ANHANG II

zur Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses

Der folgende, nach Maßgabe der Geschäftsordnung eingebrachte Änderungsantrag wurde vom Ausschuß im Verlauf der Beratungen abgelehnt:

Seite 5

Es sollte ein Absatz nachstehenden Wortlauts in den Stellungnahmetext eingefügt werden:

„4.2.7. Der Ausschuß fordert die Kommission auf, die Verteilung der Finanzmittel stärker linear als selektiv anzulegen und vom Mittelwert der rein linearen Verteilung um höchstens 15 % nach unten abzuweichen, sofern es nicht um Forschungsaktivitäten geht, die im Zuge des dritten Rahmenprogramms erst vor so kurzer Zeit angelaufen sind, daß hierfür bislang keine umfangreichen Mittel aufgewendet wurden, d.h. die Betätigungsfelder 'Messen und Prüfen' und 'Mensch und Mobilität'."

Begründung

Die von der Kommission vorgeschlagene Mittelverteilung ist sehr stark selektiv angelegt, was zu rechtlichen Problemen bei dem Verfahren für die Bewilligung der entsprechenden Beträge führen wird, insbesondere in den Fällen, in denen die Meinungen der Mitgliedstaaten auseinandergehen.

Ergebnis der Abstimmung

Ja-Stimmen: 26, Nein-Stimmen: 29, Stimmenthaltungen: 8.

Stellungnahme zu dem Vorschlag für eine Richtlinie des Rates über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz [1]

(93/C 19/28)

Der Rat beschloß am 10. Juni 1992, den Wirtschafts- und Sozialausschuß gemäß Artikel 100 a des EWG-Vertrags um Stellungnahme zu vorgenannter Vorlage zu ersuchen.

Die mit der Vorbereitung der Arbeiten beauftragte Fachgruppe Umweltschutz, Gesundheitswesen und Verbrauch nahm ihre Stellungnahme am 4. November 1992 an. Berichterstatter war Herr Bonvicini.

Der Ausschuß verabschiedete auf seiner 301. Plenartagung (Sitzung vom 24. November 1992) mit großer Mehrheit bei 5 Stimmenthaltungen folgende Stellungnahme.

1. Vorgeschichte

1.1. Der vorliegende Richtlinienvorschlag, mit dem ein Beitrag zur Verbraucherschutzpolitik geleistet werden soll, ist das Ergebnis langwieriger Beratungen mit den Verbraucher- und den betroffenen Wirtschaftsverbänden (Beratender Verbraucherausschuß und Ausschuß für Handel und Verteilung).

1.2. Nach Abschluß dieser Diskussionen hat die Kommission sich für eine Rahmenrichtlinie entschieden, in der Mindestschutzvorschriften festgelegt sind und die mit einer Empfehlung [2] an die Berufsverbände zur Einführung von Verhaltenskodices einhergeht, durch die die Mindestvorschriften in spezifischen Punkten ergänzt werden sollen.

1.3. Dies ist eine Kompromißlösung, die unter Gewährleistung eines rechtlichen Bezugsrahmens für den Schutz der Verbraucher eine freiwillige Regelung heikler Punkte (Aufforderung zum Kauf und Schutz der Privatsphäre des Verbrauchers, Absatzförderungsmethoden, finanzielle Absicherung, Rücktrittsrecht und Rückerstattung eventueller Vorauszahlungen) vorsieht.

[1] ABl. Nr. C 156 vom 23. 6. 1992, S. 14.
[2] ABl. Nr. L 156 vom 10. 6. 1992.

2. Merkmale der Branche

2.1. In der Begründung zum Richtlinienvorschlag nimmt die Kommission eine eingehende Untersuchung der Fernabsatzbranche vor, die in einigen Mitgliedstaaten ganz besonders weit entwickelt ist (Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Vereinigtes Königreich), und gibt einen Überblick über die seit 1987 erlassenen gesetzlichen Bestimmungen.

2.2. Es handelt sich um eine relativ „junge" Branche, die sich jedoch dank der neuen Kommunikationstechnologien rasch ausweitet; sie weist spezifische Merkmale auf, durch die sie sich von herkömmlicheren Verkaufsformen wie Haustürgeschäften und Versandhandel, die für sich genommen schon beträchtliche Umsatzzahlen erzielen, unterscheidet.

2.3. Dank der Flexibilität, die die neuen Kommunikationsformen ermöglichen, können sich auch mittelständische Unternehmen, die keine Tochtergesellschaften im Ausland haben, unmittelbarer an die Verbraucher in anderen Mitgliedstaaten wenden, so daß diesen eine größere Warenauswahl zur Verfügung steht.

2.4. Die Größenordnung der Branche ist also bereits jetzt beachtlich. Durch die Verbreitung der elektronischen Bestelltechniken ist von einer rapiden Weiterentwicklung auszugehen, da sich eine Vielzahl an Produktions- und Dienstleistungsunternehmen diese Techniken als Option zunutze machen können.

