietung von Wohnraum vom Anwendungsbereich der Richtlinie ausgeschlossen ist, fällt die **Vermietung von Räumen für andere als Wohnzwecke** unter die Richtlinie. Dies wird auch in Erwägungsgrund 26 erläutert: „[...] Dienstleistungsverträge insbesondere im Zusammenhang mit der Errichtung von Anbauten an Gebäude (z. B. dem Anbau einer Garage oder eines Wintergartens) und im Zusammenhang mit der Instandsetzung und Renovierung von Gebäuden, die keine erheblichen Umbauarbeiten darstellen, wie auch Verträge über Dienstleistungen von Immobilienmaklern **und über die Vermietung von Räumen für andere als Wohnzwecke sollten unter diese Richtlinie fallen.**“

- *Beispielsweise fällt die Vermietung eines Parkplatzes oder eines Festsaals unter die Richtlinie.*

2.4.2. Vor einem öffentlichen Amtsträger geschlossene Verträge

Artikel 3

(3) Diese Richtlinie gilt nicht für Verträge:

- i) *die nach dem Recht der Mitgliedstaaten vor einem öffentlichen Amtsträger geschlossen werden, der gesetzlich zur Unabhängigkeit und Unparteilichkeit verpflichtet ist und durch umfassende rechtliche Aufklärung sicherzustellen hat, dass der Verbraucher den Vertrag nur aufgrund gründlicher rechtlicher Prüfung und in Kenntnis seiner rechtlichen Tragweite abschließt;*

In der Richtlinie werden die in dieser Bestimmung genannten öffentlichen Amtsträger nicht näher beschrieben. Allerdings werden die Kriterien festgelegt, die erfüllt werden müssen, damit der Vertrag nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie fällt. Diese Ausnahmeregelung gilt ausschließlich für vor einem öffentlichen Amtsträger (wie einem Notar) geschlossene Verträge, der nach einzelstaatlichem Recht alle unter Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe i genannten Voraussetzungen erfüllen muss:

- *Die Ausnahmeregelung gilt beispielsweise nicht für einen Vertrag, bei dem ein öffentlicher Amtsträger, der gesetzlich zu Unabhängigkeit und Unparteilichkeit verpflichtet ist, lediglich die Identität der Parteien bescheinigt hat.*

Damit die Ausnahmeregelung greifen kann, ist es offensichtlich nicht notwendig, dass das einzelstaatliche Recht den Abschluss des entsprechenden Vertrags unter Mitwirkung eines öffentlichen Amtsträgers **erfordert**. Die Ausnahmeregelung kommt auch dann zum Tragen, wenn eine oder beide Vertragsparteien für den Abschluss des Vertrags einen öffentlichen Amtsträger **freiwillig bestellen**.⁷

⁷ Vgl. den abweichenden Ansatz in Richtlinie 2008/48/EG über Verbraucherkreditverträge, die in Artikel 14 zum Widerrufsrecht auf Verträge eingeht, die „nach geltenden Rechtsvorschriften unter Mitwirkung eines Notars geschlossen werden müssen“: „6. Die Mitgliedstaaten können vorsehen, dass die Absätze 1 bis 4 nicht für Kreditverträge gelten, die nach geltenden Rechtsvorschriften unter Mitwirkung eines Notars geschlossen werden müssen, sofern der Notar bestätigt, dass die Rechte des Verbrauchers gemäß den Artikeln 5 und 10 gewahrt sind.“

2.4.3. Verträge über Gegenstände des täglichen Bedarfs

Artikel 3

(3) Diese Richtlinie gilt nicht für Verträge:

- j) über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von einem Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden;

Diese Ausnahmeregelung setzt die Erfüllung von zwei Bedingungen voraus:

- (a) dass der Unternehmer die Waren im Rahmen „häufiger und regelmäßiger Fahrten“ liefert, und
(b) dass es sich bei diesen Waren um „Haushaltsgegenstände des täglichen Bedarfs“ handelt.

Der ausdrückliche Verweis in der vorliegenden Bestimmung auf die Lieferung am Arbeitsplatz des Verbrauchers lässt darauf schließen, dass der tatsächliche Verbrauch der Waren nicht zwangsläufig am Wohnsitz erfolgen muss.

2.4.4. Automatisierter Verkauf

Artikel 3

(3) Diese Richtlinie gilt nicht für Verträge:

- l) die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden;

Diese Ausnahmeregelung würde bei Verträgen gelten, die in automatisierten Geschäftsräumen geschlossen wurden, darunter:

- automatisierte Tankstellen, an denen der Vertreter des Gewerbetreibenden für den Abschluss des Vertrags nicht körperlich anwesend ist.

2.4.5. Bestimmte Verträge über elektronische Kommunikationsdienste

Artikel 3

(3) Diese Richtlinie gilt nicht für Verträge:

- m) die mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln mit Hilfe öffentlicher Fernsprecher zu deren Nutzung geschlossen werden oder die zur Nutzung einer einzelnen von einem Verbraucher hergestellten Telefon-, Internet- oder Faxverbindung geschlossen werden.

Mit dieser Bestimmung werden zwei Arten von Verträgen aus dem Anwendungsbereich der Richtlinie ausgeschlossen.

Dabei handelt es sich erstens um **mit Betreibern von elektronischen Kommunikationsmitteln mit Hilfe öffentlicher Fernsprecher zu deren Nutzung geschlossene Verträge**. In Artikel 2 der Richtlinie 2002/22/EG über den Universaldienst (zu Endnutzerrechten in der elektronischen Kommunikation) wird der Begriff „öffentliches Münz- oder Kartentelefon“ als ein der Allgemeinheit zur Verfügung stehendes Telefon definiert, für dessen Nutzung als Zahlungsmittel unter anderem Münzen, Kredit-/Abbuchungskarten oder Guthabekarten, auch solche mit Einwahlcode, verwendet werden können.

- *Da diese Ausnahmeregelung für Verträge gilt, die „über“ öffentliche Fernsprecher geschlossen wurden, sind auch Fälle zu berücksichtigen, in denen der Vertrag beispielsweise durch den Einwurf von Münzen oder das Einlesen einer Kreditkarte am öffentlichen Fernsprecher zustande kommt.*
- *Die Ausnahmeregelung sollte nicht für Verträge gelten, die mit Betreibern von öffentlichen Fernsprechern beispielsweise durch den vorherigen Kauf einer Telefonkarte mit Guthaben abgeschlossen worden sind.*

Der zweite Teil von Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe m über **Verträge zur Nutzung einer einzelnen von einem Verbraucher hergestellten Verbindung** hat einen breiteren Anwendungsbereich. Anders als bei Verträgen über die Nutzung öffentlicher Fernsprecher werden für diese Vertragsart keine Parteien spezifiziert, was den Schluss nahelegt, dass nicht nur Verträge mit Betreibern von elektronischen Kommunikationsmitteln abgedeckt sind. Darüber hinaus gibt es keine näheren Angaben zu Zweck oder Inhalt dieser Vertragsart.

Diese Ausnahmeregelung könnte beispielsweise Folgendes betreffen:

- *einen Vertrag mit einem Internetcafé über die einmalige Internetnutzung.*

Die Ausnahmeregelung sollte jedoch nicht für **Verträge über elektronische Kommunikationsdienste** gelten, die einen bestimmten Zeitraum und/oder ein bestimmtes Nutzungsvolumen abdecken, so z. B.

- *Verträge, die durch den vorherigen Erwerb einer Prepaid-Karte für Mobilfunkdienste oder eines WLAN-Zugangscodes geschlossen werden.*

Diese Ausnahme würde offensichtlich auch bei Verträgen zur Anwendung kommen, die mit den Betreibern von Premium-Diensten, darunter z. B. Dienste, die über die Telefonrechnung des Verbrauchers gezahlt werden (auch als „Mehrwertdienste“ bezeichnet), in Fällen geschlossen wurden, in denen **der Vertrag über einen einzigen getätigten Anruf oder das Senden einer SMS durch den Verbraucher an die Nummer des Mehrwertdienstes abgeschlossen und gleichzeitig vollständig erbracht wird**, so beispielsweise

- *der Anruf bei einer Telefonauskunft oder Teilnahme an einer Telefonabstimmung im Rahmen einer Sendung.*

Im Gegensatz dazu sollte die Ausnahmeregelung nicht bei Abonnements oder in anderen Situationen gelten, in denen ein Sprachmitteilung oder eine SMS an eine kostenpflichtige Servicenummer lediglich den **ersten Schritt zum Abschluss eines Vertrags** darstellt, der zu einem späteren Zeitpunkt ausgeführt wird:

- *Beispielsweise Verträge, deren Abschluss durch eine Sprachmitteilung oder eine SMS an einen Anbieter von Verkehrsinformationen erfolgt, die nach Vertragsabschluss an das Gerät des Verbrauchers übermittelt werden.*

Muss der Verbraucher für den Abschluss eines Vertrags, der zu einem späteren Zeitpunkt ausgeführt wird, einen Anruf tätigen oder eine SMS an eine kostenpflichtige Servicenummer senden, so hat der Unternehmer den Verbraucher im Vorfeld über die Kosten zu unterrichten, da diese über dem „Grundtarif“ laut Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f der Richtlinie liegen (dessen Bestimmungen identisch sind mit denen von Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe g der ersetzten Richtlinie 97/7/EG über den Fernabsatz). Die Auslegung des Begriffs „Grundtarif“ wird in Abschnitt 10 zu Artikel 21 der Richtlinie näher erörtert.

Die Tatsache, dass die Richtlinie gemäß Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe m nicht für bestimmte Verträge im Zusammenhang mit Mehrwertdiensten gilt, führt nicht dazu, dass diese nicht den Verbraucherschutzvorschriften unterliegen. Der EU-Rechtsrahmen für die elektronische Kommunikation, insbesondere die Genehmigungsrichtlinie 2002/20/EG und die Universaldienstrichtlinie 2002/22/EG, bietet den Mitgliedstaaten und den zuständigen einzelstaatlichen Regulierungsbehörden die Möglichkeit, spezifische Maßnahmen für den Verbraucherschutz im Zusammenhang mit Mehrwertdiensten zu ergreifen. Dementsprechend haben einige Mitgliedstaaten in diesem Bereich zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen eingeführt, beispielsweise Tarifobergrenzen, Verpflichtungen zur Preisankündigung zu Beginn des Anrufs usw.

2.5. Mögliche Ausnahmen für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge mit geringem Wert

Gemäß Artikel 3 Absatz 4 können die Mitgliedstaaten beschließen, die Richtlinie nicht auf außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge, bei denen die vom Verbraucher zu zahlende Gegenleistung 50 EUR oder einen geringeren Wert gemäß einzelstaatlichem Recht nicht überschreitet, anzuwenden. Wenn sich ein Mitgliedstaat für diese Möglichkeit entscheidet, besteht die Gefahr, dass die Richtlinie von Unternehmern umgangen wird, indem sie einen Einzelvertrag, der den genannten Schwellenwert überschreitet, künstlich in mehrere Verträge aufteilen. In Erwägungsgrund 28 heißt es: „[...] Werden zwei oder mehr Verträge, die in Bezug auf ihren Gegenstand zusammenhängen, vom Verbraucher gleichzeitig geschlossen, so sollten deren Gesamtkosten für diesen Schwellenwert maßgebend sein.“ Dieser Grundsatz würde beispielsweise für Folgendes gelten:

- *Verkauf der einzelnen Bücher einer Trilogie in drei getrennten Verträgen oder Verkauf von einem Paar Ohrringe in zwei getrennten Verträgen.*

2.6. Vorschriften für öffentliche Versteigerungen

Die ersetzte Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG galt nicht für Verträge, die „bei einer Versteigerung geschlossen werden“ (Artikel 3 Absatz 1). Die neue Richtlinie gilt vorbehaltlich spezifischer Bestimmungen für eine „öffentliche Versteigerung“, die in Artikel 2 Absatz 13 definiert wird als *„eine Verkaufsmethode, bei der der Unternehmer Verbrauchern, die bei der Versteigerung persönlich anwesend sind oder denen diese Möglichkeit gewährt wird, Waren oder Dienstleistungen anbietet, und zwar in einem vom Versteigerer durchgeführten, auf konkurrierenden Geboten basierenden transparenten Verfahren, bei dem der Bieter, der den Zuschlag erhalten hat, zum Erwerb der Waren oder Dienstleistungen verpflichtet ist“*.

Bei öffentlichen Versteigerungen ist es laut Artikel 6 Absatz 3 möglich, Identität, Kontaktdaten und Geschäftsanschrift des Unternehmers, der die Waren verkauft, durch die des Versteigerers zu ersetzen. Darüber hinaus besteht gemäß Artikel 16 Buchstabe k kein Widerrufsrecht in Bezug auf Verträge, die auf öffentlichen Versteigerungen geschlossen werden.

Bei einer öffentlichen Versteigerung sollten die Verbraucher die Gelegenheit haben, persönlich anwesend zu sein, auch wenn die Abgabe von Geboten im Internet oder per Telefon möglich ist. Im Gegensatz dazu sollten Online-Auktionen, bei denen eine persönliche Anwesenheit nicht möglich ist, nicht als öffentliche Versteigerungen betrachtet werden.

In Erwägungsgrund 24 heißt es: *„[...] Die Verwendung von Online-Plattformen, die Verbrauchern und Unternehmern zu Versteigerungszwecken zur Verfügung stehen, sollte nicht als öffentliche Versteigerung im Sinne dieser Richtlinie gelten.“* Online-Auktionen sollten folglich in vollem Umfang der Richtlinie unterliegen, was dann Fragen wie die vorvertraglichen Informationen, die bereitgestellt werden müssen, bevor der Verbraucher durch den Vertrag (das Angebot) gebunden ist, und das Widerrufsrecht betreffen würde.

2.7. Übertragung bestehender Verträge zwischen Verbrauchern

In Artikel 3 Absatz 5 heißt es: *„Diese Richtlinie lässt das allgemeine innerstaatliche Vertragsrecht wie die Bestimmungen über die Wirksamkeit, das Zustandekommen oder die Wirkungen eines Vertrags, soweit Aspekte des allgemeinen Vertragsrechts in dieser Richtlinie nicht geregelt werden, unberührt.“*

Wenn demzufolge gemäß nationalem Vertragsrecht die Rechte und Pflichten aus einem bestehenden Vertrag von einem Kunden auf einen anderen übertragen werden können, würde kein neuer Vertrag geschlossen, auf den die Richtlinie Anwendung fände.

- *So könnte beispielsweise ein Verbraucher, der umzieht, in die Rechte und Pflichten eintreten, die für den bisherigen Mieter im Zusammenhang mit der Gas- oder Stromversorgung bestanden. Der Verbraucher und der Vormieter könnten*

das Versorgungsunternehmen gemeinsam unterrichten, so dass der Versorger seine Leistung fortan dem neuen Mieter in Rechnung stellt.

Wenn dagegen der neue Mieter/Käufer des Wohnraums gemäß nationalem Recht verpflichtet ist, einen neuen Vertrag mit dem Versorgungsunternehmen zu schließen (beispielsweise durch das Ausfüllen und Unterzeichnen eines Standardformulars), gilt die Richtlinie und verpflichtet den Versorger insbesondere dazu, dem Verbraucher je nach Einstufung des Vertrags (z. B. als Fernabsatzvertrag sowie außerhalb oder innerhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag) alle gemäß Artikel 5 Absatz 1 oder Artikel 6 Absatz 1 erforderlichen vorvertraglichen Informationen zukommen zu lassen. Die Informationspflichten gemäß den bestehenden EU-Rechtsvorschriften für den Energiesektor bleiben davon unberührt.⁸

3. AUSSERHALB VON GESCHÄFTSRÄUMEN GESCHLOSSENE VERTRÄGE

3.1. Einleitung

Der Begriff des „außerhalb von Geschäftsraumen geschlossenen Vertrags“ ist in der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher weiter als in der ersetzten Haustürgeschäfte-Richtlinie 85/577/EWG gefasst, die gemäß Artikel 1 ausschließlich für Verträge, die 1. während eines vom Gewerbetreibenden außerhalb von dessen Geschäftsräumen organisierten Ausflugs und 2. anlässlich eines Besuchs des Gewerbetreibenden beim Verbraucher in seiner Wohnung oder an seinem Arbeitsplatz, sofern der Besuch nicht auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers erfolgt, geschlossen wurden.

Andererseits sind gemäß Artikel 3 im Vergleich zur Richtlinie 85/577/EWG zusätzliche Sachgebiete aus dem Anwendungsbereich der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher ausgeschlossen.

Die neue Richtlinie gilt insbesondere nicht für Finanzdienstleistungen (einschließlich Versicherungen und Geldanlagen - siehe Definition in Artikel 2 Absatz 12), die in den Anwendungsbereich der Richtlinie 85/577/EWG fielen und Gegenstand mehrerer Urteile des Gerichtshofs⁹ waren.

3.2. Verträge, die außerhalb der Geschäftsräume des Unternehmers geschlossen wurden

Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge werden in Artikel 2 Absatz 8 wie folgt definiert:

Artikel 2

8. „außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossener Vertrag“ [bezeichnet] jeden Vertrag

⁸ Siehe [Richtlinie 2009/72/EG](#) über Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt und [Richtlinie 2009/73/EG](#) über Vorschriften für den Erdgasbinnenmarkt.

⁹ Siehe beispielsweise die Rechtssachen C-481/99, C-350/03, C-229/04, C-412/06, C-215/08 und C-166/11.

zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher,

- a) *der bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers an einem Ort geschlossen wird, der kein Geschäftsraum des Unternehmers ist;*
- b) *für den der Verbraucher unter den unter Buchstabe a genannten Umständen ein Angebot gemacht hat; [...]*

Geschäftsräume werden in Artikel 2 Absatz 9 wie folgt definiert:

Artikel 2

9. „Geschäftsräume“:

- a) *unbewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit dauerhaft ausübt, oder*
- b) *bewegliche Gewerberäume, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit für gewöhnlich ausübt;*

In Erwägungsgrund 22 heißt es: *„Als Geschäftsräume sollten alle Arten von Räumlichkeiten (wie Geschäfte, Stände oder Lastwagen) gelten, an denen der **Unternehmer sein Gewerbe ständig oder gewöhnlich ausübt**. Markt- und Messestände sollten als Geschäftsräume behandelt werden, wenn sie diese Bedingung erfüllen. Verkaufsstätten, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit saisonal ausübt, beispielsweise während der Fremdenverkehrsaison an einem Skiort oder Seebadeort, sollten als Geschäftsräume angesehen werden, wenn der Unternehmer seine Tätigkeit in diesen Geschäftsräumen für gewöhnlich ausübt. Der Öffentlichkeit zugängliche Orte wie Straßen, Einkaufszentren, Strände, Sportanlagen und öffentliche Verkehrsmittel, die der Unternehmer ausnahmsweise für seine Geschäftstätigkeiten nutzt, sowie Privatwohnungen oder Arbeitsplätze sollten nicht als Geschäftsräume gelten. [...]“.*

Aus diesem Grund sollte sich die Definition von Verträgen, die *„bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers **an einem Ort, der nicht zu den Geschäftsräumen des Unternehmers gehört, geschlossen**“* werden, auch auf Besuche des Unternehmers in der Wohnung oder am Arbeitsplatz des Verbrauchers beziehen, die bereits Gegenstand der Richtlinie 85/577/EWG waren. Ferner werden diese Verträge gemäß der neuen Richtlinie **unabhängig davon, ob der Verbraucher den Besuch verlangt hat oder nicht** „außerhalb der Geschäftsräume“ geschlossen.

Wie in Erwägungsgrund 22 erläutert wird, gelten als „Geschäftsräume“ alle Arten von Räumlichkeiten, an denen der Unternehmer sein Gewerbe ständig oder gewöhnlich, auch saisonal, ausübt:

- *Beispielsweise ist davon auszugehen, dass es sich bei Verträgen, die mit einem Unternehmer auf einem Markt geschlossen werden, der regelmäßig und zu festen*

Zeiten stattfindet, um innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge handelt.

Wenn der Unternehmer hingegen der Öffentlichkeit zugängliche Orte wie Straßen, Einkaufszentren, Strände, Sportanlagen und öffentliche Verkehrsmittel **ausnahmsweise**, d. h. einmalig oder gelegentlich und für eine kurze Dauer an einem festen Standort nutzt, dürfte es sich bei den mit Verbrauchern geschlossenen Verträgen um außerhalb der Geschäftsräume geschlossene Verträge handeln.

Ein Unternehmer wird die Art seiner Tätigkeit einordnen können und sollte sich entweder entsprechend den Vorschriften für innerhalb oder aber denen für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge verhalten. Alle Streitfälle, die sich beispielsweise aus der Frage ergeben, ob das Widerrufsrecht zur Anwendung gilt, weil der Vertrag als außerhalb der Geschäftsräume geschlossener Vertrag hätte eingestuft werden müssen, sind im Einzelfall zu prüfen.

Darüber hinaus erscheint für die Definition von „Geschäftsräumen“ die folgende Schlussfolgerung des Gerichtshofs in der Rechtssache [C-423/97 Travel-Vac, S.L.](#) zur Auslegung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates sachdienlich:

*„37. Zu der Frage, ob der Vertrag außerhalb der Geschäftsräume des Gewerbetreibenden geschlossen wurde, ist festzustellen, daß dieser Begriff die Geschäftsräume bezeichnet, in denen der Gewerbetreibende gewöhnlich seine Tätigkeit ausübt und **die deutlich als öffentliche Verkaufsräume gekennzeichnet sind.**“*

Wenn der Unternehmer also Räume nutzt, die nicht deutlich als öffentliche Verkaufsräume gekennzeichnet sind, müssten die mit den Verbrauchern geschlossenen Verträge folglich als außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge eingestuft werden.

3.3. Verträge, die abgeschlossen werden, nachdem der Verbraucher außerhalb der Geschäftsräume angesprochen wurde

Artikel 2

8. „außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossener Vertrag“ [bezeichnet] jeden Vertrag zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher, [...]

c) *der in den Geschäftsräumen des Unternehmers oder durch Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, unmittelbar nachdem der Verbraucher an einem anderen Ort als den Geschäftsräumen des Unternehmers bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers persönlich und individuell angesprochen wurde; oder [...]*“

Artikel 2 Nummer 8 Buchstabe c enthält ein weiteres Beispiel für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge. Die in dieser Bestimmung enthaltenen Begriffe „persönlich und individuell angesprochen“ sollten für Angebote und vergleichbare kommerzielle Kommunikationsformen (ungeachtet der rechtlichen Einstufung) gelten, über

die unmittelbar im Anschluss in den Geschäftsräumen des Unternehmers oder durch Fernkommunikationsmittel ein Vertrag geschlossen wird.

Damit diese Bestimmung wirksam wird, sollte das Angebot des Händlers an einen bestimmten Verbraucher gerichtet werden; als Beispiel sei Folgendes genannt:

- *Der Vertreter des Unternehmers spricht einen bestimmten Verbraucher auf der Straße mit einem Angebot für ein Abonnement einer Monatszeitschrift oder für mit Urlaubsreisen verbundene Dienstleistungen (für die nicht die besonderen Bestimmungen der Richtlinie 2008/122/EG¹⁰ gelten und die aus diesem Grund unter die Richtlinie über Verbraucherrechte fallen) an, der zugehörige Vertrag wird unmittelbar danach in den nahegelegenen Geschäftsräumen des Unternehmers geschlossen.*
- *Die nicht an bestimmte Verbraucher gerichtete alleinige Verteilung von Werbebroschüren auf der Straße in der Nähe der Geschäftsräume des Unternehmers würde im Sinne dieser Bestimmung dagegen nicht als „persönliche und individuelle“ Ansprache von Verbrauchern eingestuft.*

Außerdem müsste der Vertrag unmittelbar danach geschlossen werden, damit die Bestimmung wirksam wird. Wenn der Verbraucher die Geschäftsräume des Unternehmers nach der Einladung wieder verlässt und auf eigene Initiative zu einem späteren Zeitpunkt erneut erscheint, beispielsweise am folgenden Tag, nachdem er das Angebot überdacht hat, würde der Vertrag nicht als unmittelbar geschlossen gelten.

3.4. Verträge, die während eines vom Unternehmer organisierten Ausflugs geschlossen werden

8. „außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossener Vertrag“ [bezeichnet] jeden Vertrag zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher, [...]

(c) *der auf einem Ausflug geschlossen wird, der von dem Unternehmer in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert wurde, dass er für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen beim Verbraucher wirbt und entsprechende Verträge mit dem Verbraucher abschließt;*

Im Gegensatz zur ersetzten Richtlinie 85/577/EWG werden in Artikel 2 Nummer 8 Buchstabe d der neuen Richtlinie außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge als Verträge definiert, die auf einem durch den Unternehmer organisierten Ausflug geschlossen werden, **unabhängig davon, ob die Verträge außerhalb oder innerhalb der Geschäftsräume des Unternehmers geschlossen werden.**

Darüber hinaus wird in der neuen Richtlinie erläutert, dass sie für Ausflüge gilt, die sowohl in der „Absicht“ als auch mit dem „Ergebnis“ organisiert werden, Waren beim Verbraucher zu

¹⁰ Richtlinie 2008/122/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Januar 2009 über den Schutz der Verbraucher im Hinblick auf bestimmte Aspekte von Teilzeitnutzungsverträgen, Verträgen über langfristige Urlaubsprodukte sowie Wiederverkaufs- und Tauschverträgen.

bewerben und an ihn zu verkaufen, sodass **es unerheblich ist, ob der Verbraucher im Vorfeld über den beabsichtigten Warenverkauf während des Ausflugs unterrichtet wird.**

Der Begriff „Ausflug“ beinhaltet Reisen, die neben der alleinigen Beförderung an den Ort, an dem der Verkauf stattfindet, Besichtigungen oder andere Freizeitaktivitäten umfassen. Für die Auslegung dieses Begriffs sollte es unerheblich sein, ob der die Waren während des Ausflugs verkaufende Unternehmer die Beförderung selbst organisiert oder ein Transportunternehmen damit beauftragt hat:

- *Wenn ein Unternehmer beispielsweise ein Busunternehmen beauftragt hat, im Verlauf des Ausflugs sicherzustellen, dass die Touristen auch zu seinem Geschäft befördert werden, handelt es sich bei den innerhalb des Geschäfts geschlossenen Verträgen vermutlich um außerhalb der Geschäftsräume geschlossene Verträge, ungeachtet der Tatsache, dass zu dem entsprechenden Geschäft die Geschäftsräume dieses Unternehmers genutzt werden.*
- *Andererseits ist ein von einem Einkaufszentrum organisierter Shuttlebusservice, der ausschließlich darauf ausgerichtet ist, mögliche Kunden in das Einkaufszentrum zu befördern, dem eigentlichen Zweck der Tätigkeit (z. B. dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen) eher untergeordnet und sollte nicht als „Ausflug“ im Sinne von Artikel 2 Nummer 8 eingestuft werden.*

4. VORVERTRAGLICHE INFORMATIONEN

4.1. Allgemeine Anforderungen

In Artikel 5 bis 8 der Richtlinie sind die Anforderungen an die vorvertraglich zu erteilenden Informationen festgelegt. Dabei unterscheiden sich die Anforderungen bei innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen (Artikel 5 Absatz 1) von denen bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen (Artikel 6 Absatz 1). Die Anforderungen sind im Falle der außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträge und der Fernabsatzverträge weiter gefasst, knüpfen jedoch an die Anforderungen an, die für innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge gelten. Gleiche oder ähnliche Anforderungen werden im vorliegenden Leitfaden gemeinsam erläutert und die Unterschiede hervorgehoben.

Die Informationspflichten im Zusammenhang mit der Funktionsweise und der Interoperabilität digitaler Inhalte (Artikel 5 Absatz 1 Buchstaben g-h und Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben r-s) werden getrennt in Abschnitt 12.3 behandelt. Die Informationspflichten bezüglich des Widerrufsrechts gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben h-k werden ebenfalls getrennt in Abschnitt 6 beleuchtet.

Sowohl Artikel 5 Absatz 1 als auch Artikel 6 Absatz 1 erfordern die Bereitstellung von Informationen in „*klarer und verständlicher Weise*“. In Erwägungsgrund 34 heißt es dazu: „*Bei der Bereitstellung dieser Informationen sollte der Unternehmer den besonderen*

Bedürfnissen von Verbrauchern Rechnung tragen, die aufgrund ihrer geistigen oder körperlichen Behinderung, ihrer psychischen Labilität, ihres Alters oder ihrer Leichtgläubigkeit in einer Weise besonders schutzbedürftig sind, die für den Unternehmer vernünftigerweise erkennbar ist. Die Berücksichtigung dieser besonderen Bedürfnisse sollte jedoch nicht zu unterschiedlichen Verbraucherschutzniveaus führen.“

4.1.1.1. Anknüpfungspunkte an die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Die Richtlinie über Verbraucherrechte enthält alle Informationspflichten nach Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, wonach eine Aufforderung zum Kauf bestimmte Informationen enthalten muss, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben. Dazu gehören folgende Punkte: die wesentlichen Merkmale des Produkts in dem für das Medium und das Produkt angemessenen Umfang; Anschrift und Identität des Unternehmers; der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben; die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen; das Verfahren zum Umgang mit Beschwerden (falls sie von den Anforderungen an die berufliche Sorgfalt abweichen) sowie gegebenenfalls das Bestehen eines Widerrufsrechts.

Aus diesem Grund kommt ein Unternehmer, der gemäß der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher vorvertragliche Informationen bereitstellt, auch den Informationspflichten nach Maßgabe der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken nach. Davon unberührt bleiben die Informationspflichten gemäß der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, die sich auf die Aufforderung zum Kauf vor der vorvertraglichen Phase, z. B. während der Werbephase, beziehen.

4.1.1.2. Informationen, die sich „bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben“

Bei **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen** brauchen die Unternehmer gemäß Artikel 5 Informationen, die sich „*bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben*“, nicht bereitzustellen.

Das Konzept von Informationen, die sich „*unmittelbar aus den Umständen ergeben*“, wird auch in der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken verwendet. In den [Leitlinien zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#)¹¹ aus dem Jahre 2009 werden die Anschrift und Identität des Gewerbetreibenden als Informationen aufgeführt, die mitunter als „*offensichtlich oder als sich unmittelbar aus den Umständen ergebend*“ betrachtet werden können, so beispielsweise die Anschrift eines Ladengeschäfts oder Restaurants, das der Verbraucher bereits betreten hat. Darin werden auch Beispiele für Waren gegeben, deren Hauptmerkmale bei Augenscheinnahe ersichtlich sind (ergänzende Angaben zu den Informationspflichten finden sich auf S. 57–59 der Leitlinien zu der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken gemäß Artikel 7 Absatz 4 der Richtlinie).

¹¹ Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen: Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, 3. Dezember 2009, SEK(2009) 1666. Dieses Dokument wird gegenwärtig überarbeitet. Eine aktualisierte Fassung der Leitlinien soll Ende 2014 veröffentlicht werden.

Für **außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge** verlangt Artikel 7 Absatz 1 darüber hinaus, dass die vorvertraglichen Informationen „*lesbar und in klarer und verständlicher Sprache*“ abgefasst sind, und für **Fernabsatzverträge** müssen die Informationen gemäß Artikel 8 Absatz 1 „*in klarer und verständlicher Sprache in einer den benutzten Fernkommunikationsmitteln angepassten Weise*“ zur Verfügung gestellt werden. „*Soweit diese Informationen auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt werden, müssen sie lesbar sein.*“

Darüber hinaus enthält Artikel 8 Absatz 2 der Richtlinie anspruchsvollere Gestaltungsregeln für die Teilmenge der Informationspflichten für auf elektronischem Wege geschlossene Verträge, die in Abschnitt 5 näher beleuchtet werden.

4.2. Anknüpfungspunkte an die Informationspflichten aus anderen Richtlinien

4.2.1. Informationspflichten im Rahmen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie

In Artikel 4 heißt es: „*Sofern diese Richtlinie nichts anderes bestimmt, erhalten die Mitgliedstaaten weder von den Bestimmungen dieser Richtlinie abweichende innerstaatliche Rechtsvorschriften aufrecht noch führen sie solche ein; dies gilt auch für strengere oder weniger strenge Rechtsvorschriften zur Gewährleistung eines anderen Verbraucherschutzniveaus.*“ Eine der Ausnahmen von dieser Verpflichtung zur vollständigen Harmonisierung ist Artikel 5 Absatz 4, gemäß dem die Mitgliedstaaten für **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge** zusätzliche vorvertragliche Informationspflichten einführen oder aufrechterhalten können.

Im Gegensatz dazu ist die Liste der entsprechenden Pflichten für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge und für Fernabsatzverträge im Prinzip vollständig. Allerdings gelten die in dieser Richtlinie festgelegten Informationspflichten laut Artikel 6 Absatz 8 **zusätzlich zu den Pflichten nach der Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG und der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr**. Bei Kollisionen zwischen einer Bestimmung dieser beiden Richtlinien betreffend „*den Inhalt der Information und die Art und Weise, wie die Information bereitzustellen ist*“, und einer Bestimmung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher hat die Bestimmung der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher Vorrang.

In der Vergleichstabelle in Anhang II werden die Informationspflichten gemäß der Dienstleistungsrichtlinie, der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher einander gegenübergestellt.

Wie der Tabelle zu entnehmen ist, sind gemäß den drei Richtlinien **Namen und Kontaktangaben der Unternehmer** (Postanschrift, Telefonnummer, Faxnummer, E-Mail-Adresse) bereitzustellen. Die Unterschiede zwischen den Anforderungen der einzelnen Richtlinien und deren Konsequenzen werden ausführlich in Abschnitt 4.3.2 erörtert.

4.2.1.1. Zusätzliche Informationspflichten im Rahmen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie

Gemäß der Dienstleistungsrichtlinie und der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr sind zusätzliche Informationen über das **Gewerbe** des Unternehmers **oder sonstige öffentliche Register**, die **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer**, zuständige **Berufsverbände**, Maßnahmen zur Vermeidung von **Interessenkonflikten** und **zuständige Aufsichtsbehörden** erforderlich. Bei der Dienstleistungsrichtlinie brauchen einige dieser Informationen lediglich auf Anfrage des Empfängers bereitgestellt zu werden (Artikel 22 Absatz 3).

Die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr (Artikel 10 Absatz 1) erfordert folgende zusätzliche Informationen: die **technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen**, Angaben dazu, ob der **Vertragstext nach Vertragsabschluss** vom Diensteanbieter **gespeichert und zugänglich gemacht wird**, die technischen Mittel zur **Korrektur von Eingabefehlern** und die **zur Verfügung stehenden Sprachen**.

Die Dienstleistungsrichtlinie enthält zusätzliche Informationsanforderungen in Bezug auf das Vorliegen von Vertragsklauseln über **das anwendbare Recht und den Gerichtsstand** sowie auf **Versicherungen oder Garantien**, den räumlichen Geltungsbereich und die Kontaktdaten des Versicherers oder Sicherungsgebers.

4.2.1.2. Sich überschneidende Informationspflichten

Die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher enthält ähnliche oder ausführlichere Anforderungen in Bezug auf die **Beschreibung des Erzeugnisses** (wesentliche Eigenschaften, Funktionsweise und Interoperabilität digitaler Inhalte) und den **Preis**. Die Bereitstellung dieser Informationen in Übereinstimmung mit der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher reicht daher aus, um den Anforderungen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie nachzukommen. Es besteht allerdings eine Ausnahme: die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr erfordert zusätzlich spezifische **Informationen zu Verkaufsförderungsangeboten** (Artikel 6).

Mit Blick auf die in der Vergleichstabelle in Anhang II unter „Rechtsrahmen“ aufgeführten Informationspflichten sind gemäß der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie Informationen zu **den allgemeinen Geschäftsbedingungen und den Vertragsbedingungen/-klauseln** zu geben. Da diese Pflichten nicht näher ausgeführt werden, sollten sie keine Auswirkungen auf die Pflichten des Unternehmers zur Vorlage der gemäß der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher erforderlichen spezifischen Informationen haben (von denen einige im Sinne der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und die Dienstleistungsrichtlinie sogar in den allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten sein können).

Gemäß der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr müssen diese Informationen dem Nutzer so zur Verfügung gestellt werden, dass er sie **„speichern und reproduzieren“** kann. Diese Anforderung geht über die Informationsanforderungen von Artikel 6 Absatz 1 und Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinie über Verbraucherrechte hinaus, die kraft Artikel 6 Absatz 8 **in diesem Fall Vorrang** haben.

Die drei Richtlinien beinhalten Informationspflichten zu den geltenden **Verhaltenskodizes** sowie zu **außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren**. Die Bereitstellung dieser Informationen im Rahmen der Richtlinie über Verbraucherrechte sollte ausreichen, um der Pflicht gemäß der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie nachzukommen.

4.2.2. *Zusätzliche Informationspflichten im Rahmen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und der Dienstleistungsrichtlinie*

Gemäß Artikel 6 Absatz 8 der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher können die Mitgliedstaaten zusätzliche Informationspflichten in das nationale Recht aufnehmen, sofern sich die Pflichten in Einklang mit der Dienstleistungsrichtlinie und der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr befinden.

In der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr ist zwar keine Möglichkeit vorgesehen, zusätzliche Informationspflichten zu erlassen, doch ist in Artikel 22 Absatz 5 der Dienstleistungsrichtlinie festgelegt, „*dass die Mitgliedstaaten nicht daran*“ gehindert werden, „*zusätzliche Informationsanforderungen für Dienstleistungserbringer, die in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassen sind, vorzuschreiben*“. Demzufolge könnten die Mitgliedstaaten für **Dienstleistungserbringer, die auf ihrem Hoheitsgebiet niedergelassen sind**, zusätzliche Informationspflichten vorsehen, die über die in der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher sowie der Dienstleistungsrichtlinie und der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr vorgesehenen Anforderungen hinausgehen (siehe auch Erwägungsgrund 12 in der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher).

Bei der Festlegung zusätzlicher Informationspflichten gemäß Artikel 6 Absatz 8 handelt es sich um eine der Regelungsmöglichkeiten, von denen die Mitgliedstaaten die Kommission gemäß Artikel 29 in Kenntnis setzen müssen. Die Kommission veröffentlicht diese Information im Internet.¹²

4.2.3. *Informationspflichten in sektorspezifischen Rechtsvorschriften*

Gemäß Artikel 3 Absatz 2¹³ bleibt die Durchsetzung von Informationspflichten im Rahmen anderer EU-Rechtsvorschriften, wie der Datenschutzrichtlinie 95/46/EG und der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58/EG, die besonders wichtig für Online-Verkäufe sowie im Zusammenhang mit Informationen über Datenverarbeitung und

¹² http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/rights-contracts/directive/transposition_list_crd_en.htm

¹³ „Kollidiert eine Bestimmung dieser Richtlinie mit einer Bestimmung eines anderen Unionsrechtsakts, der spezifische Sektoren regelt, so hat die Bestimmung dieses anderen Unionsrechtsakts Vorrang und findet auf diese spezifischen Sektoren Anwendung.“

der Zustimmung der betroffenen Personen zur Nachverfolgung und Verwendung der bereitgestellten personenbezogenen Daten sind, unberührt.

Darüber hinaus sind zusätzliche Informationspflichten in der [Richtlinie 2002/22/EG](#) über den Universaldienst, der [Richtlinie 2010/13/EU](#) über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste, der [Richtlinie 2009/72/EG](#) für den Elektrizitätsbinnenmarkt und der [Richtlinie 2009/73/EG](#) für den Erdgasbinnenmarkt usw. vorgesehen.

4.2.4. Ausnahmeregelungen für Geschäfte des täglichen Lebens

Laut Artikel 5 Absatz 3 haben die Mitgliedstaaten die Möglichkeit, die vorvertraglichen Informationsanforderungen gemäß Artikel 5 Absatz 1 auf innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge anzuwenden, **„die Geschäfte des täglichen Lebens zum Gegenstand haben und zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses sofort erfüllt werden“**.

Naturgemäß dürfte es sich dabei um Geschäfte mit geringwertigen Erzeugnissen. Ein naheliegendes Beispiel wäre die in Artikel 2 Absatz 3 Buchstabe j erwähnte *„Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs“* (laut dem diese Waren vollständig von den Anforderungen der Richtlinie ausgenommen sind, wenn sie am Wohnsitz oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von einem Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden – siehe auch Abschnitt 2.4.3).

Darüber hinaus kann Artikel 5 Absatz 3 auch für bestimmte Dienstleistungen und nicht nur für Waren gelten. Bei Anwendung dieser Ausnahmeregelung ist das zweite in Artikel 5 Absatz 3 aufgeführte Kriterium, d. h. die Anforderung, dass der Vertrag zum Zeitpunkt des Abschlusses sofort erfüllt wird, ebenfalls einzuhalten.

- *Mögliche Beispiele für solche Geschäfte des täglichen Lebens: Schuhputzdienste auf der Straße und Kinodienstleistungen, wenn die Eintrittskarte unmittelbar vor der Filmaufführung erworben (und damit der Vertrag geschlossen) wird.*

4.2.5. Die Unabdingbarkeit vorvertraglicher Informationen

Artikel 6 Absatz 5 enthält die folgenden Hinweise zur Unabdingbarkeit vorvertraglicher Informationen, die gemäß Artikel 6 Absatz 1 bereitzustellen sind: *„(5) Die Informationen nach Absatz 1 sind fester Bestandteil des Fernabsatzvertrags oder des außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Vertrags und dürfen nicht geändert werden, es sei denn, die Vertragsparteien vereinbaren ausdrücklich etwas anderes.“*

Dementsprechend sollten die auf der Webseite des Unternehmers bereitgestellten Informationen für die Parteien verbindlich sein, und wenn der Unternehmer bestimmte Bestandteile ändern möchte, sollte er dafür die ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers einholen:

- *Die Parteien könnten sich beispielsweise in einer E-Mail-Korrespondenz ausdrücklich auf eine andere Lieferzeit für die Waren als die auf der Webseite des Unternehmers aufgeführten verständigen.*

- *Allerdings würde eine in den allgemeinen Geschäftsbedingungen enthaltene Bestimmung, der zufolge der Unternehmer von den auf der Webseite aufgeführten Informationen abweichen kann, nicht mit den Anforderungen an eine ausdrückliche Zustimmung der Parteien übereinstimmen.*

Die Bestimmungen von Artikel 6 Absatz 5 würden nicht für Änderungen gelten, die der Unternehmer nach Vertragsabschluss an den Vertragsklauseln vorgenommen hat. Bei derartigen Änderungen käme die Richtlinie 93/13/EWG¹⁴ über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen zur Anwendung.

4.2.6. *Zusätzliche sprachliche Anforderungen*

In Übereinstimmung mit Artikel 6 Absatz 7 können die Mitgliedstaaten sprachliche Anforderungen in Bezug auf die **Vertragsinformationen**, die in innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen enthalten sind, auferlegen; wenn von dieser Regelungsmöglichkeit Gebrauch gemacht wurde, würden die entsprechenden Pflichten, wie beispielsweise die Pflicht zur Bereitstellung der Informationen in der Landessprache des betroffenen Mitgliedstaats, für Online-Händler vorbehaltlich der Bestimmungen der Verordnung (EG) Nr. 593/2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I) gelten.

Gemäß Artikel 6 der Verordnung unterliegt ein Vertrag dem Recht des Staates, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, sofern der Unternehmer seine Tätigkeit in dem Staat ausübt, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, oder **eine solche Tätigkeit** auf diesen Staat oder auf mehrere Staaten, einschließlich dieses Staates, **ausrichtet**. Haben die Parteien ein anderes Recht gewählt, kann dem Verbraucher durch diese Wahl nicht der Schutz entzogen werden, der ihm durch die zwingenden Bestimmungen seines Wohnsitzlandes gewährleistet wird.

Wenn sich die Webseite eines Unternehmers an Verbraucher in einem Mitgliedstaat richtet, der gemäß Artikel 6 Absatz 7 sprachliche Anforderungen vorgesehen hat, sollte der Unternehmer dem Verbraucher daher Vertragsinformationen in der von diesem Mitgliedstaat verlangten Sprache bereitstellen.

Der Gerichtshof hat sich mit dem Konzept der „Ausrichtung“ beruflicher oder gewerblicher Tätigkeiten auf das Land des Verbrauchers in den verbundenen Rechtsachen [C-585/08 und C-144/09](#) *Peter Pammer und Hotel Alpenhof GesmbH* befasst. In seinem Urteil führt er eine Reihe von Kriterien für die Feststellung auf, ob eine Webseite auf einen spezifischen Mitgliedstaat „ausgerichtet“ ist, wie die Verwendung verschiedener Sprachen oder Währungen auf der Webseite (siehe insbesondere Randnummern 92 und 93).

¹⁴ Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen.

4.2.7. Beweislast

Da das Versäumnis des Unternehmers, spezifische in der Richtlinie geforderte Informationen vorzulegen, gemäß der Richtlinie zahlreiche vertragliche Sanktionen (zusätzlich zu den Sanktionen nach nationalem Recht) nach sich zieht, wurde in Artikel 6 Absatz 9 eine äußerst wichtige Bestimmung vorgesehen, nach der *„die Beweislast für die Erfüllung der in diesem Kapitel genannten Informationspflichten [...] dem Unternehmer“* obliegt.

Ungeachtet der Möglichkeit eines Nachweises mit anderen Mitteln würde die Position des Unternehmers eindeutig geschwächt, wenn die erforderlichen Informationen nicht in der Bestätigung des Vertrags auf einem dauerhaften Datenträger enthalten sind, der gemäß Artikel 7 Absätze 1 und 2 oder Artikel 8 Absatz 7 (erörtert in Abschnitt 5) stets die in Artikel 6 Absatz 1 vorgeschriebenen Informationen enthalten muss, sofern diese nicht bereits auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt wurden.

4.3. Gemeinsame Anforderungen an innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge und Fernabsatzverträge/außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge

4.3.1. Hauptmerkmale

Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe a und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a

„die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen, in dem für das Kommunikationsmittel und die Waren oder Dienstleistungen angemessenen Umfang“

Diese Informationspflicht bezieht sich zwar ausdrücklich auf „Waren und Dienstleistungen“, in Übereinstimmung mit Artikel 5 Absatz 2 und Artikel 6 Absatz 2 sollte sie jedoch auch für öffentliche Versorgungsleistungen und digitale Online-Inhalte gelten.

Diese Informationspflicht ist mit der Pflicht gemäß Artikel 7 Absatz 4 Buchstabe a der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken identisch. In den 2009 herausgegebenen [Leitlinien zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) (S. 57–59) wird erläutert, dass die Ausführlichkeit der bereitzustellenden Informationen von der Komplexität des Produktes abhängt, und es wird die Bedeutung einer Erläuterung von bestimmten Einschränkungen eines Angebots hervorgehoben, wenn z. B. eine Dienstleistung nur während eines begrenzten Zeitraums erbracht wird.

4.3.2. Identität und Kontaktdaten

Artikel 5 Absatz 1

b) die Identität des Unternehmers, beispielsweise seinen Handelsnamen und die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer;

Artikel 6 Absatz 1

b) die Identität des Unternehmers, beispielsweise seinen Handelsnamen;

c) die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, und gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse, damit der Verbraucher schnell Kontakt zu ihm aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann, sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt;

d) falls diese von der gemäß Buchstabe c angegebenen Anschrift abweicht, die Geschäftsanschrift des Unternehmers und gegebenenfalls die Geschäftsanschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann;

Mit Blick auf die Anforderungen für **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge** gemäß Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe b) wird in den [Leitlinien zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) (S. 58) erläutert, dass die Anschrift eines Ladengeschäfts oder Restaurants, das der Verbraucher bereits betreten hat, ein eindeutiges Beispiel für Informationen darstellt, die sich unmittelbar aus den Umständen ergeben.

4.3.2.1. Ort der Niederlassung

Der Begriff der „Niederlassung“ ist bei dieser Informationspflicht identisch mit dem, der beispielsweise in der Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG vorkommt, wo er in Artikel 4 als „die tatsächliche Ausübung einer von Artikel 43 des Vertrags erfassten wirtschaftlichen Tätigkeit durch den Dienstleistungserbringer auf unbestimmte Zeit und mittels einer festen Infrastruktur, von der aus die Geschäftstätigkeit der Dienstleistungserbringung tatsächlich ausgeübt wird“ definiert wird. In Erwägungsgrund 37 heißt es „[...] Hat ein Dienstleistungserbringer mehrere Niederlassungsorte, so ist es wichtig zu bestimmen, von welchem Niederlassungsort aus die betreffende Dienstleistung tatsächlich erbracht wird [...].“

Dieser Ansatz kann auch für die Bestimmung des Ortes verwendet werden, dessen Anschrift im Rahmen dieser Richtlinie anzugeben ist. Da die Anschrift unbedingt angegeben werden muss, muss sie sich auf einen physischen Ort beziehen:

- *Es reicht beispielsweise nicht aus, lediglich das Postfach als Anschrift des Unternehmers anzugeben.*

4.3.2.2. Sitz der wirtschaftlichen Tätigkeit

Mit „Sitz der wirtschaftlichen Tätigkeit“ wird der Ort bezeichnet, an dem die wichtigsten Entscheidungen eines Unternehmens getroffen und die Handlungen zu dessen zentraler Verwaltung vorgenommen werden (siehe beispielsweise das Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-73/06 *Planzer*, Randnummer 61: „Bei der Bestimmung des Sitzes der wirtschaftlichen Tätigkeit einer Gesellschaft ist eine Vielzahl von Faktoren zu berücksichtigen, und zwar in erster Linie der statutarische Sitz, der Ort der zentralen Verwaltung, der Ort, an dem die Führungskräfte der Gesellschaft zusammentreffen, und der – gewöhnlich mit diesem übereinstimmende – Ort, an dem die allgemeine Unternehmenspolitik dieser Gesellschaft bestimmt wird. Andere Elemente, wie der Wohnsitz der

Hauptführungskräfte, der Ort, an dem die Gesellschafterversammlung zusammentritt, der Ort, an dem die Verwaltungsunterlagen erstellt und die Bücher geführt werden, und der Ort, an dem die Finanz- und insbesondere die Bankgeschäfte hauptsächlich wahrgenommen werden, können ebenfalls in Betracht gezogen werden.“).

4.3.2.3. Weitere Kontaktdaten

Der Begriff „gegebenenfalls“ in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c sollte so ausgelegt werden, dass er sich auf **alle drei in dieser Bestimmung genannten Fernkommunikationsmittel, also Telefon, Fax und E-Mail**, bezieht.

Mit der Bereitstellung dieser Kommunikationsmittel wird bezweckt, dass der Verbraucher schnell und effizient mit dem Unternehmer in Kontakt treten kann. In diesem Zusammenhang sollte durch entsprechende Vorkehrungen beispielsweise sichergestellt werden, dass Telefonanrufe während der Bürozeiten entgegengenommen und E-Mails und Faxnachrichten rasch beantwortet werden. Darüber hinaus ergreifen die Mitgliedstaaten in Übereinstimmung mit der Dienstleistungsrichtlinie (Artikel 27 Absatz 2) *„die erforderlichen allgemeinen Maßnahmen um sicherzustellen, dass die Dienstleistungserbringer die in Unterabsatz 1 genannten Beschwerden so schnell wie möglich beantworten und sich um zufrieden stellende Lösungen bemühen“*.

Im Allgemeinen sollten die Unternehmer zumindest ausführliche Angaben zu denjenigen Fernkommunikationsmitteln machen, die sie für Vertriebsaktivitäten verwenden. So sollten beispielsweise Unternehmer, die Verträge über das Telefon abschließen, ihre Telefonnummern angeben. Darüber hinaus sollten Unternehmer im Rahmen der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher diejenigen Angaben zu Fernkommunikationsmitteln machen, zu denen sie im Rahmen weiterer einschlägiger EU-Rechtsvorschriften verpflichtet sind.

Insbesondere im Zusammenhang mit der **E-Mail-Adresse** sind laut Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr *„Angaben, die es ermöglichen, schnell mit dem Diensteanbieter Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner **Adresse der elektronischen Post**“* zu machen.

Darüber hinaus enthält Artikel 27 Absatz 1 der Dienstleistungsrichtlinie folgende Bestimmung: *„Die Mitgliedstaaten ergreifen die erforderlichen allgemeinen Maßnahmen um sicherzustellen, dass die Dienstleistungserbringer Kontaktdaten, insbesondere eine **Postanschrift, eine Faxnummer oder eine E-Mail-Adresse und eine Telefonnummer** angeben, an die alle Dienstleistungsempfänger, auch diejenigen, die in einem anderen Mitgliedstaat ansässig sind, direkt eine Beschwerde oder eine Bitte um Information über die erbrachte Dienstleistung richten können.“*

- *Beispielsweise sollten Online-Händler, die unter die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr¹⁵ fallen, ihre **E-Mail-Adresse** sowohl im Rahmen dieser als auch der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher angeben.*
- *Im Gegensatz dazu sollten Unternehmer, die Bestellungen per Post oder Telefon (die im Sinne der Richtlinie 98/34/EG keine elektronischen Mittel sind und daher nicht unter die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr fallen) anbieten, keine **E-Mail-Adressen** angeben müssen, wenn sie diese Mittel bei der Kommunikation mit dem Verbraucher nicht verwenden. Allerdings sollten diese Unternehmer **entweder eine E-Mail-Adresse oder eine Faxnummer** angeben, wenn sie in den Anwendungsbereich der Dienstleistungsrichtlinie fallen.*

Gemäß der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr ist die Angabe der **Telefonnummer**¹⁶ nicht erforderlich, die Dienstleistungsrichtlinie hingegen verlangt diese Information für Beschwerden oder Anfragen zu der erbrachten Dienstleistung.

4.3.2.4. Identität und Anschrift des Auftraggebers

Bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen/Fernabsatzverträgen muss der Unternehmer, der im Auftrag eines anderen Unternehmers handelt, gemäß der Richtlinie auch die Identität und Anschrift **des Auftraggebers** angeben.

- *Insbesondere in Fällen, in denen der Unternehmer anderen Unternehmern eine Online-Handelsplattform für die Vermarktung ihrer Erzeugnisse zur Verfügung stellt, so z. B. einen App-Store für den Verkauf digitaler Inhalte verschiedener Entwickler, sollte der Plattformbetreiber im Rahmen geeigneter Regelungen mit den Entwicklern sicherstellen, dass Informationen zu ihrer Identität als Inhaltenanbieter in angemessener Form bereitgestellt werden.*

¹⁵ Die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr gilt für „Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft“, die in Artikel 1 Absatz 2 der Richtlinie 98/34/EG (in der geänderten Fassung) als „jede in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachte Dienstleistung“ definiert werden.

¹⁶ In der Rechtssache C-298/07, Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV befand der Gerichtshof, dass Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe c der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr dahingehend auszulegen ist, „dass der Diensteanbieter verpflichtet ist, den Nutzern des Dienstes vor Vertragsschluss mit ihnen neben seiner Adresse der elektronischen Post weitere Informationen zur Verfügung zu stellen, die eine schnelle Kontaktaufnahme und eine unmittelbare und effiziente Kommunikation ermöglichen. **Diese Informationen müssen nicht zwingend eine Telefonnummer umfassen.** Sie können eine elektronische Anfragemaske betreffen, über die sich die Nutzer des Dienstes im Internet an den Diensteanbieter wenden können, woraufhin dieser mit elektronischer Post antwortet; anders verhält es sich jedoch in Situationen, in denen ein Nutzer des Dienstes nach elektronischer Kontaktaufnahme mit dem Diensteanbieter keinen Zugang zum elektronischen Netz hat und diesen um Zugang zu einem anderen, nichtelektronischen Kommunikationsweg ersucht.“

4.3.3. Preis

Artikel 5 Absatz 1

c) Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben oder in den Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Ware oder der Dienstleistung vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können;

Artikel 6 Absatz 1

e) Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in den Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten, oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzliche Kosten anfallen können. Im Falle eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags umfasst der Gesamtpreis die pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten. Wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden, umfasst der Gesamtpreis ebenfalls die monatlichen Gesamtkosten. Wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben;

Bei den unterstrichenen Passagen von Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe e handelt es sich um zusätzliche Anforderungen an Preisinformationen, die ausschließlich für Fernabsatzverträge/außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge gelten und neben den Anforderungen von Artikel Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe c für innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge gelten. So sind bei Fernabsatzverträgen/außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen insbesondere spezifische Informationen erforderlich, die **Abonnement- und unbefristete Verträge** betreffen.

Wenn für ein Erzeugnis (oder eines der Erzeugnisse), die auf der Grundlage eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnements geliefert werden, ein Festpreis in Rechnung gestellt wird, sollten Informationen zu den pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten **und** zu den monatlichen Gesamtkosten zur Verfügung gestellt werden.