3. Allgemeine Betrachtungen

3.1. Eine Regelung, mit der das Vertrauen in den Fernabsatz als Form des Handels gesteigert werden soll, liegt nicht nur im Interesse des Schutz fordernden Verbrauchers, sondern auch im Interesse der Unternehmen dieser Branche, die zwangsläufig an Vertrauenswürdigkeit gewinnen und infolgedessen ihren Umsatz steigern können.

3.2. Außerdem handelt es sich um eine Branche, die sich dank der neuen Kommunikationstechniken besonders gut für eine grenzübergreifende Entwicklung eignet. Sie wird dem Verbraucher in Europa ein vielfältigeres Produktangebot bieten, doch muß ihm gleichzeitig auch ein größerer Schutz gewährleistet werden. Die derzeitige Uneinheitlichkeit der Rechtsvorschriften steht dem Funktionieren des Binnenmarkts im Wege und rechtfertigt Artikel 100 a als Rechtsgrundlage.

3.3. Eine gemeinschaftsweite Harmonisierung der diesbezüglichen Schutzvorschriften wäre allein schon insofern sinnvoll, als nicht alle Verbraucherfragen, die bei grenzüberschreitenden Geschäften auftreten, von den einzelstaatlichen Bestimmungen geregelt werden können. Günstige Schutzvorschriften müßten gewahrt bleiben, womit deutlich bestätigt würde, daß der im Rahmen der Richtlinie angestrebten Harmonisierung der kleinste gemeinsame Nenner zugrunde liegt.

3.4. Ganz besonders heikel ist die Frage des zu leistenden Garantiebetrags, die von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedlich geregelt ist. Der Bogen umspannt das völlige oder teilweise Verbot des Verlangens einer Vorauszahlung vom Verbraucher (Belgien, Portugal, Niederlande) bis hin zur Einrichtung eines von den Branchenunternehmen unterhaltenen Garantiefonds für Zeitungsannoncen (Großbritannien). Als mögliche Wege werden ferner Versicherungen, die Hinterlegung von Geldbeträgen bzw. die Auferlegung von Vertragsstrafen zum Schutz aller Beteiligten in Betracht gezogen.

3.5. Ausgangspunkt für die Festsetzung der Vertragsstrafe müßte immer der als Sicherheit hinterlegte Geldbetrag sein, der je nach dem geschädigten Rechtssubjekt um einen zu vereinbarenden Prozentsatz teilweise gekürzt oder erhöht werden könnte.

3.6. Abschließend läßt sich feststellen, daß trotz der Vielfalt an Praktiken und Gepflogenheiten, die die Festlegung eines für alle Seiten idealen Instruments erschweren kann und es somit ratsam macht, dieses Problem zunächst einmal mit freiwilligen Verhaltensregeln zu regeln, der Grundsatz der finanziellen Absicherung der Vertragsparteien auf jeden Fall geschützt werden muß.

3.7. Vor diesem Hintergrund hält der Ausschuß eine EG-Richtlinie, durch die dem Verbraucher ein Mindestschutz garantiert wird, für den besten Weg; er fordert jedoch dazu auf, einen Verweis auf einige in der Empfehlung enthaltene Punkte — so insbesondere auf das Prinzip, den Verbraucher vor finanziellen Risiken infolge einer nichterfolgten Vertragserfüllung zu bewahren und ihn vor betrügerischen Praktiken zu schützen, die nicht nur dem Verbraucher, sondern der ganzen Branche schaden — prinzipiell in die Erwägungsgründe zu übernehmen.

3.8. Außerdem liegt es auf der Hand, daß im Falle einer die Richtlinie flankierenden Empfehlung zu den Verhaltenskodizes eine angemessene Information der Verbraucher über die Inhalte dieser von den Berufsverbänden unter Mitwirkung der Verbraucherorganisationen aufgestellten Kodizes gewährleistet werden muß.

3.9. Was das in Artikel 11 im einzelnen geregelte Widerrufsrecht betrifft, so gilt dieses für den Zeitraum der Bedenkfrist, die dem Verbraucher im Fernabsatz bedingungslos gewährt wird, und darf nicht mit der

Möglichkeit verwechselt werden, im Falle von Vertragswidrigkeiten oder betrügerischen Praktiken auch nach Ablauf dieser Frist den Vertrag rückgängig zu machen.