- *Beispielsweise wird für Internet- oder Pay-TV-Abonnements üblicherweise unabhängig vom Nutzungsvolumen ein monatlicher/zweimonatlicher/vierteljährlicher Festpreis berechnet. Daher sollten dem Verbraucher, der ein Abonnement im Internet oder außerhalb von Geschäftsräumen abschließen will, die monatlichen Kosten und bei einem abweichenden Abrechnungszeitraum die Kosten pro Abrechnungszeitraum genannt werden.*

Für den Fall, dass die Gesamtkosten für ein Erzeugnis, auf das sich der Vertrag bezieht oder das er beinhaltet, nicht im Voraus beziffert werden können, sollte der Unternehmer den Verbraucher darüber informieren, wie diese variablen Kosten berechnet werden:

- *Der Unternehmer sollte dem Verbraucher beispielsweise bei Sprachtelefondiensten, deren Kosten nutzungsabhängig sind, eine ausführliche Preisliste für Anrufe zur Verfügung stellen.*

Es ist darauf hinzuweisen, dass der Verbraucher gemäß Artikel 6 Absatz 6 bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen keine zusätzlichen und sonstigen Kosten zu tragen hat, wenn ihm der Unternehmer dies nicht mitgeteilt hat.

4.3.4. Bedingungen für die Vertragsausführung – Zahlung und Lieferung

Artikel 5 Absatz 1

d) gegebenenfalls die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem die Waren zu liefern oder die Dienstleistung zu erbringen der Unternehmer sich verpflichtet hat, sowie das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden

Artikel 6 Absatz 1

g) die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem sich der Unternehmer verpflichtet, die Waren zu liefern oder die Dienstleistung zu erbringen, und gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden

Diese Informationspflicht ist bei innerhalb und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen/Fernabsatzverträgen ähnlich, mit Ausnahme der Anforderung, dass bei **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen** alle einschlägigen Informationen nur „gegebenenfalls“, bei **außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen/Fernabsatzverträgen** dagegen in jedem Fall bereitzustellen sind; davon ausgenommen sind Informationen über das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden, die nur „gegebenenfalls“ erforderlich sind.

Die genannte Informationspflicht ähnelt der aus Artikel 7 Absatz 4 Buchstabe d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken. Wie jedoch bereits in den [Leitlinien zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken](#) (S. 59-60) erläutert, sind im Rahmen der Richtlinie Informationen zu den Zahlungs-, Lieferungs- und Leistungsbedingungen sowie zum Verfahren zum Umgang mit Beschwerden nur dann explizit anzugeben, wenn diese im Vergleich zur gängigen Marktpraxis Nachteile für die Verbraucher mit sich bringen.

Die Kommission hat in dem vor kurzem veröffentlichten **Fahrplan für die Vollendung des Binnenmarkts für die Paketzustellung**¹⁷ unter anderem die Einzelhändler dazu

¹⁷ Mitteilung der Kommission „Fahrplan für die Vollendung des Binnenmarkts für die Paketzustellung - Stärkung des Vertrauens in die Zustelldienste und Förderung des Online-Handels“, Brüssel, 16.12.2013, [COM\(2013\) 886 final](#).

aufgefordert, Informationen zu allen einschlägigen Merkmalen der verschiedenen Lieferoptionen, insbesondere hinsichtlich des Lieferzeitraums, eventueller Möglichkeiten bei der Verfolgung der Lieferung, verschiedener Optionen für die Lieferung auf der „letzten Meile“ und der eingesetzten Kurierdienste, sowie zu den Tarifen für die einzelnen Optionen bereitzustellen.

4.3.4.1. Liefer- oder Leistungszeitraum

Der Unternehmer würde den Anforderungen von Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d/Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe g im Zusammenhang mit dem Termin oder der Lieferung oder der Leistung auch nachkommen, wenn er einen **Zeitraum (z. B. „10 Tage“ oder „zwei Wochen“)** nach **Vertragsabschluss** (Abgabe der Bestellung durch den Verbraucher) benennt. Der Unternehmer muss nicht zwangsläufig einen bestimmten Kalendertag angeben, weil dies in der Praxis nicht immer realisierbar ist.

Bei **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen** müsste der Termin, bis zu dem sich der Unternehmer verpflichtet, die Waren zu liefern oder die Dienstleistung zu erbringen, nicht angegeben werden, wenn **die Lieferung oder Dienstleistung unverzüglich durchgeführt wird**.

Bei **innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen** ist die Anforderung der Angabe der Lieferzeit im Lichte von Artikel 18 auszulegen. Demzufolge sollte der Unternehmer keine Angaben zur Lieferzeit von Waren machen müssen, wenn er die Lieferung **innerhalb des in Artikel 18 festgelegten vorgegebenen Zeitraums von 30 Tagen** vornehmen will. Dies hindert jedoch weder den Unternehmer daran, dem Verbraucher eine (kürzere) Lieferfrist mitzuteilen, noch den Unternehmer und den Verbraucher, sich auf einen anderen Termin zu einigen. Der vereinbarte Termin wäre folglich der „vereinbarte“ Zeitpunkt für die Lieferung, wie in Artikel 18 aufgeführt (siehe auch Abschnitt 7 zur Lieferung).

4.3.4.2. Zahlungsbedingungen

Beispiele für **Zahlungsbedingungen**, die dem Verbraucher besonders klar erläutert werden sollten, sind:

- *Zahlung über die Telefonrechnung des Verbrauchers.*
- *Bei Abonnement-Verträgen, beispielsweise für Online-Videospiele, die Bedingung, dass der Unternehmer die Angaben zu den Zahlungsmitteln (wie Kreditkartendaten), die ihm der Verbraucher zum Zeitpunkt des erstmaligen Abonnementabschlusses übermittelt hat, auch für die Abrechnung späterer Käufe nutzt, ohne den Verbraucher zur erneuten Eingabe der Daten aufzufordern.*

Zahlungen unterliegen der Zahlungsdiensterichtlinie 2007/64/EG (siehe auch Abschnitt 9 bezüglich Artikel 19 über Entgelte für die Verwendung bestimmter Zahlungsmittel). Gemäß Artikel 54 Absatz 1 der Richtlinie ist die Zustimmung des Zahlers in der folgenden Form erforderlich: „1. Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass ein Zahlungsvorgang nur dann als

autorisiert gilt, wenn der Zahler dem Zahlungsvorgang zugestimmt hat. Der Zahler kann einen Zahlungsvorgang entweder vor oder — sofern zwischen dem Zahler und seinem Zahlungsdienstleister so vereinbart — nach der Ausführung autorisieren“.

4.3.5. Garantie und Kundendienst

Artikel 5 Absatz 1

e) zusätzlich zu dem Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen nach dem Verkauf und gewerblichen Garantien;

Artikel 6 Absatz 1

l) den Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren;

m) gegebenenfalls den Hinweis auf das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und gewerblichen Garantien;

Innerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge und außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge/Fernabsatzverträge werden zwar leicht unterschiedlich dargestellt, unterliegen jedoch nahezu identischen Informationspflichten **bezüglich des Bestehens des gesetzlichen Gewährleistungsrechts und der Kundendienstleistungen**. Während die Informationspflichten über die rechtlichen Garantien zwingend vorgeschrieben sind, sollten Kundendienstinformationen nur gegeben werden, wenn die zusätzlichen Leistungen auch tatsächlich angeboten werden.

Der Verkäufer sollte im Rahmen seiner Pflicht, den Verbraucher auf das Bestehen des **gesetzlichen Gewährleistungsrechts** hinzuweisen, angeben, dass er für jede Vertragswidrigkeit, die binnen zwei Jahren nach der Lieferung des Verbrauchsgutes offenbar wird, haftet, und dass der Verbraucher aufgrund nationaler Rechtsvorschriften möglicherweise über weitere Rechte verfügt.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass es laut der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken untersagt ist, den „Verbrauchern gesetzlich zugestandene Rechte [...] als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden“ zu präsentieren (siehe Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe g und Anhang I Nummer 10).

Für außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge/Fernabsatzverträge findet sich ein spezifischer Hinweis auf den „Kundendienst“, der zwar in Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe e zu innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen nicht ausdrücklich erwähnt wird, in der Regel aber unter den weiter gefassten Begriff der „Kundendienstleistungen“ fällt. Aus den Informationen über die Kundendienstleistungen sollte insbesondere hervorgehen, wo die Dienstleistungen erbracht werden und wer (gegebenenfalls) die Transportkosten trägt.

4.4. Laufzeit und Kündigung des Vertrags

Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe f und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe o

gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge;

Artikel 6 Absatz 1

p) gegebenenfalls die Minstdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht;

Informationen über die Bedingungen für die Kündigung eines unbefristeten Vertrags oder eines sich automatisch verlängernden Vertrags (erforderlich sowohl für innerhalb als auch außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge/Fernabsatzverträge) sollten insbesondere Folgendes beinhalten:

- anfallende Kosten;
- Kündigungsmodalitäten, insbesondere die Frist und die Form der Übermittlung der Kündigung (z. B. E-Mail oder Postanschrift)

Bei Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen sind laut Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe p zusätzliche Informationen zur Minstdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht, erforderlich, also z. B. zur Mindestlaufzeit, während deren vom Verbraucher zu den durch den Unternehmer festgelegten Bedingungen eine Zahlung erwartet wird:

- *Beispielsweise kann ein Mobiltelefonvertrag mit einer 24-monatigen Laufzeit eine Mindestlaufzeit von sechs Monaten beinhalten, die im Falle einer vorzeitigen Kündigung in Rechnung gestellt wird.*

Eine solche Mindestlaufzeit, während deren die Kündigung eines Vertrags nicht zulässig ist, sollte auch als eine der **wichtigsten Bedingungen der Kündigung** unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge im Sinne von Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe f gelten. Aus diesem Grund sollten Informationen über die Mindestlaufzeit auch für unbefristete Verträge und sich automatisch verlängernde Verträge, die innerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossen werden und unter Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe f fallen, bereitgestellt werden.

4.5. Zusätzliche Anforderungen im Falle von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen

4.5.1. Kosten für den Einsatz von Fernkommunikationstechnik

Artikel 6 Absatz 1

f) die Kosten für den Einsatz der für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationstechnik, sofern diese nicht nach dem Grundtarif berechnet werden;

Diese Informationspflicht bleibt gegenüber der entsprechenden Anforderung gemäß der ersetzten Fernabsatzrichtlinie (Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe g) unverändert. Sie würde insbesondere in Fällen zum Tragen kommen, in denen der Unternehmer mit der Nummer eines Mehrwertdienstes wirbt, die der Verbraucher anrufen muss, um den Vertrag über die angebotenen Waren oder Dienstleistungen abzuschließen.

4.5.2. Kautionen und finanzielle Sicherheiten

Artikel 6 Absatz 1

q) gegebenenfalls den Hinweis auf die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kaution oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen;

Kautionen oder finanzielle Sicherheiten sind typische Merkmale von Mietverträgen, mit denen dem Verbraucher ein Wertgegenstand zur Verfügung gestellt wird, wie z. B. bei der Vermietung von Kraftfahrzeugen. Dazu heißt es in Erwägungsgrund 33: *„Der Unternehmer sollte verpflichtet sein, den Verbraucher im Voraus über etwaige Geschäftsmodalitäten zu informieren, die dazu führen, dass der Verbraucher dem Unternehmer eine Kaution zahlt; dazu gehören auch Modalitäten, bei denen ein Betrag auf der Kredit- oder Debitkarte des Verbrauchers gesperrt wird.“*

- *Beispielsweise sollte aus den Informationen zu den Garantiebedingungen insbesondere hervorgehen, ob der entsprechende Betrag auf dem Konto des Verbrauchers gesperrt oder das Konto damit belastet wird und wann und unter welchen Voraussetzungen dieser Betrag wieder freigegeben oder an den Verbraucher zurückgezahlt wird.*

4.5.3. Außergerichtliche Streitbeilegungsverfahren

Artikel 6 Absatz 1

t) gegebenenfalls die Möglichkeit des Zugangs zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, und die Voraussetzungen für diesen Zugang.

Die Anforderungen an die Funktionsweise von außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, die unter die genannte Informationspflicht fallen, sind in der Richtlinie 2013/11/EU über die alternative Beilegung verbraucherrechtlicher Streitigkeiten (Richtlinie über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) dargelegt. Gemäß der Richtlinie sind die Mitgliedstaaten verpflichtet, bis zum 9. Juli 2015 eine AS-Infrastruktur zu errichten, damit Streitigkeiten, an denen ein in einem Mitgliedstaat niedergelassener Unternehmer beteiligt ist, einer AS-Stelle vorgelegt werden können, die eine unabhängige, unparteiische, transparente, effektive, schnelle und faire außergerichtliche Streitbeilegung anbietet.

5. BESONDERE ANFORDERUNGEN BEI FERNABSATZVERTRÄGEN

5.1. Definition eines Fernabsatzvertrags

Laut der Definition von Fernabsatzverträgen in Artikel 2 bezeichnet: „7. „*Fernabsatzvertrag*“ jeden Vertrag, der zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Verbrauchers im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw. Dienstleistungssystems geschlossen wird, wobei bis einschließlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses ausschließlich ein oder mehrere Fernkommunikationsmittel verwendet wird/werden“.

Erwägungsgrund 20 enthält weitere Erläuterungen zu diesem Begriff sowie Beispiele für Fernkommunikationsmittel: „Die Begriffsbestimmung von Fernabsatzverträgen sollte alle Fälle erfassen, in denen ein Vertrag zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher im Rahmen eines für die Lieferung im Fernvertrieb organisierten Verkaufs- oder Dienstleistungserbringungssystems geschlossen wird, wobei bis einschließlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses ausschließlich ein oder mehrere Fernkommunikationsmittel verwendet wird/werden (z. B. **Bestellung per Post, Internet, Telefon oder Fax**). Diese Begriffsbestimmung sollte auch Situationen erfassen, in denen der Verbraucher die Geschäftsräume lediglich zum Zwecke der Information über die Waren oder Dienstleistungen aufsucht und anschließend den Vertrag aus der Ferne verhandelt und abschließt. Im Gegensatz dazu sollte ein Vertrag, der in den Geschäftsräumen eines Unternehmers verhandelt und letztendlich über ein Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, nicht als Fernabsatzvertrag gelten. Desgleichen sollte ein Vertrag, der über ein Fernkommunikationsmittel angebahnt und letztendlich in den Geschäftsräumen des Unternehmers geschlossen wird, nicht als Fernabsatzvertrag gelten. Desgleichen sollte der Begriff des Fernabsatzvertrags auch keine Reservierungen eines Verbrauchers über ein Fernkommunikationsmittel im Hinblick auf die Dienstleistung eines Fachmanns, wie beispielsweise im Fall eines Telefonanrufs eines Verbrauchers zur Terminvereinbarung mit einem Friseur, einschließen. [...]“

Beim Abschluss eines Fernabsatzvertrags können die Parteien auch eine **Kombination mehrerer verschiedener Fernkommunikationsmittel** (z. B. Webseite und Telefon) nutzen. Die Tatsache, dass die Parteien nach Abschluss eines Fernabsatzvertrags, üblicherweise zum Zeitpunkt der Lieferung oder Zahlung, aufeinandertreffen, sollte keinen Einfluss auf die Einstufung eines Vertrags als Fernabsatzvertrag haben. Wenn der Verbraucher die Geschäftsräume lediglich zum Zwecke der Information über die Waren oder Dienstleistungen aufsucht, sollte der Vertrag, den er anschließend mit dem Unternehmer aus der Ferne verhandelt und abschließt, als Fernabsatzvertrag betrachtet werden. Obwohl eine alleinige Terminvereinbarung mit dem Unternehmer nicht als Fernabsatzvertrag gilt, kann eine verbindliche Reservierung beispielsweise von Waren, die abgeholt werden, oder Dienstleistungen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt erbracht werden sollen, im Sinne der Richtlinie wahrscheinlich als Fernabsatzvertrag eingestuft werden.

Die Richtlinie gilt ausschließlich für Fernabsatzverträge, die im Rahmen **eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw. Dienstleistungssystems** abgeschlossen werden. Wenn beispielsweise ein Unternehmer nur ausnahmsweise über E-Mail oder Telefon einen Vertrag mit einem Verbraucher abschließt, nachdem der Verbraucher Kontakt mit ihm aufgenommen hat, sollte ein solcher Vertrag nicht als Fernabsatzvertrag gemäß der Richtlinie gelten.

Für den Abschluss von Verträgen, die unter die Richtlinie fallen, kann der Unternehmer eine Online-Plattform nutzen. In Erwägungsgrund 20 heißt es: *„[...] Der Begriff eines für die Lieferung im Fernabsatz organisierten Vertriebs- bzw. Dienstleistungserbringungssystems sollte von einem Dritten angebotene Fernabsatz- oder Dienstleistungssysteme erfassen, die von Unternehmern verwendet werden, wie etwa eine Online-Plattform. Der Begriff sollte jedoch nicht Fälle erfassen, in denen Webseiten lediglich Informationen über den Unternehmer, seine Waren und/oder Dienstleistungen und seine Kontaktdaten anbieten.*

In Artikel 2 Absatz 2 wird der Begriff Unternehmer im weiteren Sinne definiert als *„jede natürliche oder juristische Person, [...] die bei von dieser Richtlinie erfassten Verträgen selbst oder durch eine andere Person, die in ihrem Namen oder Auftrag handelt, zu Zwecken tätig wird, die ihrer gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können“*. Wenn ein Unternehmer eine Online-Plattform für die Vermarktung seiner Erzeugnisse und den Abschluss von Verträgen mit Verbrauchern nutzt, ist der Anbieter dieser Plattform, sofern er im Namen oder im Auftrag dieses Unternehmers handelt, ebenfalls für die Einhaltung der Richtlinie verantwortlich.

5.2. Vorvertragliche Informationen

5.2.1. Zusätzliche Anforderungen an die Vorlage vorvertraglicher Informationen

Artikel 8

(2) Wenn ein auf elektronischem Wege geschlossener Fernabsatzvertrag den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet, weist der Unternehmer den Verbraucher klar und in hervorgehobener Weise, und unmittelbar bevor dieser seine Bestellung tätigt, auf die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben a, e, o und p genannten Informationen hin.

In Artikel 8 Absatz 2 werden zusätzliche vorvertragliche Informationspflichten für Verträge festgelegt, die auf elektronischem Wege geschlossen und gegen Zahlung eines Preises angeboten werden.

Der Begriff „auf elektronischem Wege“ wird zwar in der Richtlinie nicht näher definiert, allerdings sollte er sich angesichts der Erläuterung in Erwägungsgrund 39 auf Verträge beziehen, die über Webseiten abgeschlossen werden: *„Es ist wichtig, dass sichergestellt wird, dass die Verbraucher bei Fernabsatzverträgen, die über Webseiten abgeschlossen werden, in der Lage sind, die Hauptbestandteile des Vertrags vor Abgabe ihrer Bestellung vollständig zu lesen und zu verstehen. Zu diesem Zweck sollte in dieser Richtlinie dafür Sorge getragen werden, dass diese Vertragsbestandteile in unmittelbarer Nähe der für die Abgabe der*

Bestellung erforderlichen Bestätigung angezeigt werden [...]“. Darüber hinaus kann sich Artikel 8 Absatz 2 auf der Grundlage der Definition von elektronischen Mitteln in der Richtlinie [98/34/EG](#)¹⁸ auch auf andere Technologien, wie beispielsweise über TV-Set-Top-Boxen bereitgestellte digitale Inhalte, beziehen.

Artikel 8 Absatz 2 sollte im Zusammenhang mit nationalen Rechtsvorschriften zur Umsetzung der Bestimmungen über den Abschluss von Verträgen betrachtet werden, die sich in der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr finden und die zur Anwendung kommen, wenn auf den Vertrag die Definition des „Dienstes der Informationsgesellschaft“ zutrifft, d. h. jede in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachte Dienstleistung.

In Artikel 8 Absatz 9 der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher wird ausdrücklich bestätigt, dass die Bestimmungen der Artikel 9 und 11 der Richtlinie 2000/31/EG unberührt bleiben, gemäß denen der Unternehmer **dem Verbraucher ermöglichen muss, eine elektronische Bestellung vor der Abgabe zu prüfen.**

Dementsprechend würde Artikel 8 Absatz 2 der Richtlinie in der Praxis ab dem Zeitpunkt gelten, an dem der Verbraucher aufgefordert wird, in Übereinstimmung mit der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr die Bestellung zu prüfen, d. h. den Inhalt seines Warenkorbs zu kontrollieren, bevor er die Schaltfläche „Kaufen“ wählt.

Die Wendung „unmittelbar bevor“ in Artikel 8 Absatz 2 sollte zunächst den **zeitlichen Aspekt** umfassen und als „direkt bevor“ aufgefasst werden. Darüber hinaus deuten die Formulierungen „in hervorgehobener Weise“ und „in unmittelbarer Nähe“ in Erwägungsgrund 39 auf strengere Anforderungen an die **Vorlage von Informationen** im Vergleich zu den allgemeinen Anforderungen von Artikel 6 Absatz 1 und Artikel 8 Absatz 1 hin. Die Informationen sollten so präsentiert werden, dass der Verbraucher sie vor Abgabe der Bestellung tatsächlich sehen und lesen kann, ohne dafür die Bestellseite verlassen zu müssen.

Die in Artikel 8 Absatz 2 genannten spezifischen vorvertraglichen Informationspflichten umfassen:

- (1) die wesentlichen Eigenschaften (Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a);
- (2) den Gesamtpreis (Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe e);
- (3) die Laufzeit des Vertrags und die Kündigungsbedingungen (Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe o);
- (4) gegebenenfalls die Mindestlaufzeit des Vertrags (Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe p).

¹⁸ Artikel 1 Absatz 2: „**elektronisch erbrachte Dienstleistung**“ eine Dienstleistung, die mittels Geräten für die elektronische Verarbeitung (einschließlich digitaler Kompression) und Speicherung von Daten am Ausgangspunkt gesendet und am Endpunkt empfangen wird und die vollständig über Draht, über Funk, auf optischem oder anderem elektromagnetischem Wege gesendet, weitergeleitet und empfangen wird.“

5.2.2. Anforderungen an die Schaltfläche zur Bestellbestätigung

Artikel 8

(2)[...]

Der Unternehmer sorgt dafür, dass der Verbraucher bei der Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung verbunden ist. Wenn der Bestellvorgang die Aktivierung einer Schaltfläche oder eine ähnliche Funktion umfasst, ist diese Schaltfläche oder entsprechende Funktion gut lesbar ausschließlich mit den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung zu kennzeichnen, die den Verbraucher darauf hinweist, dass die Bestellung mit einer Zahlungsverpflichtung gegenüber dem Unternehmer verbunden ist. Wenn der Unternehmer diesen Unterabsatz nicht einhält, ist der Verbraucher durch den Vertrag oder die Bestellung nicht gebunden.

Gemäß Artikel 8 Absatz 2 Unterabsatz 2 ist die Schaltfläche für die Bestellabgabe eindeutig zu kennzeichnen. Diese Kennzeichnung kann unterschiedlich ausfallen, solange sie einen eindeutigen Hinweis auf die Zahlungsverpflichtung enthält:

- *Beispielsweise würde mit Formulierungen wie „Jetzt kaufen“, „Jetzt zahlen“ oder „Kauf bestätigen“ dieser Bestimmung entsprochen.*
- *Hingegen sind Wendungen wie „Anmelden“, „Bestätigen“ oder „Jetzt bestellen“ sowie unnötig lange Formulierungen, hinter denen sich die eigentliche Mitteilung über die Zahlungsverpflichtung verbergen kann, weniger dazu geeignet, dieser Anforderung nachzukommen.*

Diese Anforderung sollte auch gelten, wenn der Unternehmer dem Verbraucher die vorvertraglichen Informationen in Übereinstimmung mit Artikel 8 Absatz 4 vorgelegt hat.

5.2.3. Mittels eines Fernkommunikationsmittels mit begrenztem Raum bzw. begrenzter Zeit geschlossene Verträge

Artikel 8 Absatz 4 hat die Fernkommunikationsmittel zum Gegenstand, auf denen für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht:

Artikel 8

(4) Wird der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, so hat der Unternehmer über das jeweilige Fernkommunikationsmittel vor dem Abschluss des Vertrags zumindest diejenigen vorvertraglichen Informationen zu erteilen, die die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben a, b, e, h und o genannten wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, den Gesamtpreis, das Widerrufsrecht, die Vertragslaufzeit und die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge betreffen. Die anderen in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen hat der Unternehmer dem

Verbraucher in geeigneter Weise im Einklang mit Absatz 1 dieses Artikels zu erteilen.

Dementsprechend enthält Artikel 8 Absatz 4 dieselben Informationspflichten wie Artikel 8 Absatz 2, doch sind zusätzlich Informationen zu folgenden Punkten zu geben:

- (1) die Identität des Unternehmers gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe b;
- (2) das Widerrufsrecht gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h, d. h. Informationen über die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts sowie das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B der Richtlinie.

Artikel 8 Absatz 4 umfasst nicht die Pflicht gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe p, Informationen über „die *Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht*“, bereitzustellen. Allerdings stellt, wie bereits in Abschnitt 4 erläutert, eine solche Mindestdauer auch eine der wichtigsten Bedingungen für die Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe o dar. In der Praxis sollte dieser Informationsbestandteil daher auch unter Artikel 8 Absatz 4 fallen.

Artikel 8 Absatz 4 sollte hauptsächlich für Verträge gelten, die unter Zuhilfenahme von Diensten wie SMS abgeschlossen werden, was technisch bedingten mit Einschränkungen des Umfangs der übermittelbaren Informationen einhergeht.

Darüber hinaus wird dort festgelegt, welche Informationen bereitzustellen sind, wenn der Unternehmer den Inhalt und die Darstellung seiner Webseite für den elektronischen Geschäftsverkehr für mobile Geräte mit kleinen Bildschirmen angepasst hat. In diesem Fall kann der Unternehmer die auf dem Benutzbildschirm angezeigten Informationen auf die gemäß Artikel 8 Absatz 4 erforderlichen Informationen beschränken und gegebenenfalls ein Vergrößerungsformat vorsehen, ohne dass der Verbraucher dafür die Bestellseite verlassen muss.

Alle übrigen gemäß Artikel 6 Absatz 1 erforderlichen vorvertraglichen Informationen könnten in diesem Fall über Hyperlinks zugänglich gemacht werden (siehe auch Erwägungsgrund 36, in dem bei mittels Fernkommunikationsmitteln mit technischen Beschränkungen abgeschlossenen Fernabsatzverträgen auf die „*Angabe einer gebührenfreien Telefonnummer oder eines Hypertext-Links zu einer Webseite*“ verwiesen wird).

5.3. Telefonisch geschlossene Verträge

Artikel 8

(5) Ruft der Unternehmer den Verbraucher im Hinblick auf den Abschluss eines Fernabsatzvertrags an, so hat er unbeschadet des Absatzes 4 zu Beginn des Gesprächs mit dem Verbraucher seine Identität und gegebenenfalls die Identität der Person, in deren Auftrag er anruft, sowie den geschäftlichen Zweck des Anrufs offenzulegen.

Artikel 8 Absatz 5 enthält eine besondere Vorschrift für telefonisch abgeschlossene Verträge, gemäß der zu Beginn des Gesprächs die Identität des Unternehmers und der geschäftliche Zweck des Anrufs offengelegt werden. Da diese Vorschrift „*unbeschadet des Absatzes 4*“ gilt, **können die Unternehmer die im Verlauf des Telefongesprächs bereitgestellten Informationen in Übereinstimmung mit Artikel 8 Absatz 4 begrenzen.**

Da es im vorliegenden Fall praktisch unmöglich wäre, das laut Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h erforderliche **Muster-Widerrufsformular** in schriftlicher Form bereitzustellen, sollte der Verbraucher in mündlicher Form über den Inhalt des Formulars unterrichtet werden. Nach Abschluss des Vertrags sollte das Muster-Widerrufsformular der Vertragsbestätigung hinzugefügt werden, die gemäß Artikel 8 Absatz 7 auf einem dauerhaften Datenträger bereitzustellen ist.

Artikel 8

(6) Für Fernabsatzverträge, die telefonisch geschlossen werden, können die Mitgliedstaaten vorsehen, dass der Unternehmer dem Verbraucher das Angebot bestätigen muss und der Verbraucher erst dann gebunden ist, wenn er das Angebot unterzeichnet oder sein schriftliches Einverständnis übermittelt hat. Die Mitgliedstaaten können ferner vorsehen, dass solche Bestätigungen auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen müssen.

Artikel 8 Absatz 6 umfasst eine weitere Regelungsmöglichkeit, von der die Mitgliedstaaten Gebrauch machen können. Einige Mitgliedstaaten haben diese Regelungsmöglichkeit nur in einem begrenzteren Umfang genutzt, d. h. sie haben die entsprechenden zusätzlichen Anforderungen lediglich bei Verträgen zur Anwendung gebracht, die auf Initiative des Unternehmers während eines Telefongesprächs abgeschlossen wurden.

In dieser Bestimmung bezieht sich der Begriff „dauerhafter Datenträger“ auf die Papierform und andere dauerhafte Datenträger, die in Erwägungsgrund 23 erläutert werden: *„Dauerhafte Datenträger sollten es dem Verbraucher ermöglichen, Informationen so lange zu speichern, wie es für den Schutz seiner Interessen in den Beziehungen zum Unternehmer erforderlich ist. Zu diesen dauerhaften Datenträgern sollten insbesondere Papier, USB-Sticks, CD-ROMs, DVDs, Speicherkarten oder die Festplatten von Computern sowie E-Mails gehören.“* Die Mitgliedstaaten können daher verlangen, dass sowohl die Bestätigung des Angebots durch den Unternehmer als auch die Zustimmung durch den Verbraucher auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt werden, der nicht zwangsläufig aus Papier besteht und beispielsweise auch eine E-Mail-Korrespondenz umfassen kann.

5.4. Bestätigung des Vertrags

Artikel 8

(7) Der Unternehmer stellt dem Verbraucher die Bestätigung des geschlossenen Vertrags

innerhalb einer angemessenen Frist nach dem Abschluss des Fernabsatzvertrags auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung, und zwar spätestens bei der Lieferung der Waren oder bevor die Ausführung der Dienstleistung beginnt. Diese Bestätigung enthält:

- (a) alle in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen, es sei denn, der Unternehmer hat dem Verbraucher diese Informationen bereits vor dem Abschluss des Fernabsatzvertrags auf einem dauerhaften Datenträger zukommen lassen, und*
- (b) gegebenenfalls die Bestätigung der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung und der Kenntnisnahme des Verbrauchers gemäß Artikel 16 Buchstabe m.*

Der Unternehmer sollte dem Verbraucher eine Bestätigung des Vertrags mit allen gemäß Artikel 6 Absatz 1 erforderlichen Informationen zukommen lassen, sofern diese nicht bereits vor Vertragsabschluss auf einem dauerhaften Datenträger, beispielsweise in einem Versandhauskatalog, einer SMS oder E-Mail, bereitgestellt worden sind.

Der Gerichtshof hat die Definition eines „dauerhaften Datenträgers“ in der Rechtssache [C-49/11 Content Services Ltd](#) zur Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG geprüft, die gemäß Artikel 5 Absatz 1 ebenfalls die Bestätigung eines Fernabsatzvertrags auf einem dauerhaften Datenträger erfordert. Der Gerichtshof gelangte zu dem Schluss, dass die alleinige Bereitstellung von Informationen auf einer Webseite nicht als dauerhaftes Medium anzusehen ist: *„Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz ist dahin auszulegen, dass eine Geschäftspraxis, nach der die in dieser Bestimmung vorgesehenen Informationen nur über einen Hyperlink auf einer Webseite des betreffenden Unternehmens zugänglich gemacht werden, nicht den Anforderungen der genannten Bestimmung entspricht, da diese Informationen weder im Sinne von Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 97/7 von dem Unternehmen „erteilt“ noch im Sinne derselben Bestimmung vom Verbraucher „erhalten“ werden, und dass eine Webseite wie die im Ausgangsverfahren fragliche nicht als „dauerhafter Datenträger“ im Sinne von Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 97/7 anzusehen ist.“*

Gleichzeitig hat der Gerichtshof die Möglichkeit nicht ausgeschlossen, einige Webseiten als dauerhafte Datenträger einzustufen, sofern sie den Anforderungen entsprechen: *„46. Den Akten ist aber nicht zu entnehmen, dass es die Website des Verkäufers, auf die der dem Verbraucher mitgeteilte Link verweist, dem Verbraucher ermöglicht, an ihn persönlich gerichtete Informationen so zu speichern, dass er während einer angemessenen Dauer auf sie zugreifen und sie originalgetreu wiedergeben kann, ohne dass die Möglichkeit einer einseitigen Änderung ihres Inhalts durch den Verkäufer bestünde.“*

Dementsprechend könnte das private Konto eines Kunden auf der Webseite des Unternehmers, auf das der Unternehmer Informationen für den Verbraucher hochlädt und das er nicht einseitig entfernen oder ändern kann, im Sinne der Richtlinie einen dauerhaften Datenträger darstellen. Wenn der Unternehmer nur über diese eine Möglichkeit verfügt, um Informationen zum Vertrag bereitzustellen, sollte der **Verbraucher ununterbrochenen**

Zugang innerhalb eines angemessenen Zeitraums erhalten, auch nachdem er den Vertrag mit dem Unternehmer gekündigt hat.

Der Unternehmer sollte auch weiterhin der Verpflichtung gemäß Artikel 8 Absatz 7 unterliegen, die Bestätigung eines Vertrags auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen, auch wenn dem Verbraucher in Übereinstimmung mit Artikel 8 Absatz 4 vorvertragliche Informationen vorgelegt worden sind.

Was den **Termin für die Vorlage der Bestätigung** anbelangt, so sieht Artikel 8 Absatz 7 vor, diese „*innerhalb einer angemessenen Frist nach dem Abschluss des Fernabsatzvertrags*“ zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus muss die Bestätigung spätestens bei der Lieferung der Waren oder vor Beginn der Erbringung der Dienstleistung vorliegen.

Für **Dienstleistungen** besteht keine Pflicht, die Bestätigung vor Ende der Widerrufsfrist bereitzustellen (sofern die Vertragserfüllung nach Ablauf dieser Frist beginnt). Allerdings ergibt sich aus der Anforderung, die Bestätigung innerhalb einer „angemessenen Frist“ zur Verfügung zu stellen, dass diese so früh bereitgestellt wird, dass der Verbraucher von seinem Widerrufsrecht Gebrauch machen kann. Die Frage, ob eine verspätet übermittelte Bestätigung im Sinne von Artikel 8 Absatz 7 als unangemessen betrachtet werden kann, ist im Einzelfall zu klären.

Es gibt keine ausdrückliche endgültige Frist für die Bestätigung von Verträgen über die **Bereitstellung von öffentlichen Versorgungsleistungen und von Verträgen über digitale Online-Inhalte**. Analog dazu sollten für diese Verträge die Vorschriften für Dienstleistungsverträge gelten, d. h. die Bestätigung sollte spätestens vorliegen, wenn die Erfüllung des Vertrags beginnt. Diese Analogie wird durch die einheitlichen Bestimmungen der Richtlinie über die Berechnung der Widerrufsfrist für derartige Verträge in Übereinstimmung mit Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe a und c bestätigt.

Verträge über **digitale Online-Inhalte** werden in der Regel unverzüglich ausgeführt, d. h. bevor die Widerrufsfrist abläuft, und die gängigste Form der Bestätigung sind E-Mails. In diesem Zusammenhang stellt sich die entscheidende Frage, ob die betreffenden Unternehmer sicherstellen müssen, dass die E-Mail-Bestätigung beim Verbraucher eingeht, bevor das Herunterladen oder Herunterladen in Echtzeit (Streaming) von digitalen Inhalten beginnt, oder ob es ausreicht, dass der Unternehmer eine solche E-Mail vor dem Beginn der Vertragserfüllung verschickt.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass sich Artikel 8 Absatz 7 nicht auf den „Eingang“ der Bestätigung durch den Verbraucher bezieht; stattdessen hat der Unternehmer die Aufgabe, diese zu „erteilen“. Der Gerichtshof hat sich in der oben genannten Rechtssache [C-49/11 Content Services Ltd](#) mit der Bedeutung der Begriffe „erteilen“ und „erhalten“ im Zusammenhang mit der Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG befasst. In Artikel 5 Absatz 1 der Fernabsatzrichtlinie heißt es dazu, dass der Verbraucher rechtzeitig eine Bestätigung in schriftlicher Form oder auf einem anderen dauerhaften Datenträger, der ihm zur Verfügung steht und zu dem er Zugang hat, **erhalten** muss, soweit ihm diese Informationen nicht bereits

vor Vertragsabschluss schriftlich oder auf einem anderen dauerhaften Datenträger *erteilt* wurden.

Der Gerichtshof hat in seinem Urteil festgestellt, dass sich die Begriffe „erteilen“ und „erhalten“ von dem Begriff „verfügen“ unterscheiden, der in anderen Bestimmungen der Richtlinie verwendet wird und den der Gerichtshof als neutrale Formulierung betrachtet hat: „35. *Insoweit ist auch festzustellen, dass der Unionsgesetzgeber, während er in Art. 4 der Richtlinie 97/7 in den allermeisten Sprachfassungen auf **eine neutrale Formulierung zurückgegriffen hat, wonach der Verbraucher über die relevanten Informationen ,verfügen‘ muss, demgegenüber in Art. 5 Abs. 1 dieser Richtlinie einen für den Unternehmer verbindlicheren Begriff gewählt hat, nach dem der Verbraucher die Bestätigung dieser Informationen ,erhalten‘ muss. [...]***“

Ferner sollte berücksichtigt werden, dass der Unternehmer keine Kontrolle über die Bestätigung des Prozesses der E-Mail-Übermittlung hat. In Anbetracht dessen werden die Anforderungen gemäß Artikel 8 Absatz 7 erfüllt, wenn die Bestätigungsmail **unmittelbar vor** Bereitstellung des digitalen Inhalts verschickt wird, d. h. bevor mit dem Herunterladen in Echtzeit (Streaming) oder dem Herunterladen begonnen wird.

6. DAS WIDERRUFSRECHT

6.1. Berechnung der Widerrufsfrist

6.1.1. Einleitung

Artikel 9

(1) Sofern nicht eine der Ausnahmen gemäß Artikel 16 Anwendung findet, steht dem Verbraucher eine Frist von 14 Tagen zu, in der er einen Fernabsatz- oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag ohne Angabe von Gründen und ohne andere Kosten als in Artikel 13 Absatz 2 und Artikel 14 vorgesehen widerrufen kann.

Artikel 9 räumt dem Verbraucher eine Frist von **14 Tagen** ein, in der er einen Fernabsatz- oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag ohne Angabe von Gründen **widerrufen kann**. Artikel 10 sieht eine **Ausweitung der Widerrufsfrist** vor, wenn der Unternehmer nicht alle in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h geforderten Informationen erteilt hat, insbesondere die Informationen über die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts oder das Muster-Widerrufsformular des Anhangs I Teil B.

In Erwägungsgrund 41 ist festgelegt: Es „[...] sollten alle in dieser Richtlinie genannten Fristen als in **Kalendertagen** ausgedrückt zu verstehen sein. Ist für den Anfang einer nach Tagen bemessenen Frist der Zeitpunkt maßgebend, zu dem ein Ereignis eintritt oder eine Handlung vorgenommen wird, so sollte bei der Berechnung dieser Frist der Tag nicht mitgerechnet werden, auf den das Ereignis oder die Handlung fällt.“

Unter den „14 Tagen“ in dieser Bestimmung sind demnach 14 Kalendertage zu verstehen, beginnend ab dem Tag, der auf den Tag folgt, an dem das maßgebende Ereignis (d. h. der Vertragsabschluss oder die Warenlieferung) eingetreten ist:

- *Wenn beispielsweise am 1. März die Waren geliefert werden oder der Dienstleistungsvertrag geschlossen wird, sollte der 15. März der letzte Tag sein, an dem das Widerspruchsrecht ausgeübt werden kann.*

In Erwägungsgrund 41 heißt es, dass die [Verordnung Nr. 1182/71 des Rates](#)¹⁹ auf die Richtlinie anzuwenden ist. Nach dieser Verordnung (Artikel 3 Absatz 3) gilt: *„Die Fristen umfassen die Feiertage, die Sonntage und die Sonnabende, soweit diese nicht ausdrücklich ausgenommen oder die Fristen nach Arbeitstagen bemessen sind.“*

Somit werden Feiertage, Sonntage und Sonnabende bei diesen 14 Tagen **mitgerechnet**.

Endet jedoch die Widerspruchsfrist an einem dieser Tage, so sollte sie auf den nächstfolgenden Arbeitstag ausgedehnt werden, heißt es doch in Artikel 3 Absatz 4 der Verordnung: *„Fällt der letzte Tag einer nicht nach Stunden bemessenen Frist auf einen Feiertag, einen Sonntag oder einen Sonnabend, so **endet die Frist mit Ablauf der letzten Stunde des folgenden Arbeitstags.**“*

Das Verzeichnis der Tage, die von den Mitgliedstaaten im Sinne der Verordnung (EWG, Euratom) Nr. 1182/71 zu Feiertagen bestimmt wurden, wird im Amtsblatt veröffentlicht.²⁰

- *Endet beispielsweise diese 14-tägige Widerrufsfrist für einen mit einem britischen Verbraucher geschlossenen Vertrag am 25. Dezember 2014, so sollte sie bis zum 27. Dezember verlängert werden, weil 2014 der 25. und 26. Dezember im Vereinigten Königreich Feiertage sind.*

Obwohl Unternehmer das Recht des Verbrauchers anerkennen sollten, den Vertrag innerhalb der erweiterten Widerrufsfrist zu widerrufen, ist es nicht ausdrücklich ihre Pflicht, den Verbraucher über die Möglichkeit einer Verlängerung in Kenntnis zu setzen (siehe auch die Muster-Widerrufsbelehrung, die der Richtlinie als Anhang beigefügt ist).

6.1.2. Beginn der Widerrufsfrist

Artikel 9

(2) Unbeschadet des Artikels 10 endet die in Absatz 1 dieses Artikels vorgesehene Widerrufsfrist:

- (c) bei Dienstleistungsverträgen 14 Tage ab dem Tag des Vertragsabschlusses,*
- (d) bei Kaufverträgen 14 Tage ab dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, in den physischen Besitz*

¹⁹ [Verordnung Nr. 1182/71 des Rates](#) vom 3. Juni 1971 zur Festlegung der Regeln für die Fristen, Daten und Termine.

²⁰ Das Verzeichnis der Feiertage für 2014 ist beispielsweise abrufbar unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:378:0029:0030:DE:PDF>.

der Waren gelangt, oder

- (i) wenn der Verbraucher mehrere Waren im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat, die getrennt geliefert werden, ab dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, in den physischen Besitz der letzten Ware gelangt,*
- (ii) bei Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken ab dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, in den physischen Besitz der letzten Teilsendung oder des letzten Stücks gelangt,*
- (iii) bei Verträgen zur regelmäßigen Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg ab dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, in den physischen Besitz der ersten Ware gelangt,*
- (e) bei Verträgen über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, von Fernwärme oder von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, 14 Tage ab dem Tag des Vertragsabschlusses.*

Der Tag, ab dem die 14-tägige Widerrufsfrist beginnt, hängt davon ab, ob es sich bei dem Vertrag um einen Kaufvertrag, einen Dienstleistungsvertrag, einen Vertrag über digitale Online-Inhalte oder einen Vertrag über öffentliche Versorgungsleistungen handelt. In der Richtlinie sind zwei Ausgangspunkte vorgesehen:

- der Tag des Vertragsabschlusses: bei Dienstleistungsverträgen, Verträgen über öffentliche Versorgungsleistungen und Verträgen über digitale Online-Inhalte;
- der Tag der physischen Inbesitznahme von Waren (der Lieferung): bei Kaufverträgen, jedoch vorbehaltlich verschiedener besonderer Bestimmungen für 1) mehrere Waren, die in einer Bestellung bestellt, jedoch getrennt geliefert werden; 2) Waren, die aus mehreren Partien oder Teilen bestehen und getrennt geliefert werden, und 3) Verträgen über die regelmäßige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg.

Für gelieferte Waren beginnt die Widerrufsfrist einen Tag, nachdem die Waren beim Verbraucher oder einem vom Verbraucher benannten Dritten, der nicht der Beförderer ist (Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe b), eingetroffen sind. Das weicht von Artikel 20 ab, nach dem das Risiko auf den Verbraucher übergeht, sobald die Waren an den Beförderer übergeben sind, wenn der Beförderer vom Verbraucher mit der Beförderung der Waren beauftragt wurde und diese Option nicht vom Unternehmer angeboten wurde.

Liegen mehr als nur eine Lieferung vor, so beginnt die Widerrufsfrist einen Tag nach der Lieferung **der letzten der Waren, die in einer Bestellung bestellt, jedoch getrennt geliefert wurden** (Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe b Ziffer i. Diese Regelung wird

gerechtfertigt durch das berechnigte Interesse des Verbrauchers, alle Teile einer gemeinsamen Bestellung zu erhalten, bevor er sich entscheidet, von einem Vertrag beispielsweise über die folgenden Artikel zurückzutreten:

- *eine Hauptware plus Zubehör, beispielsweise eine Kamera und ein Objektiv, oder*
- *Bekleidungsstücke wie eine Jacke und eine Hose, die zusammen bestellt wurden und auch zusammen getragen werden sollen.*

In solchen Fällen sollte eine gemeinsame Widerrufsfrist gelten, die einen Tag nach der Lieferung der letzten Ware beginnt.

Wie in Erwägungsgrund 40 festgestellt wird, „[...] sollte der Verbraucher das Widerrufsrecht ausüben können, **bevor die Waren physisch in Empfang genommen werden**“. Außerdem hindert in diesem Falle nichts den Verbraucher daran, die Inbesitznahme der Waren zu verweigern:

- *Beispielsweise entdeckt ein Verbraucher, nachdem er einen Artikel bei Unternehmer X bestellt hat, ein besseres Angebot des Unternehmers Y für den gleichen Artikel; daher teilt der Verbraucher dem Unternehmer X mit, dass er von seinem Widerrufsrecht Gebrauch macht, und holt den Artikel nicht von der Post ab.*

6.2. Information über das Widerrufsrecht

In Artikel 6 Absatz 1 werden die Unternehmer aufgefordert, die folgenden Informationen über das Recht auf Widerruf von Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen bereitzustellen:

Artikel 6 Absatz 1

h) im Falle des Bestehens eines Widerrufsrechts die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts gemäß Artikel 11 Absatz 1 sowie das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B;

i) gegebenenfalls den Hinweis, dass der Verbraucher im Widerrufsfall die Kosten für die Rücksendung der Waren zu tragen hat und bei Fernabsatzverträgen die Kosten für die Rücksendung der Waren, wenn die Waren aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht auf dem normalen Postweg zurückgesendet werden können;

j) den Hinweis, dass, falls der Verbraucher das Widerrufsrecht nach Erklärung eines Verlangens gemäß Artikel 7 Absatz 3 oder Artikel 8 Absatz 8 ausübt, der Verbraucher verpflichtet ist, dem Unternehmer einen angemessenen Betrag gemäß Artikel 14 Absatz 3 zu leisten;

k) in Fällen, in denen gemäß Artikel 16 kein Widerrufsrecht besteht, den Hinweis, dass der Verbraucher nicht über ein Widerrufsrecht verfügt, oder gegebenenfalls die Umstände, unter

denen der Verbraucher sein Widerrufsrecht verliert;[...]

Nach Artikel 6 Absatz 1 muss die Information in klarer und verständlicher Weise erfolgen. Nach Artikel 6 Absatz 4 kann das Unternehmen das in **Anhang I Teil A** der Richtlinie enthaltene Muster-Widerrufsformular benutzen, um die in den Buchstaben h, i und j genannten Informationen zu übermitteln. Hat der Unternehmer die Informationen ordnungsgemäß mitgeteilt und dem Verbraucher zur Verfügung gestellt, so ist er seiner Informationspflicht nachgekommen.

Das genannte **Muster-Widerrufsformular** in Anhang I Teil A ist jedoch **nicht zwingend in dieser Form vorgeschrieben**, und der Unternehmer kann beispielsweise den Wortlaut anpassen, indem er die Begriffe „ich/mir“ anstelle von „wir/uns“ verwendet, wenn es sich um einen Einzelunternehmer handelt, oder er kann Namen und Kontaktdaten des Unternehmens auf dem Kopf des Formblattes angeben und sich im Text darauf beziehen.

Kommt dagegen das Widerrufsrecht nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h zur Anwendung, so sollte der Unternehmer dem Verbraucher stets das **Muster-Widerrufsformular** aus Anhang I Teil B übermitteln, und zwar auch dann, wenn er dem Verbraucher **außerdem** die Möglichkeit anbietet, gemäß Artikel 11 Absatz 3 ein Formular auf seiner Webseite zu dessen Widerrufsrecht auszufüllen und abzuschicken.

Das zusätzliche Online-Formular kann sich **von dem Muster-Widerrufsformular unterscheiden**. Möchte der Unternehmer jedoch ein anderes Onlineformular benutzen, weil er vom Verbraucher weitere Informationen in Erfahrung bringen möchte, etwa zu den Gründen für den Widerruf, so sollten sämtliche zusätzlichen Fragen dieser Art getrennt gestellt werden, und es sollte möglich sein, das Formular abzuschicken, ohne die Fragen zu beantworten.

Werden Informationen zu den Fristen nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h für den Widerruf von Kaufverträgen nach Artikel 9 (mit Ausnahme von Verträgen über die regelmäßige Lieferung von Waren) erteilt, so kann der Unternehmer, wenn die genaue Liefervariante (Einmal- oder Mehrfachlieferung) nicht im Voraus bekannt ist, dem Verbraucher mitteilen, dass die Widerrufsfrist 14 Tage nach dem Tag abläuft, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher genannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, in den **physischen Besitz der letzten Ware oder Partie der Bestellung** gelangt.

Wenn eine der **Ausnahmen vom Widerrufsrecht** nach Artikel 16 zur Anwendung kommt, sollte der Verbraucher von den Ausnahmen nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe k in Kenntnis gesetzt werden.

Kommt eine der nicht an Bedingungen geknüpften Ausnahmen zur Anwendung, so sollten lediglich die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe k geforderten Informationen bereitgestellt werden, nicht jedoch die Informationen über das Widerrufsrecht nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben h und i:

- *Beispielsweise ist für Erzeugnisse wie Milch und Fleisch, die unter die in Artikel 16 Buchstabe d genannte Ausnahme fallen, lediglich die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe k geforderte Information wichtig; d. h. der Unternehmer sollte den Verbraucher darauf hinweisen, dass kein Widerrufsrecht zum Vertrag besteht, da diese Erzeugnisse schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde.*

Bei Ausnahmen dagegen, die nur unter bestimmten Umständen zur Anwendung kommen, ist die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe k geforderte Information **zusätzlich** zu der nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben h und j erforderlichen Information bereitzustellen:

- *Beispielsweise sollte bei Lebensmittelkonserven, die im Sinne von Artikel 16 Buchstabe e versiegelt sind, der Unternehmer dem Verbraucher, wie in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h gefordert, die Bedingungen, Fristen usw. für einen Widerruf mitteilen. Der Unternehmer sollte den Verbraucher zudem darauf hinweisen, dass der Verbraucher des Widerrufsrechts aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder aus Hygienegründen verlustig geht, wenn die Konserven geöffnet werden.*

In Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe i wird vom Unternehmer gefordert, auf **die Kosten für die Rücksendung der Waren**, die nicht auf dem normalen Postweg zurückgesendet werden können, hinzuweisen:

- *Dies gilt beispielsweise für sperrige Gegenstände wie Möbel und Großgeräte (Kühlschränke, Waschmaschinen usw.), die in der Regel nicht zur Abholung in einem Postamt angeliefert werden, sondern im Tür-zu-Tür-Verkauf.*

In Erwägungsgrund 36 wird erläutert, dass diese Informationsanforderung zum Beispiel dann erfüllt ist, wenn der Unternehmer etwa einen Beförderer (beispielsweise den, den er mit der Warenlieferung beauftragt hat) und einen Preis für die Rücksendung der Waren angibt.

In Erwägungsgrund 36 heißt es auch: „*In den Fällen, in denen die Kosten für die Rücksendung der Waren vom Unternehmer vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, beispielsweise weil der Unternehmer nicht anbietet, die Rücksendung der Waren selbst zu organisieren, sollte der Unternehmer erklären, dass Kosten zu entrichten sind und diese Kosten hoch sein können, **einschließlich einer vernünftigen Schätzung der Höchstkosten, die auf den Kosten der Lieferung an den Verbraucher basieren könnte.***“

Bietet der Unternehmer unterschiedliche Zustellungsmethoden an, so können die Kosten für die Rücksendung unter Zugrundelegung der Kosten der vom Verbraucher gewählten besonderen Methode geschätzt werden:

- *Erfolgt beispielsweise die Lieferung an die Wohnanschrift des Verbrauchers, so können den Kosten für die Rücksendung die Kosten für die Abholung der Waren an dieser Wohnanschrift zugrunde gelegt werden.*

Die Pflicht zur Mitteilung der Rücksendekosten oder zur Bereitstellung einer Kostenschätzung sollte nicht die Forderung an den Unternehmer einschließen, diese

Information für verschiedene mögliche Rücksendungsszenarien bereitzustellen (wie die Rücksendung von Möbeln, die nicht zusammengebaut in einem Paket verpackt angeliefert wurden, in zusammengebautem Zustand).

6.3. Ausübung des Widerrufsrechts

In Artikel 11 der Richtlinie ist festgelegt, dass der Verbraucher den Vertrag entweder unter Verwendung des Muster-Widerrufsformulars oder durch eine entsprechende eindeutige Erklärung in beliebiger anderer Form widerrufen kann. In dem einschlägigen Erwägungsgrund 44 ist von „Rücksendung der Waren, begleitet von einer deutlichen Erklärung,“ die Rede: *„[...] Dem Verbraucher sollte es jedoch nach wie vor freistehen, den Vertrag mit seinen eigenen Worten zu widerrufen, vorausgesetzt, seine an den Unternehmer gerichtete Erklärung, aus der seine Widerrufsentscheidung hervorgeht, ist unmissverständlich. Diese Anforderung könnte durch einen Brief, einen Telefonanruf oder durch die Rücksendung der Waren, begleitet von einer deutlichen Erklärung, erfüllt sein; die Beweislast, dass der Widerruf innerhalb der in der Richtlinie festgelegten Fristen erfolgt ist, sollte jedoch dem Verbraucher obliegen. Aus diesem Grund ist es im Interesse des Verbrauchers, für die Mitteilung des Widerrufs an den Unternehmer einen dauerhaften Datenträger zu verwenden.“*

Daher sollte es nicht möglich sein, vom Vertrag zurückzutreten, indem die Waren ohne ausdrückliche Erklärung zu diesem Vorgang einfach nur zurückgesandt werden. Die Ablehnung der Lieferung oder die Nichtabholung der Waren im Postamt würden als solche nicht als gültiger Ausdruck eines Widerrufs gewertet. Damit stellt die Richtlinie sicher, dass der Unternehmer nicht fälschlicherweise die Rücksendung eines Pakets als Widerruf wertet, wenn dieses aus einem technischen Grund nicht an den Kunden geliefert wurde.

Andererseits muss sich die Erklärung, die vom Verbraucher benutzt wird, um vom Vertrag zurückzutreten, nicht notwendigerweise rechtlich einwandfrei auf das „Widerrufsrecht“ berufen:

- *Beispielsweise sollte auch eine Erklärung der „Beendigung“ oder des „Rücktritts“ vom Vertrag oder die Benutzung ähnlicher Worte als hinreichend „eindeutig“ angesehen werden, solange der Verbraucher und der Vertrag, um den es geht, erkennbar sind.*

Da die Beweislast im Zusammenhang mit der Wahrnehmung des Widerspruchsrechts beim Verbraucher liegt, wird in Erwägungsgrund 44 auf die Vorteile verwiesen, die die Verwendung eines dauerhaften Datenträgers für den Fall von Streitigkeiten hat. Zudem wäre ein Beweis dafür, dass die Mitteilung versandt wurde, für den Verbraucher eindeutig eine zusätzliche Sicherheit bei seiner Beweisführung:

- *Beispielsweise könnte der Verbraucher eine Kopie der versandten E-Mail oder bei Einschreiben die Empfangsquittung aufbewahren.*

6.4. Widerrufsrecht in Bezug auf Waren

6.4.1. Mehrere oder fehlerhafte Waren

Wenn ein Verbraucher, der einen Vertrag über den Kauf mehrerer Waren geschlossen hat, den Kauf lediglich einer oder mehrerer dieser Waren rückgängig machen möchte, beabsichtigt er von diesem Vertrag **teilweise zurückzutreten**.

Obwohl in der Richtlinie ein solches Recht nicht ausdrücklich vorgesehen ist, hindert sie den Unternehmer und den Verbraucher auch nicht daran, einen teilweisen Rücktritt vom Vertrag durch Rücksendung lediglich einer einzelnen Ware oder aber mehrerer Waren, die im Zuge einer gemeinsamen Bestellung verkauft wurden, zu vereinbaren. Wenn jedoch Waren, die im Rahmen ein und desselben Vertrags geliefert wurden, der Verkaufsförderung dienende Artikel einschließen, sollte der Unternehmer nicht verpflichtet sein, der Rücksendung lediglich der Artikel zuzustimmen, die zum vollen Preis verkauft wurden.