3.10. Was diesen letztgenannten Aspekt betrifft, so gelten hier selbstverständlich die gesetzlichen Bestimmungen zu unlauteren Handelspraktiken sowie zu irreführender Werbung. Die Verpflichtung zur Lauterkeit muß für die Identität der angebotenen Sache (sofern beweglich) sowie für die Identität des Ursprungs, der Herkunft, Qualität oder Quantität der Sache selbst in bezug auf die angegebene oder vereinbarte Sache ebenso gelten wie für die Reinheit der zum Verkauf stehenden Waren — sofern es sich um Nahrungsmittel handelt — und für Namen, Marken oder Zeichen des Produkts, die den Verbraucher über den Ursprung, die Herkunft oder die Qualität des Produkts bzw. der Dienstleistung keinesfalls täuschen dürfen.

3.11. Im Rahmen der Verhaltenskodizes können die spezifischen Probleme im Zusammenhang mit den angebotenen Produkten und Dienstleistungen sowie den verschiedenen Verkaufstechniken gelöst werden.

4. Besondere Bemerkungen

4.1. Im Rahmen der Definitionen in Artikel 2 sollte darauf hingewiesen werden, daß es sich bei den betreffenden Verträgen ausschließlich um solche handelt, die aus einer Aufforderung hervorgehen, unabhängig davon, ob diese mit einer Werbebotschaft einhergeht oder nicht, und nicht um jene, die durch eine „Nachfrage" oder eine Aufforderung seitens eines privaten Benutzers zur Lieferung von Waren oder Dienstleistungen entstehen, wie es vor allem im Einzelhandel üblich ist.

4.2. Nützlich erscheint außerdem die Definition des Verbrauchers als eine Person, die im eigenen Namen oder „im Hinblick auf eine Verwendung tätig wird, die als nicht berufsbezogen anzusehen ist".

4.3. Von besonderer Bedeutung ist die in Artikel 4 geregelte Rücksichtnahme auf die Privatsphäre des Verbrauchers, insbesondere bei älteren Menschen und Minderjährigen, die sich gegen ungebührliche Formen der Bestellaufforderung weniger zur Wehr setzen können. Der Verbraucher, der seinen Willen zum Ausdruck gebracht hat, muß vor unerbetenen Aufforderungen geschützt werden; hierbei kann auf Verbraucherschutzregelungen zurückgegriffen werden, die bereits in einigen Mitgliedstaaten existieren und auf einer „vorherigen Zustimmung" bzw. einem „Ausdruck der Verweigerung" beruhen („Mail Preference Service" in Großbritannien und „Stop Publicité" in Frankreich).

4.4. Was die dem Verbraucher im Rahmen der Aufforderung (Artikel 6) zu erteilenden Informationen betrifft, so wäre es sinnvoll, auch Informationen über die etwaigen Modalitäten der Absicherung und vor allem über die etwaige Existenz einer „Klausel" wegen nichterfolgter oder verspäteter Erfüllung aufzunehmen.

4.5. Die Klausel in Artikel 8, der zufolge „das Ausbleiben einer Antwort nicht als Zustimmung gilt", ist für die Vorbeugung gegen mißbräuchliches Verhalten ganz besonders wichtig. Man sollte vielleicht sogar noch einen Schritt weitergehen und jeglichen anderslautenden Passus, dem zufolge das Ausbleiben einer Antwort als Zustimmung gelten würde, als nichtig betrachten.

4.6. Bezüglich der bei der Vertragsausführung (Artikel 10) zu liefernden Informationen wäre ein ausdrücklicher Verweis auf die Garantiebedingungen erforderlich. Es wäre ferner wünschenswert, wenn der Käufer die Informationen in einer ihm völlig verständlichen Sprache erhielte. Die im Vorschlag enthaltene Bestimmung, der zufolge die Informationen in derselben Sprache erteilt werden sollten, in denen die Aufforderung erging, könnte u.U. einen nicht ausreichenden Schutz des Verbrauchers zur Folge haben.

4.7. Festzustellen ist, daß die für das Widerrufsrecht in Artikel 11 geltende Mindestfrist von 7 Tagen unterhalb der in Deutschland und Großbritannien üblichen Frist liegt, wo die Fernverkäufe bereits seit langem einen größeren Stellenwert besitzen. Es wäre wünschenswert, wenn man sich bei den nationalen Rechtsvorschriften auf die Werte stützte, die auf den längsten Erfahrungen beruhen. Außerdem ist eine Harmonisierung der Methode zur Berechnung der Tage (Einbeziehung der Sonn- und Feiertage oder nicht) angezeigt.

4.8. Der Ausschuß begrüßt die im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften stehende Anerkennung des Rechts der Berufs- und Verbraucherverbände auf Klage vor Gericht (Artikel 13, Abs.2) sowie den Schutz der Verbraucher, der durch den bindenden und unverzichtbaren Charakter der Bestimmungen dieser Richtlinie gewährleistet wird (Artikel 14).

Geschehen zu Brüssel am 24. November 1992.

Der Präsident

des Wirtschafts- und Sozialausschusses

Susanne TIEMANN