Anders verhielte es sich, wenn der Verbraucher der Entgegennahme eines Geschenks nicht zugestimmt hat, dieses vom Unternehmer aber dennoch geliefert wurde. Ein solches Geschenk kann als unerbeten gewertet werden und fällt damit unter die Vorschriften für unbestellte Waren. In Artikel 27 und Nummer 29 von Anhang Annex I der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken untersagt wird die *„Aufforderung des Verbrauchers zur sofortigen oder späteren **Bezahlung oder zur Rücksendung oder Verwahrung von Produkten**, die der Gewebetreibende geliefert, der Verbraucher aber nicht bestellt hat (unbestellte Waren oder Dienstleistungen); ausgenommen hiervon sind Produkte, bei denen es sich um Ersatzlieferungen gemäß Artikel 7 Absatz 3 der Richtlinie 97/7/EG handelt“*.

Wurde dem Verbraucher eine nicht vertragskonforme fehlerhafte Ware geliefert, so sollte er gemäß Richtlinie 1999/44/EG zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter die Wahl haben, innerhalb von 14 Tagen nach erfolgter Lieferung entweder die in dieser Richtlinie vorgesehenen Abhilfemaßnahmen vorzuschlagen oder vom Vertrag zurückzutreten.

6.4.2. Rücksendung von Waren

Artikel 14

(1) Der Verbraucher hat die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens nach 14 Tagen ab dem Tag, an dem er dem Unternehmer gemäß Artikel 11 seinen Entschluss mitgeteilt hat, den Vertrag zu widerrufen, an den Unternehmer oder eine von diesem zur Entgegennahme der Waren ermächtigte Person zurückzusenden oder zu übergeben, es sei denn, der Unternehmer hat angeboten, die Waren selbst abzuholen. Die Frist ist gewahrt, wenn der Verbraucher die Waren vor Ablauf der Frist von 14 Tagen absendet.

Der Verbraucher hat nur die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren zu tragen, es sei denn, der Unternehmer hat sich bereit erklärt, diese Kosten zu tragen oder der

Unternehmer hat es unterlassen, den Verbraucher darüber zu unterrichten, dass er diese Kosten zu tragen hat.

Im Falle von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, bei denen die Waren zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zur Wohnung des Verbrauchers geliefert worden sind, holt der Unternehmer die Waren auf eigene Kosten ab, wenn die Waren so beschaffen sind, dass sie normalerweise nicht per Post zurückgesandt werden können.

In Artikel 14 Absatz 1 wird der Verbraucher aufgefordert, die Waren an den Unternehmer zurückzusenden, wobei er sie spätestens nach 14 Tagen ab dem Tag, an dem er dem Unternehmer seinen Entschluss mitgeteilt hat, den Vertrag zu widerrufen, abzusenden hat. Da der Verbraucher jedoch während der Widerrufsfrist (siehe auch Abschnitt 6.4.4) für den Umgang mit den Waren und deren Wertminderung haftet, sollte es in seinem natürlichen Interesse liegen, diese möglichst bald zurückzuschicken anstatt abzuwarten, bis die Frist abläuft.

Für **außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge** gilt eine Ausnahme. Wurden die Waren zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses an die Wohnanschrift des Verbrauchers geliefert, so **hat der Unternehmer** die Waren, wenn diese „nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können“, auf seine Kosten **abholen zu lassen**.

Diese Anforderung ist demnach eine Ausnahme von der allgemeinen Regel nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe i, wonach Unternehmer **die Verbraucher** über die Kosten für die Rücksendung von Waren, die „nicht auf dem normalen Postweg zurückgesendet werden können“, **zu informieren haben** (siehe Abschnitt 6.2).

Die **unmittelbaren Kosten für die Rücksendung von Waren** werden vom Verbraucher getragen, sofern der Unternehmer es nicht unterlassen hat, den Verbraucher über diese Anforderung gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe i zu informieren, bzw. sich einverstanden erklärt hat, die Kosten zu übernehmen. Diese beiden Informationselemente sind auch Bestandteil der Muster-Widerrufsbelehrung in Anhang I Teil A, die von Unternehmern genutzt werden kann, um ihrer Informationspflicht gegenüber dem Verbraucher gerecht zu werden. Der Begriff der „unmittelbaren Kosten“ sollte keinerlei Verwaltungs-, Abwicklungs- oder „Wiederauffüllungskosten“ einschließen, die der Unternehmer im Zusammenhang mit der Rücksendung der Waren zu tragen hat.

Ein Angebot des Unternehmers, „**die Waren selbst abzuholen**“, sollte für den Verbraucher nur dann bindend sein, wenn der Unternehmer gleichzeitig angeboten hat, **die Kosten zu tragen**. Ist das nicht der Fall und findet der Verbraucher eine kostengünstigere und dennoch zuverlässige Rücksendemethode, die von einem anerkannten Dienstleistungserbringer angeboten wird, sollte er laut Richtlinie nicht verpflichtet sein, das Angebot des Unternehmers zur Abholung der Waren anzunehmen.

6.4.3. Rückzahlung der vom Verbraucher eingegangenen Zahlungen

Artikel 13

(1) Der Unternehmer hat alle Zahlungen, die er vom Verbraucher erhalten hat, gegebenenfalls einschließlich der Lieferkosten, unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen 14 Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem er gemäß Artikel 11 über den Entschluss des Verbrauchers informiert wird, den Vertrag zu widerrufen.

Der Unternehmer nimmt die Rückzahlung gemäß Unterabsatz 1 unter Verwendung desselben Zahlungsmittels vor, das vom Verbraucher bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt wurde, es sei denn, mit dem Verbraucher wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart, und vorausgesetzt, für den Verbraucher fallen infolge einer solchen Rückzahlung keine Kosten an.

(2) Unbeschadet des Absatzes 1 ist der Unternehmer nicht verpflichtet, zusätzliche Kosten zu erstatten, wenn sich der Verbraucher ausdrücklich für eine andere Art der Lieferung als die vom Unternehmer angebotene, günstigste Standardlieferung entschieden hat.

(3) Bei Kaufverträgen kann der Unternehmer die Rückzahlung verweigern, bis er die Waren wieder zurückerhalten hat oder bis der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er die Waren zurückgeschickt hat, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist, es sei denn, der Unternehmer hat angeboten, die Waren selbst abzuholen.

In Artikel 13 Absatz 1 wird gefordert, dass der Unternehmer die Rückzahlung unverzüglich **spätestens binnen 14 Tagen** ab dem Tag, an dem der Verbraucher dem Unternehmer seinen Entschluss mitteilt, den Vertrag zu widerrufen, vornimmt.

Für Kaufverträge nach Artikel 13 Absatz 3 kann der Unternehmer lediglich **die Rückzahlung über diese Frist hinaus verweigern**, bis er entweder die Waren zurückerhalten hat oder bis der Verbraucher zumindest den Nachweis erbracht hat, dass er die Waren zurückgeschickt hat.

Sind die Waren oder der Nachweis nach Ablauf der 14-Tage-Frist eingetroffen, sollte der Unternehmer die Rückzahlung an den Verbraucher unverzüglich vornehmen. Was „unverzüglich“ bedeutet, ist auf Einzelfallbasis zu beurteilen; unter normalen Umständen sollte es jedoch höchstens wenige Arbeitstage erfordern, den Betrag zu erstatten.

Indem Artikel 13 Absatz 3 dem Unternehmer gestattet, die Rückzahlung zu verweigern, erzeugt er Klarheit in Bezug auf die Pflichten der Verbraucher und der Unternehmer. Das ist eine Verbesserung der Position des Unternehmers im Vergleich zur Fernabsatz-Richtlinie 97/7/EG, der zufolge der Unternehmer die vom Verbraucher geleisteten Zahlungen so bald wie möglich zu erstatten hat, in jedem Fall jedoch binnen 30 Tagen, ohne dass eine Festlegung dazu erfolgte, ob der Verbraucher die Waren zuerst zurücksenden muss (siehe Artikel 6 Absatz 2 der Fernabsatz-Richtlinie).

Der Begriff des „**erbrachten Nachweises, dass die Waren zurückgeschickt wurden**“ ist für die Anwendung von Artikel 13 Absatz 3 zweifellos recht wichtig. Grundsätzlich sollte es sich bei diesem „Nachweis“ um einen schriftlichen Beleg eines etablierten Spediteurs oder Anbieters von Postdiensten handeln, in dem Absender und Empfänger genannt sind.

Dieser Nachweis muss nicht unbedingt Zusicherungen Dritter einschließen, dass die betreffenden Waren inspiziert und geprüft wurden. Derartige Zusatzleistungen sind wahrscheinlich kostenaufwändig und könnten daher den Verbraucher von der Wahrnehmung seines Widerrufsrechts abhalten, was in der Richtlinie eigens ausgeschlossen wird (siehe Erwägungsgrund 47: „[...] Die Verpflichtungen des Verbrauchers im Falle des Widerrufs sollten den Verbraucher nicht davon abhalten, sein Widerrufsrecht auszuüben.“)

Obwohl Artikel 14 Absatz 2 den Unternehmer berechtigt, für einen etwaigen Wertverlust der Waren den Verbraucher haftbar zu machen, wenn dieser durch falsche Handhabung während der Widerrufsfrist verursacht wurde, hat der Unternehmer nach Artikel 13 Absatz 3 dem Verbraucher die geleisteten Zahlungen zu erstatten, sobald er den Nachweis erhalten hat, dass die Waren zurückgeschickt wurden.

Akzeptiert der Verbraucher das Angebot des Unternehmers, die Waren selbst abzuholen, oder hat der Unternehmer angeboten, diese auf eigene Kosten abzuholen, so sollte der Unternehmer das Recht auf Verweigerung der Rückzahlung nach Artikel 13 Absatz 3 nicht geltend machen können. Dies wäre ein zusätzlicher Anreiz für den Unternehmer, die Rücksendung der Waren so bald wie möglich zu veranlassen.

In Artikel 13 Absatz 1 wird dem Unternehmen ausdrücklich auferlegt, die Rückzahlung unter Verwendung **desselben Zahlungsmittels**, das vom Verbraucher für die ursprüngliche Transaktion eingesetzt wurde, vorzunehmen. Insbesondere sollte der Unternehmer den vollen Betrag, der vom Verbraucher gezahlt wurde, in der bei der Zahlung verwendeten Währung zurückzahlen:

- *Hat der Verbraucher beispielsweise seine Zahlung durch Überweisung von 50 EUR auf das Bankkonto des Unternehmers geleistet, so sollte der Unternehmer die Rückzahlung vornehmen, indem er den gleichen Betrag zurücküberweist und auch für etwaige Gebühren aufkommt, die von der Bank des Verbrauchers für die Rücküberweisung erhoben werden.*
- *Der Unternehmer sollte jedoch keine Bankgebühren übernehmen müssen, die vom Verbraucher für die ursprüngliche Zahlung gezahlt wurden.*
- *Wird das Bankkonto des Verbrauchers in einer anderen Währung geführt als der, in der Zahlung und Rückzahlung erfolgen, so ist der Unternehmer nicht haftbar zu machen für etwaige Verluste aus der Währungsumrechnung, die von der Bank des Verbrauchers im Zusammenhang mit der Rückzahlung vorgenommen wird.*

Artikel 13 Absatz 1 erlaubt dem Unternehmer und dem Verbraucher auch, ausdrücklich **etwas anderes** zu vereinbaren, wie beispielsweise eine Rückerstattung per Bankscheck oder eine

Überweisung in einer anderen als der Zahlungswährung, vorausgesetzt, für den Verbraucher fallen durch die Benutzung einer anderen Methode keine Kosten an:

- *Holt beispielsweise der Unternehmer das Einverständnis des Verbrauchers ein, anstelle einer Banküberweisung eine Rückzahlung per Bankscheck zu akzeptieren, so sollte der Unternehmer sämtliche zusätzlichen Kosten für den Verbraucher tragen wie etwa die Kosten für die Währungsumrechnung oder Bankgebühren aufgrund der Verwendung einer anderen Zahlungsmethode durch den Unternehmer.*

In Erwägungsgrund 46 heißt es zur Verwendung von **Gutscheinen**: „Die Erstattung sollte nicht in Form eines Gutscheins erfolgen, es sei denn, der Verbraucher hat für die ursprüngliche Transaktion Gutscheine verwendet oder diese ausdrücklich akzeptiert.“

6.4.4. Haftung des Verbrauchers für falsche Handhabung der Waren

Artikel 14

(2) Der Verbraucher haftet für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist. Der Verbraucher haftet in keinem Fall für den Wertverlust der Waren, wenn er vom Unternehmer nicht gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h über sein Widerrufsrecht belehrt wurde. [...]

(5) Sofern in Artikel 13 Absatz 2 und diesem Artikel nichts anderes vorgesehen ist, kann der Verbraucher aufgrund der Ausübung seines Widerrufsrechts nicht in Anspruch genommen werden.

Wie in Erwägungsgrund 47 erläutert, können Verbraucher vom Vertrag unabhängig davon zurücktreten, wie die Waren während der Widerrufsfrist behandelt wurden: Manche Verbraucher üben ihr Widerrufsrecht aus, nachdem sie die Waren in einem größeren Maß genutzt haben, als zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, ihrer Eigenschaften und ihrer Funktionsweise nötig gewesen wäre. **In diesem Fall sollte der Verbraucher das Widerrufsrecht nicht verlieren, sollte aber für einen etwaigen Wertverlust der Waren haften. [...]**

In solchen Fällen macht jedoch Artikel 14 Absatz 2 den Verbraucher haftbar „für einen **etwaigen Wertverlust** der Waren, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist“. In Erwägungsgrund 47 findet sich eine weitere Erläuterung dieser Pflicht: „[...] Wenn er Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren feststellen will, **sollte der Verbraucher mit ihnen nur so umgehen und sie nur so in Augenschein nehmen, wie er das in einem Geschäft tun dürfte**. So sollte der Verbraucher beispielsweise ein Kleidungsstück nur anprobieren, nicht jedoch tragen dürfen. Der

Verbraucher sollte die Waren daher während der Widerrufsfrist mit der gebührenden Sorgfalt behandeln und in Augenschein nehmen.“

Der Wertverlust der Waren kann insbesondere in Reinigungs- und Reparaturkosten sowie – sollten die Waren nicht mehr als neu verkauft werden können – in einem objektiv begründeten Einkommensverlust für den Unternehmer bestehen, wenn dieser die zurückgeschickte Ware nur noch als Gebrauchtware abgeben kann.

Im Streitfall wird auf Einzelfallbasis zu beurteilen sein, ob die Prüfung der Waren durch den Verbraucher über das hinausging, was zur Feststellung ihrer Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise erforderlich gewesen wäre. Der Vergleich mit dem, was der Verbraucher üblicherweise in einem Ladengeschäft tun darf, ist eine gute Bezugsgrundlage. Im Folgenden einige Beispiele hierfür:

- *Bevor der Verbraucher Audio-, Video- und entsprechende Aufzeichnungsgeräte kauft, würde er sich normalerweise von deren Bild- oder Tonqualität überzeugen.*
- *Das Anprobieren eines Kleidungsstücks in einem Geschäft würde nicht das Entfernen der Anhänger des Herstellers einschließen.*
- *Der Verbraucher könnte normalerweise Haushaltstechnik wie Küchengeräte nicht in der Praxis ausprobieren, da ihre praktische Benutzung unweigerlich Spuren hinterlässt.*
- *Dem Verbraucher wäre es nicht möglich, auf einem Computer Software zu konfigurieren; folglich wären die angemessenen Kosten für jede Zurücksetzung des Geräts in den Ausgangszustand ebenfalls als Wertverlust zu werten.*

Zu beachten ist, dass in diesem Zusammenhang die „Feststellung der Funktionsweise“ der Waren etwas anderes ist als die Überprüfung dessen, dass sie in jeder Hinsicht fehlerfrei sind. Sollten sich die Waren bei der späteren Benutzung als fehlerhaft erweisen, ist der Verbraucher durch die Rechtsvorschriften zum Verbrauchsgüterkauf und den Garantien für Verkaufsgüter (Richtlinie 1999/44/EG) geschützt.

Grundsätzlich sollte der Verbraucher **die Verpackung öffnen** können, um Zugang zu den Waren zu erhalten, wenn ähnliche Waren in Geschäften üblicherweise unverpackt gezeigt werden. Die Beschädigung des Verpackungsmaterials durch das bloße Öffnen ist somit kein Grund, Entschädigung zu fordern. Etwaige Schutzfilme, die an dem Artikel angebracht sind, sollten jedoch nur dann entfernt werden, wenn es unbedingt notwendig ist, ihn auszuprobieren.

Im Zusammenhang mit dem Widerrufsrecht im Rahmen der ersetzten Fernabsatz-Richtlinie 97/7/EG befand der Gerichtshof in der Rechtssache [C-489/07 Pia Messner](#) (Randnummer 27), dass eine nationale Regelung, die dem Verbraucher die Beweislast dafür auferlegte, dass er die Ware während der Widerrufsfrist nicht in einer Weise benutzt hat, die

über das hinausgeht, was zur zweckdienlichen Ausübung seines Widerrufsrechts erforderlich ist, die Wirksamkeit und die Effektivität des Rechts auf Widerruf beeinträchtigen würde.²¹

Die Richtlinie regelt nicht die **Durchsetzung der Haftung des Verbrauchers** für den Wertverlust der Waren. Insbesondere trifft sie keine Aussage dazu, ob diese Haftung lediglich beinhaltet, dass der Unternehmer ein Gerichtsverfahren gegen den Verbraucher anstrengen kann, oder dass der Unternehmer dem Verbraucher einseitig den Schaden in Rechnung stellen bzw. als Ausgleich für den behaupteten Wertverlust der Waren einen etwaigen Rückzahlungsbetrag, auf den der Verbraucher Anspruch hat, einseitig kürzen kann.

Wie in Artikel 3 Absatz 5 festgestellt, sind diese Themen daher Gegenstand des allgemeinen Vertrags- und Prozessrechts der Mitgliedstaaten. Beispielsweise können die Mitgliedstaaten Unternehmern gestatten, als Ausgleich für den Wertverlust infolge fehlerhafter Handhabung während der Widerrufsfrist den Betrag zu kürzen, der für zurückgeschickte Waren erstattet wird.

Gemäß Artikel 14 Absatz 2 heißt es: *„Der Verbraucher haftet in keinem Fall für den Wertverlust der Waren, wenn er vom Unternehmer nicht gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h über sein Widerrufsrecht belehrt wurde.“* Eine weitere Folge des Unterlassens dieser Belehrung besteht gemäß Artikel 10 der Richtlinie darin, dass **die Widerrufsfrist auf bis zu 12 Monate verlängert wird**. Das bedeutet, dass ein Verbraucher nach einer beträchtlichen Zeit, während derer er die Waren in praktischer Benutzung hatte, vom Vertrag zurücktreten kann, ohne dass er irgendeine Haftung für den in dieser Zeit aufgetretenen Verschleiß zu übernehmen hat.

6.4.5. Risiko bei der Rücksendung der Waren an den Unternehmer

In der Richtlinie ist nicht geregelt, wer das Risiko der **zufälligen Beschädigung oder des Verlusts der Waren** trägt, wenn der Verbraucher vom Vertrag zurücktritt. Daher ist auch dieser Punkt Gegenstand des einzelstaatlichen Rechts, das beispielsweise festlegen kann, dass das Risiko während der Rücksendung der Waren beim Verbraucher liegt, sobald er diese gemäß Artikel 20 nach der Lieferung entgegengenommen hat.

Grundsätzlich sollte der Verbraucher bei der Rücksendung der Waren die gebotene Sorgfalt walten lassen, etwa indem er ein etabliertes Speditionsunternehmen oder einen entsprechenden Anbieter von Postdiensten auswählt, um sicherzustellen, dass die Waren den Unternehmer erreichen und nicht bei der Beförderung Schaden nehmen.

²¹ *„27. Aus dem letzten Satz des 14. Erwägungsgrundes der Richtlinie 97/7 ergibt sich hierzu, dass es Sache der Mitgliedstaaten ist, weitere Bedingungen und Einzelheiten für den Fall der Ausübung des Widerrufsrechts festzulegen. Diese Befugnis ist jedoch unter Beachtung der Zielsetzung dieser Richtlinie auszuüben und darf insbesondere nicht die Wirksamkeit und die Effektivität des Rechts auf Widerruf beeinträchtigen. Das wäre z. B. dann der Fall, wenn die Höhe eines Wertersatzes der in der vorstehenden Randnummer genannten Art außer Verhältnis zum Kaufpreis der fraglichen Ware stünde oder wenn die nationale Regelung dem Verbraucher die Beweislast dafür auferlegte, dass er die Ware während der Widerrufsfrist nicht in einer Weise benutzt hat, die über das hinausgeht, was zur zweckdienlichen Ausübung seines Widerrufsrechts erforderlich ist.“*

Hat der Verbraucher **die Waren zu keinem Zeitpunkt physisch in Besitz genommen**, etwa indem er die Annahme der Lieferung entweder ohne ausdrückliche Erklärung oder aber mit einer Mitteilung an den Unternehmer über den Rücktritt vom Vertrag verweigerte, trägt der Unternehmer weiterhin das Risiko des Verlusts oder der Beschädigung, da dann gemäß Artikel 20 kein Übergang des Risikos an den Verbraucher stattgefunden hat.

6.5. Widerruf der Leistungserbringung

6.5.1. Zustimmung des Verbrauchers zur unverzüglichen Erbringung der Leistung und Abgeltungspflicht

Artikel 14

(3) Übt ein Verbraucher das Widerrufsrecht aus, nachdem er ein Verlangen gemäß Artikel 7 Absatz 3 oder Artikel 8 Absatz 8 erklärt hat, so zahlt er dem Unternehmer einen Betrag, der verhältnismäßig dem entspricht, was bis zu dem Zeitpunkt, zu dem der Verbraucher den Unternehmer von der Ausübung des Widerrufsrechts unterrichtet, im Vergleich zum Gesamtumfang der vertraglich vereinbarten Leistungen geleistet worden ist. Der anteilige Betrag, den der Verbraucher an den Unternehmer zu zahlen hat, wird auf der Grundlage des vertraglich vereinbarten Gesamtpreises berechnet. Ist der Gesamtpreis überhöht, so wird der anteilige Betrag auf der Grundlage des Marktwerts der erbrachten Leistung berechnet.

In Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8, die außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge und Fernabsatzverträge zum Gegenstand haben, heißt es jeweils gleichlautend: „*Möchte ein Verbraucher, dass die Dienstleistung oder die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme während der Widerrufsfrist gemäß Artikel 9 Absatz 2 beginnt, so fordert der Unternehmer den Verbraucher dazu auf, ein entsprechendes **ausdrückliches Verlangen** auf einem dauerhaften Datenträger zu erklären.*“

Diese Bestimmungen gelten somit, wenn der Verbraucher möchte, dass die Leistungserbringung während der Widerrufsfrist beginnt. Sie sollten den Unternehmer jedoch nicht daran hindern, aktiv vorzuschlagen, dass der Verbraucher ein derartiges Verlangen äußert. Gleichzeitig sollten sie dem Unternehmer aber auch nicht die Pflicht auferlegen, entweder diese Möglichkeit anzubieten oder aber das Verlangen des Verbrauchers zu akzeptieren.

Artikel 14 Absatz 3 gestattet es dem Verbraucher, die Erbringung von Leistungen der öffentlichen Versorgungsunternehmen **selbst dann** zu widerrufen, **wenn er zuvor ein ausdrückliches Verlangen geäußert hat**. Dies wird auch in Erwägungsgrund 50 bekräftigt: „*Der Verbraucher sollte ... sein Widerrufsrecht auch dann ausüben können, wenn er die Erbringung von Dienstleistungen vor Ende der Widerrufsfrist gewünscht hat.*“

Im Zusammenhang mit **Dienstleistungsverträgen** geht der Verbraucher jedoch gemäß Artikel 16 Buchstabe a seines Widerrufsrechts verlustig, wenn „*die Dienstleistung vollständig*

erbracht worden ist, wenn der Unternehmer die Erbringung mit der vorherigen ausdrücklichen Zustimmung des Verbrauchers und dessen Kenntnisnahme, dass er sein Widerrufsrecht bei vollständiger Vertragserfüllung durch den Unternehmer verliert, begonnen hatte“ (Artikel 16 Buchstabe a).

Die „*ausdrückliche Zustimmung*“ des Verbrauchers nach Artikel 16 Buchstabe a sollte als das „*ausdrückliche Verlangen*“, das nach Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 erforderlich ist, ausgelegt werden. Ist ein Dienstleistungsvertrag so geartet, dass er während der Widerrufsfrist vollständig erfüllt werden kann, wie etwa ein Installationsvertrag, sollte der Unternehmer auch die Kenntnisnahme des Verbrauchers einholen, dass dieser sein Widerrufsrecht nach vollständiger Vertragserfüllung verliert.

Analog zu den Vorschriften für zusätzliche Zahlungen gemäß Artikel 22 sind die Begriffe „*ausdrückliche Zustimmung/ausdrückliches Verlangen*“ in diesem Zusammenhang so zu verstehen, dass sie **eine positive Aktion des Verbrauchers** wie beispielsweise das Anklicken eines Kästchens auf der Webseite bedeuten. Die Verwendung eines als Voreinstellung angeklickten Kästchens oder die Berufung auf eine Klausel in den allgemeinen Geschäftsbedingungen zu diesem Zwecke dürfte diesen Anforderungen nicht gerecht werden.

Das Verlangen/die Zustimmung des Verbrauchers und dessen Kenntnisnahme lassen sich in einem Schritt zum Ausdruck bringen. Die Anforderungen von Artikel 7 Absatz 3 bzw. Artikel 8 Absatz 8 sowie Artikel 16 Buchstabe a könnten beispielsweise durch den folgenden Satz erfüllt werden:

- *[] Ich ersuche hiermit um unverzügliche Ausführung des Dienstleistungsvertrags und nehme zur Kenntnis, dass ich mein Recht auf Widerruf des Vertrags verliere, sobald der Dienstleistungsvertrag vollständig erfüllt ist.*

Das Verlangen/die Zustimmung des Verbrauchers kann auch in einer ausdrücklichen Vereinbarung der Parteien zum Ausdruck gebracht werden, dass der Vertrag an bzw. ab einem konkreten Tag innerhalb der Widerspruchsfrist erfüllt wird.

Zu Dienstleistungen wie Installationsarbeiten, die **im Rahmen eines Kaufvertrags erbracht werden**, stellt Erwägungsgrund 50 fest: „[...] Bei Verträgen, die sowohl Waren als auch Dienstleistungen zum Gegenstand haben, **sollten hinsichtlich der Waren die Vorschriften dieser Richtlinie über die Rücksendung von Waren und hinsichtlich der Dienstleistungen die Regelungen über die Abgeltung von Dienstleistungen gelten.**“

Wird also eine Dienstleistung während der Widerrufsfrist für einen Kaufvertrag erbracht (z. B. unmittelbar nach Anlieferung der Waren), so sollte der Unternehmer auch das **ausdrückliche Verlangen des Verbrauchers nach Erbringung der Dienstleistung** während der Widerrufsfrist einholen, wenn er diese Dienstleistung in dem Fall, dass der Verbraucher vom Vertrag zurücktritt, abgegolten haben möchte:

- *Schließt beispielsweise ein und derselbe Fernabsatzvertrag oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Vertrag die Lieferung und Installation eines Haushaltgerätes ein, könnte der Verbraucher vom Unternehmer verlangen, dass dieser das Gerät unmittelbar nach dessen Anlieferung anschließt. Der Verbraucher hat aber dennoch eine 14-tägige Widerrufsfrist, die am Tag nach der Lieferung beginnt. Entscheidet sich der Verbraucher anschließend, innerhalb dieser Frist vom Vertrag zurückzutreten, hätte der Unternehmer Anspruch auf Abgeltung sowohl der Anschlusskosten als auch des Wertverlusts des Gerätes.*

Tritt der Verbraucher während der Widerrufsfrist vom Vertrag zurück, nachdem er zuvor dessen sofortige Ausführung verlangt hatte, so enthält Artikel 14 Absatz 3 die Forderung an den Verbraucher, an den Unternehmer **einen Betrag** zu zahlen, **der verhältnismäßig dem entspricht**, was im Vergleich zum vereinbarten Gesamtpreis geleistet worden ist:

- *Beispielsweise hätte ein Verbraucher, der von einem Mobiltelefonvertrag zurücktritt, nachdem er die Leistungen zehn Tage lang in Anspruch genommen hat, an den Unternehmer ein Drittel der Monatsgebühr²² zuzüglich des Preises etwaiger zusätzlicher Leistungen, die er in diesem Zeitraum bezogen hat, zu entrichten.*

Ist die Erbringung von Dienstleistungen mit einmaligen Kosten für den Unternehmer verbunden, damit diese für den Verbraucher bereitgestellt werden können, so kann der Unternehmer diese Kosten in die Berechnung des Abgeltungsbetrags einbeziehen:

- *Beispielsweise kann der Unternehmer die Kosten für die Arbeiten in Rechnung stellen, die im Rahmen eines Vertrags über elektronische Festnetzdienste zur Herstellung eines Anschlusses in der Wohnung des Verbrauchers erfolgt sind, bevor der Verbraucher den Vertrag widerrufen hat.*

Ist der Gesamtpreis überhöht, sollte jedoch der Abgeltung der **Marktwert** dessen, was bereits erbracht wurde, zugrunde gelegt werden. Hilfreiche Erläuterungen, wie der Marktwert zu bestimmen ist, können Erwägungsgrund 50 entnommen werden, wo es heißt: „[...] Der anteilige Betrag sollte ausgehend vom vertraglich vereinbarten Gesamtpreis berechnet werden; falls der Verbraucher jedoch nachweist, dass der Gesamtpreis selbst unverhältnismäßig ist, wird der zu zahlende Betrag auf der Grundlage des Marktwertes der erbrachten Dienstleistung berechnet. Der Marktwert sollte festgelegt werden, indem der Preis einer zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses von anderen Unternehmern erbrachten gleichwertigen Dienstleistung zum Vergleich herangezogen wird. [...]“

Erwägungsgrund 14 bezieht sich auf die Anwendung der Vorschriften der Mitgliedstaaten „über überhöhte Preise oder Wucherpreise“, die bei der Anwendung von Artikel 14 Absatz 3 eine Rolle spielen können.

²² Siehe auch Artikel 3 Absatz 2 Buchstabe d der Verordnung Nr. 1182/71, wo es heißt: „Umfasst eine Frist Monatsbruchteile, so wird bei der Berechnung der Monatsbruchteile ein Monat von **dreißeig Tagen** zugrunde gelegt.“

Diese Vorschriften zum Widerrufsrecht gelten auch für bezahlte Dienstleistungen, die mit elektronischen Mitteln erbracht werden, wie zum Beispiel:

- *Abonnements für die internetgestützte Speicherung von Fotos des Verbrauchers, für soziale Netze oder für Sprach- und Videotelefonie über das Internet;*
- *Abonnements für internetgestützte Wetterdienste oder Online-Verkehrsdienste;*
- *Abonnements für Online-Zeitungen/Newsletter (siehe auch Ausnahme vom Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe j, die für die Lieferung einer Tageszeitung, nicht jedoch für Abonnement-Verträge über die Lieferung solcher Publikationen gilt).*

6.5.2. Folgen bei Nichteinhaltung der Verpflichtungen durch den Unternehmer

Artikel 14

(4) Der Verbraucher hat nicht aufzukommen für:

a) Dienstleistungen, die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme, die während der Widerrufsfrist ganz oder teilweise erbracht wurden, wenn:

i) der Unternehmer es unterlassen hat, die Informationen gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben h oder j bereitzustellen oder

ii) der Verbraucher nicht ausdrücklich gemäß Artikel 7 Absatz 3 und Artikel 8 Absatz 8 verlangt hat, dass die Erbringung der Leistung während der Widerrufsfrist beginnen soll, [...]

Gemäß Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe a trägt der Verbraucher keine Kosten, d. h. hat er entweder Anspruch auf Rückzahlung des bereits entrichteten Betrags oder muss überhaupt nichts bezahlen, wenn der Unternehmer ihm nicht die gebotene Information über das Widerrufsrecht gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h oder j hat zukommen lassen oder wenn er als Verbraucher nicht ausdrücklich verlangt hat, dass während der Widerspruchsfrist mit der Erbringung der Dienstleistung begonnen wird.

So wie bei den vorstehend genannten Waren kann die Nichtbereitstellung dieser speziellen Information den Unternehmer teuer zu stehen kommen, da die Widerrufsfrist gemäß Artikel 10 bis zur Dauer von zwölf Monaten verlängert werden kann. Der Verbraucher kann also über einen recht langen Zeitraum Anspruch auf unentgeltliche Dienstleistungen oder die Dienste öffentlicher Versorgungsunternehmen haben.

6.6. Beendigung des Vertrags nach Ausübung des Widerrufsrechts

Artikel 12

Mit der Ausübung des Widerrufsrechts enden die Verpflichtungen der Vertragsparteien:

a) zur Erfüllung des Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrags oder

b) zum Abschluss des Fernabsatz- oder außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Vertrags, sofern der Verbraucher dazu ein Angebot abgegeben hat.

Nach Artikel 12 enden mit der Ausübung des Widerrufsrechts die Verpflichtungen der Vertragsparteien zur Erfüllung des Vertrags, insbesondere die Verpflichtung des Verbrauchers zur Bezahlung oder zum Abschluss des Vertrags, sofern der Verbraucher dazu ein Angebot abgegeben hat.

Gemäß Artikel 3 Absatz 2 berührt diese Bestimmung jedoch nicht die Bestimmungen anderer sektorspezifischer Unionsrechtsakte zur Beendigung von Verträgen.

- *Beispielsweise ist in der Richtlinie 2009/72/EG über den Elektrizitätsbinnenmarkt²³ und der Richtlinie 2009/73/EG²⁴ über den Erdgasbinnenmarkt (Artikel 3 Absatz 6) vorgesehen, dass in Fällen, in denen ein Verbraucher im Rahmen der Vertragsbedingungen den Lieferanten zu wechseln beabsichtigt, der/die betreffenden Betreiber diesen Wechsel innerhalb von drei Wochen vorzunehmen haben.*

Anders als bei den in Artikel 14 Absatz 3 genannten Vorschriften zur Abgeltung dessen, was bis zum Widerruf bereits geliefert wurde, können der ursprüngliche Lieferant und der Verbraucher, sollte Letztgenannter sich entschließen, von einem Vertrag über die Lieferung von Strom oder Gas zurückzutreten und zu einem anderen Anbieter zu wechseln, bis zu drei Wochen weiterhin an ihren Vertrag gebunden sein.

6.7. Akzessorische Verträge

Artikel 15

(1) Unbeschadet des Artikels 15 der Richtlinie 2008/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2008 über Verbraucherkreditverträge werden, wenn der Verbraucher sein Recht auf Widerruf eines im Fernabsatz oder außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrags gemäß den Artikeln 9 bis 14 dieser Richtlinie ausübt, auch alle akzessorischen Verträge automatisch beendet, ohne dass dem Verbraucher

²³ Richtlinie 2009/72/EG über gemeinsame Vorschriften für den Elektrizitätsbinnenmarkt und zur Aufhebung der Richtlinie 2003/54/EG, Artikel 3 Absatz 5:

„Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass:

- a) in den Fällen, in denen Kunden im Rahmen der Vertragsbedingungen beabsichtigen, den Lieferanten zu wechseln, die betreffenden Betreiber diesen Wechsel innerhalb von drei Wochen vornehmen, und*
b) die Kunden das Recht haben, sämtliche sie betreffenden Verbrauchsdaten zu erhalten.“

²⁴ Richtlinie 2009/73/EG über gemeinsame Vorschriften für den Erdgasbinnenmarkt und zur Aufhebung der Richtlinie 2003/55/EG, Artikel 3 Absatz 6:

„Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass:

- a) in den Fällen, in denen Kunden im Rahmen der Vertragsbedingungen beabsichtigen, den Lieferanten zu wechseln, die betreffenden Betreiber diesen Wechsel innerhalb von drei Wochen vornehmen, und*
b) die Kunden das Recht haben, sämtliche sie betreffenden Verbrauchsdaten zu erhalten.“

dafür Kosten entstehen dürfen, außer solchen, die gemäß Artikel 13 Absatz 2 und Artikel 14 dieser Richtlinie vorgesehen sind.

(2) Die Mitgliedstaaten legen die Einzelheiten bezüglich der Beendigung dieser Verträge fest.

Artikel 2 Absatz 15 definiert einen akzessorischen Vertrag als „einen Vertrag, mit dem der Verbraucher Waren oder Dienstleistungen erwirbt, die im Zusammenhang mit einem Fernabsatzvertrag oder einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag stehen und bei dem diese Waren oder Dienstleistungen von dem Unternehmer oder einem Dritten auf der Grundlage einer Vereinbarung zwischen diesem Dritten und dem Unternehmer geliefert oder erbracht werden, wie zum Beispiel:

- *ein Liefer-, Wartungs- oder Installationsvertrag,*
- *ein Versicherungs- und Kreditvertrag zur Finanzierung des Kaufs.*

Etwaige akzessorische Versicherungs- und Kreditverträge würden, obwohl sie durch Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe d generell aus dem Anwendungsbereich der Richtlinie ausgeschlossen werden, gemäß Artikel 15 beendet.

Das Verhältnis zwischen den einzelnen verbundenen Verträgen sollte bewertet und auf diese Weise bestimmt werden, welcher der Hauptvertrag und welcher der akzessorische Vertrag zum Hauptvertrag ist:

- *Kauft ein Verbraucher beispielsweise mit gesonderten Verträgen von ein und demselben Unternehmer Mobiltelefondienste und ein Mobiltelefon, das (teilweise) über den monatlichen Preis für die Dienste bezahlt wird, ist der Dienstleistungsvertrag als der Hauptvertrag anzusehen. Das sollte den Verbraucher nicht daran hindern, gesondert lediglich von dem akzessorischen Kaufvertrag zurückzutreten, den Dienstleistungsvertrag hingegen weiterlaufen zu lassen.*

Unterliegt der akzessorische Vertrag der Richtlinie (beispielsweise ein Liefervertrag oder ein Installationsvertrag), so sollte der Verbraucher dem Unternehmer die Kosten für die Leistungen, die bereits erbracht wurden, gemäß Artikel 13 Absatz 2 und Artikel 14 erstatten.

Fällt der akzessorische Vertrag dagegen überhaupt nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie (wie ein Versicherungs- oder Kreditvertrag), so unterliegen die Folgen der Vertragsbeendigung den sektorspezifischen oder den allgemeinen vertragsrechtlichen Vorschriften der Mitgliedstaaten.

Ausführliche Vorschriften zur Beendigung akzessorischer Verträge sind von den Mitgliedstaaten zu erlassen. Dazu könnte beispielsweise die Pflicht des Unternehmers gehören, etwaige andere Unternehmer in Kenntnis zu setzen, wenn er selbst von einem Verbraucher von dessen Entscheidung erfährt, vom Hauptvertrag zurückzutreten.

6.8. Ausnahmen vom Widerrufsrecht

In Artikel 16 sind 13 Verträge bzw. Situationen aufgezählt, in denen der Verbraucher kein Widerrufsrecht genießt oder dieses Recht unter bestimmten Umständen verliert. In diesem Zusammenhang bedürfen die nachstehenden Situationen oder Verträge besonderer Aufmerksamkeit:

6.8.1. *Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind*

Artikel 16

c) Waren geliefert werden, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind;

Diese Ausnahme vom Widerrufsrecht ist identisch mit der in Artikel 6 Absatz 3 der Fernabsatz-Richtlinie 97/7/EG.

„Nach Verbraucherspezifikation angefertigte Waren“ sind in Artikel 2 der Richtlinie als „Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Entscheidung durch den Verbraucher maßgeblich ist“ definiert. Erwägungsgrund 49 der Richtlinie nennt „nach Maß gefertigte Vorhänge“ als Beispiel für Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Da diese Vorschrift eine Ausnahme von der allgemeineren Bestimmung der Richtlinie ist, die den Verbrauchern bei Fernabsatzverträgen und außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Verträgen das Widerrufsrecht einräumt, ist sie eng auszulegen.

Beispielsweise könnte diese Ausnahme Folgendes einschließen:

- *Waren, für die der Verbraucher Spezifikationen vorgelegt hat, wie Maße für Möbel oder die Abmessungen eines Stoffes;*
- *Waren, für die der Verbraucher besondere, auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnittene Eigenschaften erbeten hat, wie beispielsweise die spezielle Bauart eines Pkw, die auf Bestellung angefertigt wird, oder eine besondere Komponente für einen Computer, die für diesen speziellen Auftrag eigens beschafft werden muss und die nicht Bestandteil des allgemeinen Angebots war, das vom Unternehmer öffentlich unterbreitet wurde;*
- *Adressaufkleber mit den Kontaktangaben des Verbrauchers oder T-Shirts mit einem auf die konkrete Person zugeschnittenen Aufdruck.*

Spezifikation bzw. Personalisierung bedeutet in diesem Zusammenhang, dass die Waren im Prinzip einmalig sind und nach individuellen Wünschen und Anforderungen angefertigt wurden, die vom Verbraucher angegeben und mit dem Unternehmer abgestimmt wurden.

Wenn der Verbraucher dagegen Waren einfach nur zusammenstellt, indem er diese aus den vom Unternehmer angebotenen (vorgegebenen) Standardoptionen, etwa zur Farbe oder der Zusatzausstattung eines Pkw, auswählt, oder eine Möbelgarnitur aus Standardelementen zusammenstellt, sollte weder von „Spezifikation“ noch von „Personalisierung“ im engeren Sinne dieser Bestimmung die Rede sein.

6.8.2. Waren mit besonderen Eigenschaften

Artikel 16

d) Waren geliefert werden, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde;

e) versiegelte Waren geliefert werden, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder aus Hygienegründen nicht zur Rückgabe geeignet sind und deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde;

f) Waren geliefert werden, die nach der Lieferung aufgrund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden;

Als Beispiel für die unter Buchstabe d genannten Waren, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde, käme das folgende in Frage:

- *Lebensmittel und Getränke mit kurzer Haltbarkeitsfrist einschließlich solcher, die gekühlt gelagert werden müssen.*

Damit Artikel gemäß Buchstabe e vom Widerrufsrecht ausgenommen werden können, müssen triftige Gesundheitsschutz- oder Hygienegründe für die Versiegelung vorliegen, die aus einer Schutzverpackung oder einer Schutzfolie bestehen kann. Die Ausnahme vom Widerrufsrecht könnte beispielsweise für die folgenden Waren gelten, wenn vom Verbraucher nach deren Anlieferung ihre Versiegelung entfernt wurde:

- *Kosmetikartikel wie Lippenstifte;*
- *Auflegematratzen.*

Bei anderen Kosmetikerzeugnissen, bei denen nicht davon ausgegangen werden kann, dass sie aus Gesundheitsschutz- oder Hygienegründen versiegelt wurden, kann der Unternehmer dem Verbraucher eine andere Methode anbieten, sie wie in einem Geschäft auszuprobieren, indem er beispielsweise dem Produkt eine kostenlose Probe beifügt. Auf diese Weise bräuchten die Verbraucher die Verpackung des Erzeugnisses nicht zu öffnen, um ihr Recht auf Feststellung von Art und Eigenschaften des Produkts wahrzunehmen.

In Erwägungsgrund 49 ist die Lieferung von „Brennstoff“ als Beispiel für Waren genannt, die untrennbar mit anderen Gütern verbunden sind.

6.8.3. Verträge mit einem spezifischen Termin oder Zeitraum

Artikel 16

l) Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung zu anderen Zwecken als zu Wohnzwecken, Beförderung von Waren, Mietwagen, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen erbracht werden und der Vertrag für die Erbringung einen spezifischen Termin oder Zeitraum vorsieht;

Damit diese Ausnahme zur Anwendung gelangen kann, sollte im Vertrag „ein spezifischer Termin oder Zeitraum“ vorgeschrieben werden. Auch sie ist, da es sich um eine Ausnahme handelt, eng auszulegen. Bei ihrer Anwendung sollten daher die in Erwägungsgrund 49 aufgezählten Gründe berücksichtigt werden: „[...] Die Einräumung eines Widerrufsrechts für den Verbraucher könnte auch im Fall bestimmter Dienstleistungen unangebracht sein, bei denen **der Vertragsabschluss die Bereitstellung von Kapazitäten mit sich bringt**, die der Unternehmer im Fall der Ausübung des Widerrufsrechts möglicherweise nicht mehr anderweitig nutzen kann. Dies wäre beispielsweise bei Reservierungen in Hotels, für Ferienhäuser oder Kultur- oder Sportveranstaltungen der Fall.“

In Erwägungsgrund 49 sind die folgenden Beispiele für diese Ausnahme genannt:

- *Reservierungen in Hotels, für Ferienhäuser oder Kultur- und Sportveranstaltungen.*
- *Weitere Beispiele wären Theatervorstellungen an einem bestimmten Tag oder das Catering bei einer Geburtstags- oder Hochzeitsfeier an einem bestimmten Tag.*

Der in Artikel 16 Buchstabe l verwendete Begriff „Wagen“ ist als Bezugnahme auf Fahrzeuge, die für die **Personenbeförderung** bestimmt sind, zu verstehen.²⁵

Die Vermietung von Motorrädern und anderen Transportmitteln als Personenkraftwagen an spezifischen Tagen oder für spezifische Zeiträume kann als Dienstleistung „im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen“ ebenfalls vom Widerrufsrecht ausgenommen werden.

²⁵ „**Personenkraftwagen**“ wird in Artikel 2 Absatz 1 der Richtlinie 1999/94/EG (über die Bereitstellung von Verbraucherinformationen über den Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen) definiert als „*Kraftfahrzeuge der Klasse M1 gemäß Anhang II der Richtlinie 70/156/EWG*“. Die Richtlinie 70/156/EWG wurde inzwischen ersetzt durch die Richtlinie 2007/46/EG (über die Genehmigung von Kraftfahrzeugen), in der Fahrzeuge der Klasse M1 definiert werden als „*für die Personenbeförderung ausgelegte und gebaute Kraftfahrzeuge mit höchstens acht Sitzplätzen außer dem Fahrersitz*“. Und schließlich wird „Kraftfahrzeug“ in Artikel 3 dieser Richtlinie definiert als „*ein vollständiges, vervollständigtes oder unvollständigtes Fahrzeug mit eigener Antriebsmaschine, mindestens vier Rädern und einer bauartbedingten Höchstgeschwindigkeit von mehr als 25 km/h*“ einschließlich „*Anhänger, der von einem Kraftfahrzeug gezogen wird*“.

Lauf Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache [C-336/03](#), *easyCar*, in der es um die Fernabsatz-Richtlinie 97/7/EG ging, schließt „Beförderung“ auch ein, dass dem Verbraucher ein Beförderungsmittel zur Verfügung gestellt wird (siehe insbesondere Randnummern 26 und 31). Nach dieser Auslegung könnte das Anmieten von Lastkraftwagen zur Beförderung von Gütern an einem spezifischen Tag in den Anwendungsbereich der in Artikel 16 Buchstabe I für die „Beförderung von Waren“ vorgesehenen Ausnahme fallen.

Artikel 16 Buchstabe I gilt zwar für Verträge über die Beförderung von Waren, er findet jedoch keine Anwendung auf Einlagerungsdienste, selbst wenn diese zu einem spezifischen Termin erbracht werden.

7. LIEFERUNG

Artikel 18

(1) Sofern die Vertragsparteien hinsichtlich des Zeitpunkts der Lieferung nichts anderes vereinbart haben, liefert der Unternehmer die Waren, indem er den physischen Besitz an den Waren oder die Kontrolle über die Waren dem Verbraucher unverzüglich, jedoch nicht später als dreißig Tage nach Vertragsabschluss, überträgt.

(2) Ist der Unternehmer seiner Pflicht zur Lieferung der Waren zu dem mit dem Verbraucher vereinbarten Zeitpunkt oder innerhalb der in Absatz 1 genannten Frist nicht nachgekommen, so fordert ihn der Verbraucher auf, die Lieferung innerhalb einer den Umständen angemessenen zusätzlichen Frist vorzunehmen. Liefert der Unternehmer die Waren nicht innerhalb dieser zusätzlichen Frist, so ist der Verbraucher berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

Unterabsatz 1 gilt nicht für Kaufverträge, wenn sich der Unternehmer geweigert hat, die Waren zu liefern, oder wenn die Lieferung innerhalb der vereinbarten Frist unter Berücksichtigung aller den Vertragsabschluss begleitenden Umstände wesentlich ist oder wenn der Verbraucher dem Unternehmer vor Vertragsabschluss mitteilt, dass die Lieferung bis zu einem bestimmten Datum oder an einem bestimmten Tag wesentlich ist. In diesen Fällen ist der Verbraucher berechtigt, sofort vom Vertrag zurückzutreten, wenn der Unternehmer die Waren nicht zu dem mit dem Verbraucher vereinbarten Zeitpunkt oder innerhalb der Frist gemäß Absatz 1 liefert.

(3) Im Fall des Rücktritts hat der Unternehmer unverzüglich alle gemäß dem Vertrag gezahlten Beträge zurückzuerstatten.

(4) Zusätzlich zum Rücktrittsrecht gemäß Absatz 2 können dem Verbraucher andere, nach dem einzelstaatlichen Recht vorgesehene Rechtsbehelfe zur Verfügung stehen.

Wie in Artikel 17 Absatz 1 ausdrücklich festgestellt wird, gilt Artikel 18 lediglich für Kaufverträge. Die Bestimmungen des Artikels 18 über den Zeitpunkt der Lieferung stehen in

Zusammenhang mit dem Erfordernis von Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe g, den Zeitpunkt der Lieferung der Waren anzugeben.

Nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe g, wo es um **Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge** geht, hat der Unternehmer den Verbraucher über „den Termin, bis zu dem sich der Unternehmer verpflichtet, die Waren zu liefern“, zu informieren. Bei **Vertragsabschlüssen innerhalb von Geschäftsräumen** nach Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d ist diese Information „gegebenenfalls“ bereitzustellen.

Bei **Vertragsabschlüssen innerhalb von Geschäftsräumen** müssen diese Informationen daher nicht bereitgestellt werden, wenn die Waren unverzüglich geliefert bzw. die Leistungen sofort erbracht werden. Bei innerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Kaufverträgen braucht diese Information auch nicht bereitgestellt zu werden, wenn der Verkäufer die Absicht hat, die Waren innerhalb der in Artikel Absatz 1 angegebenen 30-Tage-Frist zu liefern (siehe auch Abschnitt 4 zu den vorvertraglichen Informationspflichten).

Wichtig ist die Feststellung, dass die Richtlinie keine spezifischen Vorschriften für den Fall enthält, dass der Unternehmer bei Dienstleistungsverträgen den Termin für die Erbringung der Dienstleistungen nicht angibt. Die Folgen einer solchen Unterlassung können durch das einzelstaatliche Recht geregelt werden.

Hat der Unternehmer die Lieferung nicht innerhalb dieser Frist oder zu dem mit dem Verbraucher vereinbarten Zeitpunkt ausgeführt, so hat der Verbraucher nach Artikel 18 Absatz 2 mit dem Unternehmer eine Verlängerung der Lieferfrist zu vereinbaren. Liefert der Unternehmer auch vor Ablauf dieser verlängerten Frist nicht, so ist der Verbraucher berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

Ist jedoch die angegebene Lieferfrist oder die Standardfrist von 30 Tagen von ausschlaggebender Bedeutung (beispielsweise im Falle der Lieferung eines Hochzeitskleides – siehe Erwägungsgrund 52), und der Unternehmer liefert die Waren nicht rechtzeitig, so ist der Verbraucher berechtigt, nach Ablauf der ursprünglich vereinbarten Frist unverzüglich vom Vertrag zurückzutreten.

In einzelstaatlichen Gesetzen kann die Art und Weise geregelt werden, wie der Verbraucher dem Unternehmer seinem Willen zum Rücktritt vom Vertrag mitteilen sollte (siehe Erwägungsgrund 52).

Gemäß Artikel 18 Absatz 4 können einzelstaatliche Gesetze dem Verbraucher andere Rechtsbehelfe an die Hand geben, für die in Erwägungsgrund 53 Beispiele genannt werden: *„Neben dem Recht des Verbrauchers, vom Vertrag zurückzutreten, wenn der Unternehmer seiner Pflicht zur Lieferung der Waren gemäß dieser Richtlinie nicht nachkommt, kann der Verbraucher gemäß den geltenden einzelstaatlichen Rechtsvorschriften andere Rechtsbehelfe in Anspruch nehmen, beispielsweise dem Unternehmer eine zusätzliche Lieferfrist gestatten, die Erfüllung des Vertrags durchsetzen, Zahlungen zurückhalten und Schadensersatz verlangen.“*

Liegt ein Rücktritt vom Vertrag vor, so hat der Unternehmer nach Artikel 18 Absatz 3 alle gezahlten Beträge unverzüglich zurückzuerstatten. In der Richtlinie ist keine Frist für die Rückerstattung angegeben. Sollte es zwischen dem Verbraucher und dem Unternehmer zu Streitigkeiten im Zusammenhang mit dem Zeitpunkt der Rückerstattung kommen, so müssen die zuständigen nationalen Stellen und Gerichte eine Einzelfallentscheidung treffen. Grundsätzlich sollten für den Unternehmer einige Arbeitstage ausreichend sein, um die Rückzahlung in die Wege zu leiten.

8. RISIKOÜBERGANG

Artikel 20

Bei Verträgen, bei denen der Unternehmer die Waren an den Verbraucher versendet, geht das Risiko für einen Verlust oder eine Beschädigung der Waren auf den Verbraucher über, wenn er oder ein vom Verbraucher benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen hat. Unbeschadet der Rechte des Verbrauchers gegenüber dem Beförderer geht das Risiko mit der Übergabe an den Beförderer jedoch auf den Verbraucher über, wenn der Beförderer vom Verbraucher mit der Beförderung der Waren beauftragt wurde und diese Option nicht vom Unternehmer angeboten wurde.

Nach Artikel 20 geht das Risiko mit der Übergabe an einen Beförderer auch dann auf den Verbraucher über, wenn der Beförderer nicht vom Unternehmer angeboten, sondern vom Verbraucher ausgewählt wurde.

Die reguläre Lieferung von Waren, die im elektronischen Geschäftsverkehr, über den Versandhandel usw. bestellt werden, findet häufig statt, ohne dass der Verbraucher die gelieferten Waren unmittelbar in Augenschein nimmt. Der Richtlinie zufolge geht das Risiko unabhängig davon, ob die Waren auf Schäden geprüft wurden, auf den Verbraucher über. Gemäß Richtlinie 1999/44/EG zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter besteht jedoch eine Pflicht zur schadenfreien Lieferung. In Artikel 5 Absatz 3 dieser Richtlinie ist festgelegt, dass für den Fall des Auftretens eines Schadens innerhalb von sechs Monaten nach erfolgter Lieferung die Beweislast dafür, dass die Waren schadenfrei angeliefert wurden, beim Verkäufer liegt.

9. ENTGELTE FÜR DIE VERWENDUNG BESTIMMTER ZAHLUNGSMITTEL

Artikel 19

Die Mitgliedstaaten verbieten Unternehmern, von Verbrauchern für die Nutzung von Zahlungsmitteln Entgelte zu verlangen, die über die Kosten hinausgehen, die dem Unternehmer für die Nutzung solcher Zahlungsmittel entstehen.

9.1. Einleitung

Artikel 19 gilt für die Verwendung von „Zahlungsmitteln“. Da dieser Begriff in keiner Weise näher bestimmt wird, sollte Artikel 19 auf sämtliche Zahlungsmittel angewendet werden, Barmittel eingeschlossen.

Im Zusammenhang mit der Abwicklung von Zahlungen unter Benutzung von **Zahlungskarten (Bankkarten)** hat Artikel 19 derzeit für 13 Mitgliedstaaten, die von der in Artikel 52 Absatz 3 der Richtlinie über Zahlungsdienste²⁶ angebotenen Option, Aufschläge zu verbieten, Gebrauch gemacht haben, keine Relevanz.

Darüber hinaus hat die Kommission am 24. Juli 2013 Maßnahmen²⁷ vorgeschlagen, um für die meisten Kreditkartenzahlungen die Berechnung von Aufschlägen unter Verbot zu stellen. Speziell im Vorschlag zur Änderung der Zahlungsdienste-Richtlinie werden Aufschläge bei Karten, für die die sogenannten multilateralen Interbankenentgelte²⁸ reguliert sind, und die einen Anteil von über 95 % am Zahlungskartenmarkt haben, verboten.

9.2. Definition von „Entgelte“

Artikel 19 sollte auf Entgelte jeder Art angewendet werden, die in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Zahlungsmittel stehen, und zwar unabhängig davon, wie diese den Verbrauchern präsentiert werden.

- *Beispielsweise sollten als **Verwaltungs-, Buchungs- oder Bearbeitungsgebühren** bezeichnete Entgelte, die üblicherweise im Onlinebuchungssektor eingesetzt werden, insbesondere durch Fluglinien und Fährunternehmen, sowie beim*

²⁶ [Richtlinie 2007/64/EG](#) vom 13. November 2007 über Zahlungsdienste im Binnenmarkt, zur Änderung der Richtlinien 97/7/EG, 2002/65/EG, 2005/60/EG und 2006/48/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 97/5/EG. Artikel 52 Absatz 3 lautet: „(3) Der Zahlungsdienstleister darf dem Zahlungsempfänger nicht verwehren, vom Zahler für die Nutzung eines bestimmten Zahlungsinstruments ein Entgelt zu verlangen oder ihm eine Ermäßigung anzubieten. Die Mitgliedstaaten können jedoch das Recht auf Erhebung von Entgelten untersagen oder begrenzen, um der Notwendigkeit Rechnung zu tragen, den Wettbewerb und die Nutzung effizienter Zahlungsinstrumente zu fördern.“

²⁷ [Vorschlag für eine Richtlinie](#) über Zahlungsdienste im Binnenmarkt, zur Änderung der Richtlinien 2002/65/EG, 2013/36/EU und 2009/110/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 2007/64/EG (COM/2013/0547 final); [Vorschlag für eine Verordnung](#) des Europäischen Parlaments und des Rates über Interbankenentgelte für kartengebundene Zahlungsvorgänge (COM/2013/0550 final).

²⁸ Multilaterale Interbankenentgelte sind auf multilateraler Ebene abgestimmte Entgelte, die zwischen den Zahlungsdienstleistern des Zahlers/Verbrauchers und des Zahlungsempfängers/Unternehmers zu entrichten sind. In Artikel 55 Absatz 4 des Vorschlags für eine Richtlinie ist vorgesehen, Aufschläge für die bei den Verbrauchern gebräuchlichsten Debit- und Kreditkartensystemen (wie Visa und MasterCard), für die der Vorschlag für eine Verordnung Obergrenzen der Interbankenentgelte enthält, zu untersagen. Nicht gelten wird das Verbot von Aufschlägen für Karten ohne Obergrenzen, zu denen insbesondere die Geschäftskarten (wie Firmenkarten) und Karten, die nicht von Banken ausgegeben wurden, sondern von sogenannten Drei-Parteien-Systemen (wie z. B. American Express oder Diners), gehören. In Artikel 11 Absatz 3 des Vorschlags für eine Verordnung wird bekräftigt, dass für derartige Zahlungsvorgänge weiterhin Artikel 19 der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher gilt, damit verhindert wird, dass ein Unternehmer überhöhte Gebühren erhebt, die über die Kosten hinausgehen, die er zu tragen hat, weil er das betreffende Zahlungsmittel akzeptiert hat.

Onlineverkauf von Veranstaltungstickets, unter Artikel 19 fallen, wenn sie sich vermeiden lassen, indem ein spezielles Zahlungsmittel zum Einsatz kommt.

Preisnachlässe, die Verbrauchern gewährt werden, wenn diese ein bestimmtes Zahlungsmittel nutzen (am gebräuchlichsten ist in diesem Zusammenhang der Bankeinzug), sollten nicht automatisch so verstanden werden, dass alle anderen zu Gebote stehenden Zahlungsmittel im Sinne von Artikel 19 als Entgelte zu werten sind. Denn der „Preisnachlass“ kann seine Ursache in dem berechtigten Interesse des Unternehmers haben, zur Verwendung bestimmter Zahlungsmittel anzuregen, die für seine Unternehmensstruktur am effizientesten sind und bei denen er die Kosten für den Einsatz einiger anderer Zahlungsmittel nicht tragen muss.²⁹

Es lässt sich jedoch nicht ausschließen, dass Aufschläge im Sinne dieses Artikels erzielt werden, indem für verschiedene Zahlungsmittel identische oder unterschiedliche Preisnachlässe gewährt werden und beispielsweise nur ein oder zwei Zahlungsmethoden von der Nachlassregelung ausgeschlossen werden. Jede Rabattregelung müsste auf Einzelfallbasis auf ihre Vereinbarkeit mit Artikel 19 überprüft werden.

Artikel 19 sollte Unternehmer nicht daran hindern, für ein und dieselbe Ware oder Dienstleistung unterschiedliche Preise zu erheben, wenn diese über verschiedene Vertriebskanäle abgesetzt werden:

- *Beispielsweise kann für eine Konzerteintrittskarte, die unmittelbar im Theater verkauft wird, ein höherer Preis erhoben werden als an anderen Verkaufsorten.*

9.3. Definition der dem Unternehmer entstehenden „Kosten“

9.3.1. Die Händlergebühr (Merchant Service Charge) und andere direkte Kosten für die Bearbeitung von Kartenzahlungen

In der Richtlinie wird der Begriff der „dem Unternehmer entstehenden Kosten“, auf den in Artikel 19 Bezug genommen wird, weder definiert noch im Einzelnen bestimmt.

Für die meisten Unternehmer ist die **Händlergebühr** der größte Einzelbestandteil der Kosten, die durch die Annahme von Kartenzahlungen entstehen. Die Händlergebühr umfasst im Allgemeinen Folgendes:

- 1) das Interbankenentgelt, das von der Bank des Unternehmers (der Händlerbank) an den Kartenaussteller gezahlt wird;
- 2) die Entgelte, die von der Bank des Unternehmers an das Drei-Parteien-System gezahlt werden (z. B. Visa oder MasterCard) und
- 3) die von der Bank des Unternehmers zur Deckung der Kosten und zu Gewinnzwecken einbehaltene Marge.

²⁹ Insbesondere gestattet es das Lastschriftverfahren dem Unternehmer, die Einnahmen vorzusagen (Cashflow). Der Preisnachlass bei Nutzung des Lastschriftverfahrens wird daher unter Umständen weniger für die Nutzung eines speziellen Zahlungsmittels eingeräumt, sondern vielmehr um den Verbraucher zu veranlassen, regelmäßige Zahlungen zu festen Terminen zu leisten.

Bei Kreditkartengeschäften wird die Händlergebühr im Regelfall auf einen bestimmten Prozentsatz des Transaktionswertes festgesetzt, bei Debitkartentransaktionen ist dagegen ein pauschaler Satz üblicher, wenn auch nicht in allen Fällen. Je nach Umsatz, Branche und anderen Merkmalen des Unternehmers schwankt die Händlergebühr erheblich.

Darüber hinaus **gibt es Fälle, in denen der Unternehmer an die Händlerbank oder einen Zahlungsverkehrsdienstleister Transaktions- oder Mehraufwandgebühren zahlen muss.**

Zahlungsverkehrsdienstleister helfen manchen Einzelhändlern beim Akzeptieren sicherer Zahlungen und können für die Bereitstellung von Zahlungsfunktionen, Betrugsaufdeckungs- und Verwaltungsdiensten und/oder Leistungen, die üblicherweise von Händlerbanken erbracht werden, Gebühren erheben.³⁰

9.3.2. *Indirekt mit der Abwicklung von Zahlungen in Zusammenhang stehende allgemeine Betriebskosten*

In der Regel tragen die Unternehmer die sonstigen Betriebskosten, die mittelbar mit der Annahme oder Verarbeitung von Zahlungen auf der Grundlage der verwendeten Mittel in Zusammenhang gebracht werden können. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Verwaltungskosten, Geräteeinrichtungs- und Installationsgebühren sowie mit dem Betrugs- und Risikomanagement verbundene Kosten.

9.3.3. *Anrechenbare Kosten, die ein Entgelt für die Nutzung von Zahlungsmitteln rechtfertigen*

Nur **unmittelbar auf Rechnung des Unternehmers gehende Entgelte** für die Verwendung eines Zahlungsmittels sollten als „Kosten“ des betreffenden Zahlungsmittels im Sinne von Artikel 19 gelten.

Bei den Kosten, die dem Unternehmer entstehen und zu Recht als Grundlage für die den Verbrauchern in Rechnung gestellten Entgelte herangezogen werden können, handelt es sich um die **Händlergebühr und die Transaktionskosten bzw. Gemeinkosten, die für einen Teil oder die Gesamtheit der Leistungen im Rahmen des Händlerservice, der üblicherweise von den Händlerbanken erbracht wird, an Zahlungsverkehrsdienstleister gezahlt wurden.** In solchen Fällen setzt sich der Dienstleister in der Regel mit der Händlerbank auseinander und tritt als Ansprechpartner für die Händler in Erscheinung, wobei

³⁰ Zahlungsverkehrsdienstleister helfen manchen Einzelhändlern beim Akzeptieren sicherer Zahlungen über das Internet oder bei anderen Transaktionen des Typs „Karteninhaber nicht anwesend“ wie über Callcenter oder im Versandhandel. Sie können Gebühren erheben für: i) die Bereitstellung von Geräten und Diensten, die für das Akzeptieren von Onlinezahlungen und anderen Arten der Fernbezahlung erforderlich sind, wie z. B. Zahlungsfunktionen für Einzelhändlerwebseiten und/oder ii) die Bereitstellung von Betrugsaufdeckungs- und Verwaltungsleistungen (auf die sich manche Zahlungsverkehrsdienstleister spezialisieren) und/oder die Bereitstellung mancher oder sämtlicher Leistungen des Händlerservice, der üblicherweise von den Händlerbanken erbracht wird, bis hin zur vollständigen Transaktionsverarbeitung. In diesen Fällen setzt sich der Dienstleister in der Regel mit der Händlerbank auseinander und agiert als Ansprechpartner für den Händler, der einen Aufschlag auf die entsprechenden Gebühren des Acquiring-Dienstleisters erhebt.

er für die betreffenden Dienstleistungen einen Aufschlag auf die Gebühren der Händlerbank in Rechnung stellt.

Die Entscheidung, ob beispielsweise die Bereitstellung der folgenden Artikel/Dienstleistungen ausgelagert werden soll, liegt beim Unternehmer:

- Erwerb und Instandhaltung von Kassenausrüstungen wie Chip- & PIN-Geräte;
- Betrugsüberwachung und Sicherstellung der von allen größeren Kartenanbietern geforderten Einhaltung der Datensicherheitsstandards der Zahlungskartenbranche (PCI DSS) als Beitrag zur Verhinderung von Betrug;
- Entwicklung und Betreiben der Infrastruktur zur Abwicklung von Kartenzahlungen, wie z. B. Zahlungsfunktionen für Webseiten oder Callcenter und
- Mitarbeiterschulungen.

Die Kosten der Geräte für die Abwicklung des Zahlungsverkehrs, die Betrugsüberwachung, die Betrugsbekämpfung und ähnliche Dienstleistungen sollten nicht unter den Begriff „Kosten“ im Sinne von Artikel 19 gefasst, sondern unabhängig davon, ob die Leistungen vom Unternehmer unmittelbar erbracht oder ausgelagert werden, stattdessen als allgemeine Betriebskosten angesehen werden. Im Falle ihrer Auslagerung werden sie im Allgemeinen getrennt von den „Gemeinkosten“ bzw. Händlergebühren als dem wichtigsten Faktor in Rechnung gestellt.

Die Abwicklung des Zahlungsverkehrs und das Bargeldhandling sind mit **Personalkosten** verbunden, deren quantitative Bestimmung schwierig ist, da sie häufig Bestandteil der allgemeinen Verwaltungskosten sind. Die Kosten des **Betrugs- und Risikomanagements** schwanken zwischen den einzelnen Branchen und Unternehmern erheblich, es wird jedoch davon ausgegangen, dass sie im Allgemeinen aufgrund der Einführung neuer elektronischer Zahlungstechniken rückläufig sind. Auch diese Kosten sollten nicht unter den Begriff „Kosten“ im Sinne von Artikel 19 gefasst, sondern vielmehr als Teil der allgemeinen Betriebskosten angesehen werden.

Dies gilt insbesondere für Unternehmen, die ausschließlich über das Internet Waren verkaufen oder Dienstleistungen erbringen und die nur elektronische Zahlungsmittel akzeptieren. Das Geschäftsmodell dieser Unternehmen beruht ja gerade darauf, dass Personalkosten für die Abwicklung der elektronischen Zahlungsvorgänge und Kosten für das Betrugs- und Risikomanagement entstehen.

Zudem würde, vom praktischen Standpunkt aus betrachtet, die Einbeziehung sämtlicher möglicher Elemente, die, wenn auch nur indirekt, mit einem Zahlungsmittel in Zusammenhang gebracht werden können, in den Begriff „Kosten“ **die Durchsetzung von Artikel 19 erschweren und ihm jede praktische Wirksamkeit („effet utile“)** nehmen. Das ist so, weil beispielsweise in der Öffentlichkeit nur sehr wenige Informationen über die Verwaltungskosten vorliegen und die genauen Geräte- und/oder Installationskosten nur berechnet werden können, indem der Betrag auf eine nicht bekannte Zahl von Transaktionen verteilt wird.

Da allein der Unternehmer in der Lage ist, die einschlägigen Einzelheiten zu den Kosten eines Zahlungsmittels anzugeben, würde die Notwendigkeit, im Einzelfall zu überprüfen, wie hoch die „indirekten Kosten“ des betreffenden Zahlungsmittels sind, einen unverhältnismäßig hohen Durchsetzungsaufwand erfordern und EU-weit zu einem sehr ungewissen und uneinheitlichen Ergebnis führen.

9.4. Zahlungsverkehr in Fremdwährung

Bei Bargeldzahlungen in Fremdwährung handelt es sich ebenfalls um ein „Zahlungsmittel“ im Sinne von Artikel 19. Daher sollte ein Unternehmer die Währungsumrechnung nicht als Methode nutzen, um dem Verbraucher in Wahrheit Aufpreise aufzuerlegen, die keine Rechtfertigung in den tatsächlich aufgetretenen Kosten im Zusammenhang mit der angebotenen Option der Barzahlung in Fremdwährung haben (insbesondere den Kosten des Händlers für die Umrechnung der eingenommenen Mittel).

- *Akzeptiert beispielsweise ein Unternehmer in einer abgelegenen Region ausnahmsweise von einem Touristen eine Barzahlung in Fremdwährung, schließen die anrechenbaren Kosten die Kosten ein, die dem Unternehmer durch den Weg zur nächstgelegenen Bank zum Zwecke des Devisenumtauschs entstehen, sowie etwaige Gebühren, die von der Bank erhoben werden.*
- *Ist jedoch die Annahme ausländischer Barmittel als Zahlungsmittel eine Standardgeschäftspraxis des betreffenden Unternehmers, kommen wohl lediglich die anwendbaren Währungsumtauschgebühren als anrechenbare Kosten in Frage.*

10. TELEFONISCHE KOMMUNIKATION

Artikel 21

Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass der Verbraucher nicht verpflichtet ist, bei einer telefonischen Kontaktaufnahme mit dem Unternehmer mehr als den Grundtarif zu zahlen, wenn der Unternehmer eine Telefonleitung eingerichtet hat, um mit ihm im Zusammenhang mit dem geschlossenen Vertrag telefonisch Kontakt aufzunehmen.

Das Recht von Anbietern von Telekommunikationsdiensten, Entgelte für solche Anrufe zu berechnen, bleibt von Unterabsatz 1 unberührt.

Zweck dieser Bestimmung ist es, die Verbraucher vor zusätzlichen Gebühren zu schützen, wenn sie den Unternehmer, mit dem sie einen Vertrag geschlossen haben, anrufen müssen, beispielsweise wenn sie eine Beschwerde anbringen möchten. Bei Telefongesprächen dieser Art darf der Verbraucher nicht mehr als den „Grundtarif“ zahlen müssen.

Zwar liefert die Richtlinie keine ausdrückliche Definition des Grundtarifs, doch besteht ihr Sinn und Zweck gemäß Artikel 21 in der Forderung an die Unternehmer sicherzustellen, dass

die Verbraucher nicht mehr als die **reinen Kosten** des elektronischen Kommunikationsdienstes für Anrufe zu zahlen haben.

Um dem „Grundtarif“-Erfordernis zu entsprechen, sollten die Unternehmer als Telefonnummern **gewöhnliche (geografische) Festnetz- oder Mobiltelefonnummern** benutzen, die keinem Sondertarifsystem unterliegen.

Nichtgeografische Rufnummern, die von den Anbietern elektronischer Kommunikationsdienste normalerweise in ihre Minutenbündel-Angebote zu einem monatlichen Fixpreis aufgenommen werden, und Nummern, für die keine höheren Gebühren erhoben werden als für Anrufe zu geografischen Rufnummern, wären ebenfalls Beispiele für Rufnummern, für die der Grundtarif erhoben wird.

Dagegen sollten die Unternehmer insbesondere die Benutzung von Rufnummern vermeiden, mit denen sie ganz oder teilweise die Kosten von Callcentern finanzieren können oder bei denen sie mittels Finanzausgleich mit den Anbietern der Telekommunikationsdienste zusätzliche Einnahmen aus den betreffenden Telefongesprächen erzielen können wie bei **Mehrwertdiensten (Premium Rate Service, PRS)**.

Der tatsächliche Preis eines Anrufs beim Unternehmer zu den in Artikel 21 genannten Zwecken wird daher für die verschiedenen Verbraucher weiterhin unterschiedlich ausfallen, je nachdem, welchen elektronischen Kommunikationsdiensteanbieter sie für den betreffenden Anruf wählen.

Der Begriff „Grundtarif“ im Sinne der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher sollte nicht so verstanden werden, als verpflichte er die Unternehmer zur Benutzung gebührenfreier Rufnummern, die für den Anrufer generell kostenlos sind. Er ist auch nicht so auszulegen, als verpflichte er den Unternehmer, sich für einen speziellen Telekommunikationsanbieter zu entscheiden bzw. von der Mobilfunk- zur Festnetztelefonie zu wechseln oder umgekehrt.

Artikel 21 sollte keine Auswirkungen auf die bestehenden Unterschiede zwischen den Roaming-Gebührensätzen für Inlands-, Auslands- und Mobilfunkgespräche haben, die von den Anbietern elektronischer Kommunikationsdienste erhoben werden. Wenn etwa ein Verbraucher einen Verkäufer mit Sitz in einem anderen Mitgliedstaat anruft, so kann es sein, dass er für diesen Anruf mehr zu bezahlen hat als die inländischen Kunden des betreffenden Unternehmers.

11. ZUSÄTZLICHE ZAHLUNGEN

Artikel 22

Bevor der Verbraucher durch den Vertrag oder das Angebot gebunden ist, hat der Unternehmer die ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers zu jeder Extrazahlung einzuholen, die über das vereinbarte Entgelt für die Hauptleistungspflicht des Unternehmers hinausgeht. Hat der Unternehmer vom Verbraucher keine ausdrückliche Zustimmung

eingeholt, sondern sie dadurch herbeigeführt, dass er Voreinstellungen verwendet hat, die vom Verbraucher abgelehnt werden müssen, wenn er die zusätzliche Zahlung vermeiden will, so hat der Verbraucher Anspruch auf Erstattung dieser Zahlung.

Aufgrund von Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe k gilt das in Artikel 22 angeführte Verbot von Voreinstellungen bei der Bereitstellung und Berechnung zusätzlicher Waren/Leistungen auch für die Personenbeförderung. Darüber hinaus gilt es unabhängig davon, ob die zusätzliche Dienstleistung selbst generell Gegenstand der Richtlinie ist. Die gemäß Artikel 22 verbotenen Voreinstellungen würde u. a. für die folgenden Beispiele gelten:

- *eine Expresslieferungsoption oder einen Wartungsvertrag beim Kauf von IT-Geräten;*
- *einen Versicherungsvertrag beim Kauf eines Flugtickets.*

12. ONLINEHANDEL MIT DIGITALEN PRODUKTEN

12.1. Einleitung

In der Richtlinie wird eine gesonderte Kategorie eingeführt: die **„Verträge über digitale Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden“**, auf die in diesem Dokument als „Verträge über digitale Online-Inhalte“ Bezug genommen wird. In der Richtlinie findet sich keine ausdrückliche Definition dieser Verträge, wie jedoch in Erwägungsgrund 19 erläutert wird, **„sollten Verträge über digitale Inhalte, die nicht auf einem körperlichen Datenträger bereitgestellt werden, für die Zwecke dieser Richtlinie weder als Kaufverträge noch als Dienstleistungsverträge betrachtet werden. [...]“**

„Digitale Inhalte“ werden in Artikel 2 Absatz 11 als **„Daten, die in digitaler Form hergestellt und bereitgestellt werden“** definiert. In Erwägungsgrund 19 werden Beispiele dazu genannt: **„Digitale Inhalte‘ bezeichnet Daten, die in digitaler Form hergestellt und bereitgestellt werden, wie etwa Computerprogramme, Anwendungen (Apps), Spiele, Musik, Videos oder Texte, unabhängig davon, ob auf sie durch Herunterladen oder Herunterladen in Echtzeit (Streaming), von einem körperlichen Datenträger oder in sonstiger Weise zugegriffen wird. [...]“**

Diese weit gefasste Definition digitaler Inhalte bedeutet, dass „Verträge über digitale Online-Inhalte“ potenziell eine sehr große Vielzahl von Situationen erfassen können, darunter auch die Bereitstellung von Daten in digitaler Form.

In Anbetracht des Unterschieds, der in Erwägungsgrund 19 gemacht wird, **unterliegen Verträge über digitale Online-Inhalte zudem der Richtlinie selbst dann, wenn sie keine Bezahlung eines Preises durch den Verbraucher vorsehen.** Obwohl in der Richtlinie in Artikel 2 Absätze 5 und 6 ein „Kaufvertrag“ und ein „Dienstleistungsvertrag“ als Verträge beschrieben werden, in deren Rahmen der Verbraucher einen Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt, gibt es in der Richtlinie de facto keine Bestimmung über Verträge über digitale

Online-Inhalte, in der für diese eine ähnliche Forderung erhoben würde, dass nämlich der Verbraucher einen Preis zu zahlen hat.

Durch die Einbeziehung von Verträgen über unentgeltliche digitale Online-Inhalte wird der Anwendungsbereich der Richtlinie beträchtlich erweitert. Da jedoch die Richtlinie für „**Verträge, die zwischen Verbrauchern und Unternehmern geschlossen werden**“ (Artikel 1) gilt, sollte sie nicht auf digitale Online-Inhalte angewendet werden, die ohne ausdrücklichen Abschluss eines Vertrages durch Übermittlung von Informationen im Internet bereitgestellt werden. Der Zugriff auf eine Webseite oder das Herunterladen eines Inhalts von einer Webseite als solches sollten nicht als „Vertrag“ im Sinne der Richtlinie betrachtet werden.

Je nachdem, wie der Bestellvorgang gestaltet wird, können multiple digitale Inhalte im Rahmen eines Einzelvertrags über digitale Online-Inhalte angeboten und erworben werden, zum Beispiel während einer **einzelnen Verbindung (Single Session)** mit der Internetplattform des Unternehmers.

Zudem kann ein Abonnementvertrag in Abhängigkeit von den darin genannten Konditionen die Bereitstellung einer Reihe digitaler Inhalte umfassen. Wäre diese durch einen Abonnementvertrag geregelt, würde daher nicht jede Einzelbereitstellung individueller digitaler Inhalte im Rahmen dieses Vertrags einen neuen „Vertrag“ im Sinne der Richtlinie darstellen.

Bietet dagegen der Anbieter der Plattform oder ein anderer Unternehmer dem Abonnenten spezielle digitale Inhalte an, die nicht unter das Abonnement fallen, wäre die Bereitstellung dieser digitalen Inhalte als neuer Vertrag im Sinne der Richtlinie zu werten.

Umfasst das digitale Produkt **optionale zusätzliche und integrierte Käufe**, so sollte der Verbraucher, bevor er das digitale Produkt erwirbt, ordnungsgemäß informiert werden, dass Angebote für derartige zusätzliche Kaufoptionen gemacht werden können. Diese Anforderung könnte etwa für folgende Beispiele gelten:

- *Anwendungen (Apps), die In-App-Verkäufe wie Zusatzfunktionen oder zusätzliche Ebenen in einem Videospiel umfassen;*
- *Abonnements für audiovisuelle inhaltliche Dienste, die gegen zusätzliches Entgelt angebotene optionale PayPer-View-Inhalte (Spielfilme) einschließen.*

In diesen Fällen sollten die Unternehmer für jede Extrazahlung zusätzlich zu dem Entgelt für die Verpflichtungen des Unternehmers aus dem Hauptvertrag die **ausdrückliche Zustimmung des Verbrauchers** gemäß Artikel 22 der Richtlinie einholen.

Außerdem sollten die Verbraucher im Voraus klar und in deutlich erkennbarer Form über die **Zahlungsmodalitäten** für diese zusätzlichen Käufe informiert werden, und zwar bevor sie sich für das digitale Hauptprodukt, in Verbindung mit dem diese angeboten werden, anmelden.

Die Standard-Voreinstellung für Käufe sollte nicht zulassen, dass ohne ausdrückliche Einwilligung des Verbrauchers (z. B. über ein Passwort oder andere angemessene Mittel) zusätzliche Käufe abgewickelt werden. Wenn das System bei In-App-Käufen ein Zeitfenster für die Gültigkeit der Authentifizierungseinstellungen (z. B. ein Fenster von 15 Minuten) bereitstellt, sollten die Unternehmer nicht automatisch Standardeinstellungen benutzen, sondern stattdessen auch in Bezug auf die Gültigkeitsdauer die ausdrückliche Einwilligung des Verbrauchers einholen.³¹

12.2. Das Widerrufsrecht

In Bezug auf **Verträge über digitale Online-Inhalte** regelt Artikel 16 Buchstabe m das Widerrufsrecht wie folgt: *„[Die Mitgliedstaaten sehen bei ... Verträgen kein Widerrufsrecht ... vor, wenn]: (m) digitale Inhalte geliefert werden, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, wenn die Ausführung mit vorheriger ausdrücklicher Zustimmung des Verbrauchers und seiner Kenntnisnahme, dass er hierdurch sein Widerrufsrecht verliert, begonnen hat.“*

Artikel 16 Buchstabe m verfolgt ein ähnliches Ziel wie das in Artikel 16 Buchstabe i, mit dem in einer versiegelten Packung gelieferte Datenträger (CD, DVD usw.) vom Widerrufsrecht ausgeschlossen werden, wenn der Verbraucher die Versiegelung entfernt hat. Dementsprechend ist der Verbraucher in diesen beiden Fällen, anders als beim Widerruf der Leistungserbringung (siehe Abschnitt 6.5), nicht berechtigt, den digitalen Inhalt während der Widerrufsfrist zu „testen“.

Folglich würde der Verbraucher das Widerrufsrecht verlieren, sobald die Ausführung des Vertrags mit seiner Zustimmung und seiner Kenntnisnahme, dass er dieses Recht verliert, begonnen hat – etwa mit Beginn des Herunterladevorgangs oder Streamings eines Videos oder einer Audiodatei. Stellt ein Unternehmer einen Internetlink zum Auslösen eines Streaming- oder Herunterladevorgangs bereit, so verliert der Verbraucher das Widerrufsrecht, sobald er den Link aktiviert.

„Ausdrückliche“ Zustimmung und Kenntnisnahme im Sinne von Artikel 16 Buchstabe m sind analog zu den Vorschriften in Artikel 22 über die ausdrückliche Zustimmung zu Extrazahlungen für zusätzliche Leistungen auszulegen. Dies bedeutet, dass der Verbraucher **zustimmend handeln** muss, beispielsweise ein Kästchen auf der Webseite des Unternehmers anklicken. Die Äußerung von Zustimmung und Kenntnisnahme mittels eines bereits als Voreinstellung angekreuzten Kästchens oder durch Akzeptierung der allgemeinen Geschäftsbedingungen ist nicht geeignet, die Anforderungen von Artikel 16 Buchstabe m zu erfüllen.

Die ausdrückliche Zustimmung und Kenntnisnahme des Verbrauchers kann beispielweise in einer Erklärung folgenden Wortlauts zum Ausdruck gebracht werden:

³¹ Siehe [IP/14/187](#) vom 27.2.2014 und [Common Position](#) of the national consumer enforcement authorities on consumer protection in relation to „in-app purchases“ for on-line games.

- [] *Hiermit erteile ich meine Zustimmung zur unverzüglichen Ausführung des Vertrags und nehme zur Kenntnis, dass ich mein Recht auf Widerruf des Vertrags verliere, sobald das Herunterladen oder Streaming des digitalen Inhalts beginnt.*

Werden digitale Online-Inhalte zu diesen Bedingungen bereitgestellt, würden damit zugleich die Informationen über die nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe k erforderliche Ausnahme vom Widerrufsrecht übermittelt. Damit wäre es nicht mehr erforderlich, die Information nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h einschließlich der in Anhang I Teil B enthaltenen Muster-Widerrufsbelehrung bereitzustellen.

Zudem besteht für die Unternehmer gemäß Artikel 8 Absatz 7 eigens die Pflicht, in die Bestätigung des geschlossenen Vertrags die vor Beginn der Vertragserfüllung erteilte **Bestätigung der vorgenannten Zustimmung und Kenntnisnahme** aufzunehmen (siehe auch Abschnitt 5.4 „Bestätigung des Vertrags“).

Sind diese Voraussetzungen nicht in vollem Umfang erfüllt, so gilt Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b, und der Verbraucher ist berechtigt, entweder für den erhaltenen Inhalt nicht zu bezahlen oder die bereits gezahlten Beträge erstattet zu bekommen:

Artikel 14

(4) Der Verbraucher hat nicht aufzukommen für:

[...]

b) die vollständige oder teilweise Bereitstellung von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden, wenn:

i) der Verbraucher sich nicht zuvor ausdrücklich damit einverstanden erklärt hat, dass die Erfüllung des Vertrags vor Ablauf der Frist von 14 Tagen gemäß Artikel 9 beginnt, oder;

ii) der Verbraucher nicht zur Kenntnis genommen hat, dass er mit seiner Zustimmung sein Widerrufsrecht verliert, oder

iii) der Unternehmer es unterlassen hat, eine Bestätigung gemäß Artikel 7 Absatz 2 oder Artikel 8 Absatz 7 zur Verfügung zu stellen.

Ist der Unternehmer nicht seiner Verpflichtung nachgekommen, eine Bestätigung der Zustimmung und Kenntnisnahme des Verbrauchers gemäß Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b Ziffer iii zur Verfügung zu stellen, so sollte der Rechtsbehelf gemäß Artikel 14 Absatz 4 Buchstabe b selbst dann gelten, wenn der Verbraucher das Widerrufsrecht gemäß Artikel 16 Buchstabe m verloren hat.

12.3. Informationspflichten

Zusätzlich zu den in Abschnitt 4 erörterten sonstigen vorvertraglichen Informationspflichten unterliegen Anbieter digitaler Inhalte besonderen Informationspflichten zur Funktionsweise und Interoperabilität digitaler Inhalte gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben r und s (für Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge; die gleichen Anforderungen für innerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge sind Artikel 5 Absatz 1 Buchstaben g und h zu entnehmen):

Artikel 6 Absatz 1

r) gegebenenfalls die Funktionen digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte;

s) gegebenenfalls - soweit wesentlich - die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein dürfte;

Erwägungsgrund 19 enthält die folgende Erläuterung: „[...] Der Begriff der **Funktionsweise** sollte sich darauf beziehen, wie digitale Inhalte verwendet werden können, etwa für die Nachverfolgung des Verhaltens des Verbrauchers; er sollte sich auch auf das Vorhandensein bzw. Nichtvorhandensein von technischen Beschränkungen wie den Schutz mittels digitaler Rechteverwaltung oder Regionalcodierung beziehen. Der Begriff der wesentlichen **Interoperabilität** beschreibt die Information in Bezug auf die standardmäßige Umgebung an Hard- und Software, mit der die digitalen Inhalte kompatibel sind, etwa das Betriebssystem, die notwendige Version und bestimmte Eigenschaften der Hardware. [...]“

In Anbetracht der großen Vielfalt an digitalen Produkten dürfte es nicht sinnvoll sein, eine umfassende Liste der Funktionsweise- und Interoperabilitätsparameter aufzustellen, die sich auf sämtliche digitalen Produkte anwenden lassen. Der Unternehmer sollte die Notwendigkeit der Bereitstellung dieser Information je nach den Eigenschaften des konkreten Produkts selbst einschätzen. Die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebende nachfolgende Liste macht die Hauptparameter für Funktionsweise und Interoperabilität deutlich und kann als Checkliste genutzt werden, wenn die Entscheidung ansteht, welche Information zu einem spezifischen Produkt bereitgestellt werden soll.

12.3.1. Funktionsweise

Dem einzelnen Produkt entsprechend sollten die folgenden Informationen gegeben werden:

- 1) die Sprache des Inhalts und - sofern sie sich von dieser unterscheidet - die Sprache etwaiger dem Inhalt beigefügter Anleitungen;
- 2) die Methode der Inhaltebereitstellung: z. B. Streaming, Online, einmaliges Herunterladen, Möglichkeit des Herunterladens für eine bestimmte Zeit;
- 3) bei Video- oder Audiodateien: die Abspieldauer des Inhalts;
- 4) bei herunterladbaren Dateien: Dateityp und -größe;

- 5) eine Aussage dazu, ob der Unternehmer oder ein Dritter verpflichtet ist, das Produkt zu warten oder zu aktualisieren, oder ob keine derartige Verpflichtung besteht;
- 6) etwaige Bedingungen für die Nutzung des Produkts, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit der Interoperabilität stehen, wie zum Beispiel:
 - a. Tracking und/oder Personalisierung;
 - b. die Notwendigkeit einer Internetverbindung für die Benutzung des Produkts und der technischen Anforderungen an die Verbindung (wie zum Beispiel die Download- und Upload-Mindestgeschwindigkeit);
 - c. die Notwendigkeit, dass andere Nutzer über eine spezielle Software verfügen (z. B. Kommunikationssoftware).
- 7) etwaige Einschränkungen der Nutzung des Produkts:
 - a. Einschränkungen der Häufigkeit oder der Dauer, mit der ein digitales Produkt angesehen, gelesen oder genutzt werden kann;
 - b. Einschränkungen der Wiederverwendung der Inhalte für Zwecke wie die Erstellung privater Kopien;
 - c. durch den Standort des Gerätes des Verbrauchers bedingte Einschränkungen;
 - d. etwaige Funktionsweisen, die von zusätzlichen Käufen abhängig gemacht werden, wie kostenpflichtige Inhalte, Clubmitgliedschaften oder zusätzliche Hard- oder Software.

12.3.2. Interoperabilität

Die Informationen über die Interoperabilität beziehen sich auf Angaben zu den Geräten, mit denen die Inhalte genutzt werden können; dies sollte gegebenenfalls auch Angaben zum erforderlichen Betriebssystem sowie zu zusätzlicher Software (einschließlich Versionsnummer) und zusätzlicher Hardware (z. B. Prozessorgeschwindigkeit und Grafikkartenfunktionen) umfassen.

ANHANG I – MUSTER FÜR DIE DARSTELLUNG VON VERBRAUCHERINFORMATIONEN ZU DIGITALEN ONLINE-PRODUKTEN

Mit dem Muster wird bezweckt, die Bereitstellung einheitlicher und vergleichbarer Verbraucherinformationen zu ermöglichen und die Branche dabei zu unterstützen, den in der Richtlinie festgelegten Informationspflichten für digitale Produkte nachzukommen.

Mit dem Muster wird den Unternehmern eine der Möglichkeiten aufgezeigt, wie sie die erforderlichen vorvertraglichen Informationen über ein digitales Produkt gemäß Artikel 8 Absätze 2 und 4 der Richtlinie (wie im vorstehenden Abschnitt 5 erläutert) zur Verfügung stellen können. Es schränkt nicht das Recht des Unternehmers ein, die erforderliche Information in einer anderen rechtlich zulässigen Form zu übermitteln.

Um einem Kommunikationsmittel oder Waren bzw. Dienstleistungen „angemessen“ zu sein, wie in Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a gefordert, sollte die Beschreibung der wesentlichen Eigenschaften des digitalen Produkts auch Informationen zu dessen Funktionsweise und Interoperabilität umfassen, ohne die die Verbraucher womöglich nicht einschätzen können, ob das Produkt ihren Anforderungen gerecht wird:

- *Beispielsweise kann der Dateityp nützlich sein, damit ein Verbraucher beurteilen kann, ob ein Musiktitel zum Herunterladen in seine bestehende Musiksammlung passt, die z. B. aus unkomprimierten Mediendateien bestehen kann. Für die gestreamte Musikwiedergabe spielt dagegen der Dateityp vielleicht eine weniger wichtige Rolle.*
- *So sind für preiswerte Mobiltelefonanwendungen unter Umständen keine Informationen über Update-Bedingungen erforderlich, während der Verbraucher für eine Office-Suite oder einen Virens scanner derartige Angaben benötigen würde.*

Die Unternehmer sollten dabei möglichst auf die in den folgenden Beispielen gezeigten Informationskategorien, die tabellenartige Darstellung und die Reihenfolge der einzelnen Informationen zurückgreifen. Weitere Grafikelemente wie Schriftart oder Farben könnten die Unternehmer dem jeweiligen Verkaufsumfeld anpassen.

Symbole zur Veranschaulichung der einschlägigen Informationskategorien


 **Anbieter**  Name des Unternehmers


 **Funktionsweise**


 Sprache	 Internetverbindung
 Dauer	 Geografische Einschränkungen
 Dateityp	 Updates
 Größe	 Tracking
 Zugriffsart	 Auflösung
 Zugriffsbedingungen	

 **Interoperabilität**

 Hardware und Software

 **Preis**

 Preis

 Optionale Kosten

 **Vertrag**

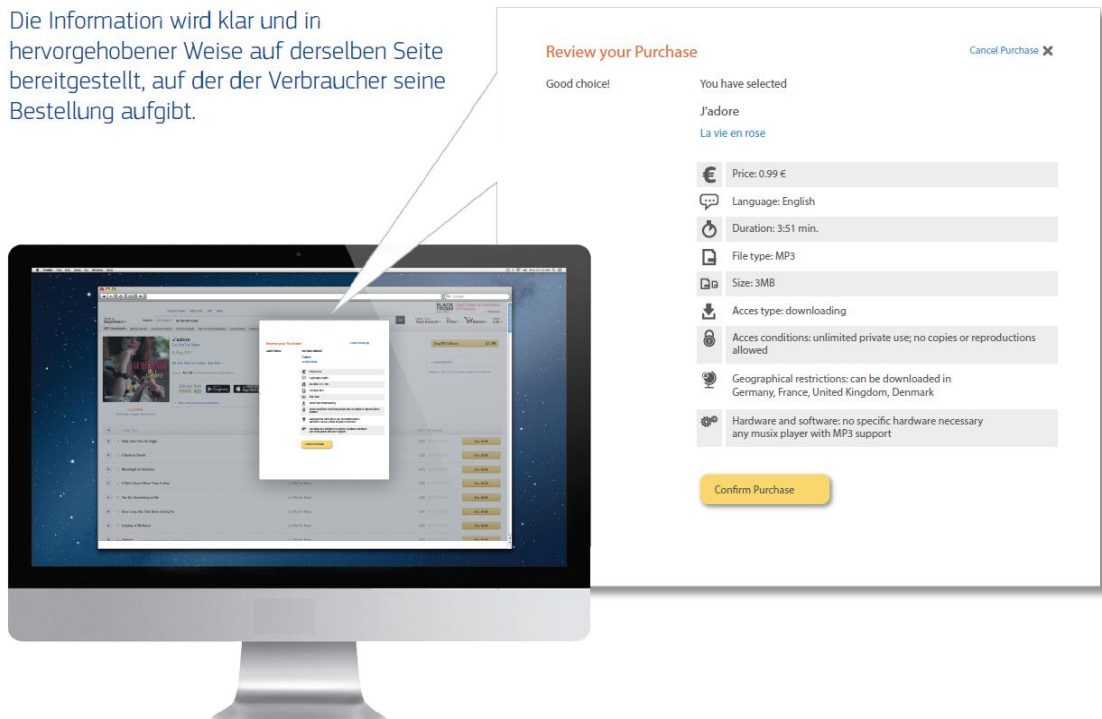
 Vertragslaufzeit

 Kündigung

 Widerrufsrecht

Beispiel: Benutzeroberfläche

Die Information wird klar und in hervorgehobener Weise auf derselben Seite bereitgestellt, auf der der Verbraucher seine Bestellung aufgibt.












Review your Purchase Cancel Purchase ✕

Good choice!

You have selected

J'adore
La vie en rose

-  Price: 0.99 €
-  Language: English
-  Duration: 3:51 min.
-  File type: MP3
-  Size: 3MB
-  Access type: downloading
-  Access conditions: unlimited private use; no copies or reproductions allowed
-  Geographical restrictions: can be downloaded in Germany, France, United Kingdom, Denmark
-  Hardware and software: no specific hardware necessary any music player with MP3 support

Confirm Purchase

Beispiel: Smartphone-Umgebung

Die Information ist auf einer zusätzlichen Seite verfügbar, zusammen mit der Schaltfläche für den Vertragsabschluss

1 "Kaufen" anklicken 2 Extraansicht 3 Spezielle Information angezeigt

	Main characteristics
	Trader
	Price
	Language
	File type
	Size
	Access type
	Access conditions

can be downloaded to up to 5 devices registered by this user within the next 6 months

Beispiel: Musiktitel zum Herunterladen

- 1. **Wesentliche Merkmale:** 1. „Shoo-be-doo“, Titel 9 des Albums „La Vie en Rose“ von The Fabric Softeners

- 2. **Gesamtpreis:** 0,99 €

- 3a. **Funktionalität:**
 - Sprache:** Englisch
 - Dauer:** 3,51 min
 - Dateityp:** MP3
 - Größe:** 2 MB
 - Zugriffsart:** Herunterladen
 - Zugriffsbedingungen:** keine Einschränkung der Benutzung für private Zwecke; Kopien oder Reproduktionen nicht gestattet
 - Geografische Einschränkungen:** Herunterladen in Deutschland, Frankreich, dem Vereinigten Königreich und Dänemark gestattet

- 3b. **Interoperabilität:** **Hardware und Software:** keine spezielle Hardware erforderlich, jeder MP3-Player

Beispiel: Wettervorhersage-Anwendung

1. Wesentliche Merkmale:	 Wettervorhersage-Anwendung
2. Gesamtpreis:	 1,89 EUR
3. Anbieter:	 Dreams'app
4a. Funktionalität:	 Sprache: Englisch, Anleitung: Englisch
	 Dateityp: .EXE
	 Größe: 3 MB
	 Zugriffsart: Herunterladen
	 Zugriffsbedingungen: kann innerhalb von 6 Monaten auf bis zu fünf vom gleichen Nutzer registrierte Geräte heruntergeladen werden
	 Aggiornamenti: Verbesserung von Stabilität und Funktionsweise
	 Tracking: Wir verarbeiten Informationen über Ihre Nutzung des Produkts zu Marktforschungszwecken.
4b. Interoperabilität:	 Internetverbindung: zum Herunterladen aktueller Wetterinformationen erforderlich
	 Geografische Einschränkungen: keine
	 Hardware und Software: Windows Phone 8

Beispiel: Video-on-Demand-Abonnement

1. Wesentliche Merkmale:	 Monatsabonnement für HD-Video-on-Demand-Dienst. Über 1000 Spielfilme im Angebot mit regelmäßigen Neuzugängen (sehen Sie hier die aktuelle Liste ein)
2. Gesamtpreis:	 Gesamtpreis: 9,90 EUR monatlich
	 Optionale Kosten: gekennzeichnete Spielfilme nur gegen zusätzliche Zahlung erhältlich (sehen Sie hier die aktuelle Liste ein)
3a. Funktionalität:	 Sprache: Webseite und Anleitung: Englisch, Französisch, Italienisch
	 Dateityp: Windows Media
	 Auflösung: Full-HD (1920×1080p)
	 Zugriffsart: Streaming
	 Zugriffsbedingungen: keine Einschränkung des Zugriffs auf Spielfilme während der Bezugsfrist; Aufzeichnung oder Kopien nicht gestattet
	 Tracking: Wir verarbeiten Informationen über Ihre Nutzung des Produkts zu Marktforschungszwecken.
	 Internetverbindung: für optimale Leistung mindestens 10 Mbit/s Downloadgeschwindigkeit erforderlich
3b. Interoperabilität:	 Hardware und Software: neuerer PC, Windows 7 oder neuer, Windows Media Playe
	 Laufzeit: unbestimmt, mindestens 6 Monate
4. Vertrag:	 Kündigung: einen Monat im Voraus per E-Mail an terminate@filmcountry.it; frühere Kündigung ist möglich, es sind jedoch mindestens 6 Monate zu bezahlen

Anhang II – Verbraucherinformationspflichten in der Richtlinie über die Rechte der Verbraucher, der Dienstleistungsrichtlinie und der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
Anwendungsbereich	Verträge, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher geschlossen werden, vorbehaltlich der in Artikel 3 Absatz 3 genannten Ausnahmen.	Dienstleistungen, die von Dienstleistungserbringern im Niederlassungsmitgliedstaat oder vorübergehend grenzüberschreitend erbracht werden (im Rahmen der Dienstleistungsfreiheit). Gilt für alle Dienstleistungen mit Ausnahme derer, die in Artikel 2 ausdrücklich ausgeschlossen werden.	„Dienste der Informationsgesellschaft“ nach Definition der Richtlinie 98/34/EG , d. h. Dienstleistungen, die in der Regel gegen Entgelt im Fernabsatz mittels Geräten für die elektronische Verarbeitung und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbracht werden.
I. Information über den Unternehmer			
I.1. Name	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe b und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe b ³² die Identität des Unternehmers, beispielsweise seinen Handelsnamen;	Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe a Name des Dienstleistungserbringers, sein Rechtsstatus und seine Rechtsform;	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe a Name des Diensteanbieters;
I.2. Anschrift und sonstige Kontaktdaten	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe b [...] die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, sowie seine Telefonnummer; Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c die Anschrift des Ortes, an dem der Unternehmer niedergelassen ist, und gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse, damit der Verbraucher schnell Kontakt zu ihm aufnehmen	Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe a Geografische Anschrift, unter der er niedergelassen ist, und Angaben, die, gegebenenfalls auf elektronischem Weg, eine direkte Kommunikation mit ihm ermöglichen; Artikel 27 (1) Die Mitgliedstaaten ergreifen die erforderlichen allgemeinen Maßnahmen, um sicherzustellen, dass die Dienstleistungserbringer Kontaktdaten, insbesondere	Artikel 5 Absatz 1 Buchstaben b bis c die geographische Anschrift, unter der der Diensteanbieter niedergelassen ist, und Angaben zum Diensteanbieter, einschließlich seiner Adresse der elektronischen Post;

³²

In Artikel 6 Absatz 1 sind die Informationspflichten für Fernabsatzverträge und außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene Verträge genannt, während in Artikel 5 Absatz 1 diese Pflichten für andere (innerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossene) Verträge aufgeführt sind.

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
	und effizient mit ihm kommunizieren kann, sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt; Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe d falls diese von der gemäß Buchstabe c angegebenen Anschrift abweicht, die Geschäftsanschrift des Unternehmers und gegebenenfalls die Geschäftsanschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann;	eine Postanschrift, eine Faxnummer oder eine E-Mail-Adresse und eine Telefonnummer angeben, an die alle Dienstleistungsempfänger, auch diejenigen, die in einem anderen Mitgliedstaat ansässig sind, direkt eine Beschwerde oder eine Bitte um Information über die erbrachte Dienstleistung richten können. Die Dienstleistungserbringer teilen ihre Firmenanschrift mit, falls diese nicht ihre übliche Korrespondenzanschrift ist.	
I.3. Handelsregister oder anderes öffentliches Register (sofern zutreffend)		Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe b der Name des Registers und die Nummer der Eintragung des Dienstleistungserbringers oder eine gleichwertige in diesem Register verwendete Kennung;	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d das Handelsregister, in das der Diensteanbieter eingetragen ist, und seine Handelsregisternummer oder eine gleichwertige in diesem Register verwendete Kennung;
I.4. Umsatzsteuer-ID-Nr.		Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe d falls der Dienstleistungserbringer eine Tätigkeit ausübt, die der Mehrwertsteuer unterliegt, die Identifikationsnummer gemäß Artikel 22 Absatz 1 der Sechsten Richtlinie 77/388/EWG;	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe g in Fällen, in denen der Diensteanbieter Tätigkeiten ausübt, die der Mehrwertsteuer unterliegen, die Identifikationsnummer gemäß Artikel 22 Absatz 1 der Sechsten Richtlinie 77/388/EWG;
I.5. Besondere Anforderungen für		Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe e der Berufsverband oder eine ähnliche Einrichtung, dem	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe f - gegebenenfalls der Berufsverband, die Kammer

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
reglementierte Berufe		<p>oder der der Dienstleistungserbringer angehört, sowie die Berufsbezeichnung und den Mitgliedstaat, in dem sie verliehen wurde;</p> <p><i>Auf VERLANGEN des Dienstleistungsempfängers (Artikel 22 Absatz 3 Buchstabe b)</i></p> <p>ein Verweis auf die im Niederlassungsmitgliedstaat geltenden berufsrechtlichen Regeln und wie diese zugänglich sind;</p>	<p>oder eine ähnliche Einrichtung, dem oder der der Diensteanbieter angehört;</p> <p>- die Berufsbezeichnung und der Mitgliedstaat, in der sie verliehen worden ist;</p> <p>- eine Verweisung auf die im Mitgliedstaat der Niederlassung anwendbaren berufsrechtlichen Regeln und Angaben dazu, wie sie zugänglich sind;</p>
I.6. Interessenkonflikt		<p><i>Auf VERLANGEN des Dienstleistungsempfängers (Artikel 22 Absatz 3 Buchstabe c)</i></p> <p>Informationen über ihre multidisziplinären Tätigkeiten und Partnerschaften, die in direkter Verbindung zu der fraglichen Dienstleistung stehen, und über die Maßnahmen, die sie ergriffen haben, um Interessenkonflikte zu vermeiden.</p>	
I.7. Aufsichtsbehörde		<p>Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe c</p> <p>falls die Tätigkeit einer Genehmigungsregelung unterliegt, die Angaben zur zuständigen Behörde oder zum einheitlichen Ansprechpartner;</p>	<p>Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe e</p> <p>soweit für die Tätigkeit eine Zulassung erforderlich ist, die Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde;</p>
II. Vertragsabschluss			
II. 1 Kosten für den Einsatz von	<p>Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f</p> <p>die Kosten für den Einsatz</p>		

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
Fernkommunikationstechnik	der für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationstechnik, sofern diese nicht nach dem Grundtarif berechnet werden;		
II. 2 Technische Schritte			<p>Artikel 10 Absatz 1</p> <p>a) die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen;</p> <p>b) Angaben dazu, ob der Vertragstext nach Vertragsabschluss vom Diensteanbieter gespeichert wird und ob er zugänglich sein wird;</p> <p>c) die technischen Mittel zur Erkennung und Korrektur von Eingabefehlern vor Abgabe der Bestellung;</p> <p>d) die zur Verfügung stehenden Sprachen;</p> <p>Artikel 11 Absatz 1</p> <p>Bestätigung des Eingangs der Bestellung des Nutzers unverzüglich auf elektronischem Wege;</p>
III. Beschreibung des Produkts			
III.1. Merkmale	<p>Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe a und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a</p> <p>die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen in dem für den Datenträger/das Kommunikationsmittel und die Waren oder Dienstleistungen angemessenen Umfang;</p>	<p>Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe j</p> <p>die Hauptmerkmale der Dienstleistung, wenn diese nicht bereits aus dem Zusammenhang hervorgehen;</p>	
III.2.	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe g		

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
Funktionsweise	und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe r gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte;		
III.3. Interoperabilität	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe h und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe s gegebenenfalls — soweit wesentlich — die Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein muss;		
III.4 Angebote zur Verkaufsförderung			Artikel 6 c) Angebote zur Verkaufsförderung müssen als solche erkennbar und leicht zugänglich sein, und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen klar und unzweideutig angegeben werden; d) Preisausschreiben oder Gewinnspiele müssen als solche erkennbar und leicht zugänglich sein, und die Teilnahmebedingungen müssen unzweideutig angegeben werden;
IV. Preis			
	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe c und Artikel 6 Absatz 1	Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe i der Preis der Dienstleistung,	Artikel 5 Absatz 2 soweit Dienste der Informationsgesellschaft auf

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
	<p>Buchstabe e</p> <p>der Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben oder in den Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Ware oder der Dienstleistung vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten [<i>nur Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe e</i>: und alle sonstigen Kosten] oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können;</p> <p>[<i>nur Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe e</i>: Im Falle eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags umfasst der Gesamtpreis die pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten. Wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden, umfasst der Gesamtpreis ebenfalls die monatlichen Gesamtkosten. Wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben];</p>	<p>falls der Preis für eine bestimmte Art von Dienstleistung im Vorhinein festgelegt wurde;</p> <p><i>Auf VERLANGEN des Dienstleistungsempfängers (Artikel 22 Absatz 3 Buchstabe a</i></p> <p>falls der Preis nicht im Vorhinein festgelegt wurde, der Preis der Dienstleistung oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, die Vorgehensweise zur Berechnung des Preises oder ein hinreichend ausführlicher Kostenvoranschlag;</p>	<p>Preise Bezug nehmen, sind diese klar und unzweideutig auszuweisen und insbesondere anzugeben, ob Steuern und Versandkosten in den Preisen enthalten sind.</p>
<p>V. Vertragserfüllung</p>			

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
V.1. Lieferung und Zahlung	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe g [Nur Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d: gegebenenfalls] die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, der Termin, bis zu dem die Waren zu liefern oder die Dienstleistung zu erbringen der Unternehmer sich verpflichtet hat;		
V.2. Bearbeitung von Beschwerden	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe d und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe g [...] gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden;		
V.3. Finanzielle Sicherheiten	Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe q gegebenenfalls den Hinweis auf die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kautions- oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen;		
V.4. Gesetzliches Gewährleistungsrecht	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe e und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe l [...] den Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren [...];		
V.5. Gewerbliche Garantien und	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe e [...] das Bestehen und die Bedingungen von	Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe h gegebenenfalls das Vorliegen einer gesetzlich nicht	

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
Kundendienst	Kundendienstleistungen nach dem Verkauf und gewerblichen Garantien; Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe m gegebenenfalls den Hinweis auf das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und gewerblichen Garantien	vorgeschriebenen nachvertraglichen Garantie;	
VI. Geltungsdauer des Vertrags			
VI.1. Laufzeit und Kündigung des Vertrags	Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe f und Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe o gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge; Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe p gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht;		
VI.2. Widerrufsrecht	Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe k kein Widerrufsrecht und die Umstände, unter denen der Verbraucher sein Widerrufsrecht verliert; Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe h die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts sowie das Muster-		

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
	<p>Widerrufsformular;</p> <p>Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe i</p> <p>Verpflichtung des Verbrauchers, die Kosten für die Rücksendung der Waren zu tragen, und die Kosten für die Rücksendung der Waren;</p> <p>Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe j</p> <p>Verpflichtung des Verbrauchers, dem Unternehmer im Falle des Widerrufs einen angemessenen Betrag zu leisten;</p>		
VII. Rechtsrahmen			
VII.1. Allgemeine Bedingungen		<p>Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe f</p> <p>gegebenenfalls die vom Dienstleistungserbringer verwendeten allgemeinen Geschäftsbedingungen und Klauseln;</p>	<p>Artikel 10 Absatz 3</p> <p>Die Vertragsbestimmungen und die allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen dem Nutzer so zur Verfügung gestellt werden, dass er sie speichern und reproduzieren kann.</p>
VII.2. Anwendbares Recht und Gerichtsstand		<p>Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe g</p> <p>gegebenenfalls das Vorliegen vom Dienstleistungserbringer verwendeter Vertragsklauseln über das auf den Vertrag anwendbare Recht und/oder der Gerichtsstand;</p>	
VII.3. Verhaltenskodizes	<p>Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe n</p> <p>gegebenenfalls den Hinweis auf bestehende einschlägige Verhaltenskodizes und darauf, wie Exemplare davon</p>	<p><i>Auf VERLANGEN des Dienstleistungsempfängers (Artikel 22 Absatz 3 Buchstabe d)</i></p> <p>Verhaltenskodizes, die für den Dienstleistungserbringer</p>	<p>Artikel 10 Absatz 2</p> <p>der Diensteanbieter gibt alle einschlägigen Verhaltenskodizes an, denen er sich unterwirft, einschließlich Informationen</p>

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
	erhalten werden können;	gelten, und die Adresse, unter der diese elektronisch abgerufen werden können, sowie Angaben über die Sprachen, in denen sie vorliegen;	darüber, wie diese Kodizes auf elektronischem Wege zugänglich sind;
VII.4 Außergerichtliche Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren	Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe t Möglichkeit des Zugangs zu außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, und die Voraussetzungen für diesen Zugang.	<i>Auf VERLANGEN des Dienstleistungsempfängers (Artikel 22 Absatz 3 Buchstabe e</i> Informationen über die verfügbaren außergerichtlichen Verfahren der Streitbeilegung und wie Informationen über diese eingeholt werden können; Artikel 27 Absatz 4: Dienstleistungserbringer, die Verhaltenskodizes unterworfen sind oder Handelsvereinigungen oder Berufsverbänden angehören, die außergerichtliche Verfahren der Streitbeilegung vorsehen, müssen die Dienstleistungsempfänger davon in Kenntnis setzen und in allen ausführlichen Informationsunterlagen über ihre Tätigkeit darauf hinweisen; dabei ist anzugeben, wie ausführliche Informationen über dieses Streitbeilegungsverfahren und die Bedingungen für seine Inanspruchnahme erlangt werden können.	
VIII.5. Berufshaftpflichtversicherung		Artikel 22 Absatz 1 Buchstabe k: Angaben zur Versicherung oder zu den Sicherheiten, insbesondere der Name und die Kontaktdaten des	

	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher 2011/83/EU	Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG
		Versicherers oder Sicherungsgebers und der räumliche Geltungsbereich.	