

**Katharina Maimer**  
**0200206**  
**WS 07/08**

# Das Rücktrittsrecht des Konsumenten im Fernabsatz

**Prof. Fina**

**030078 Seminar aus Technologierecht: Intellectual Property Rights, IT-Recht,  
Biotechnologierecht**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 EINLEITUNG</b>	<b>3</b>
<b>2 DER ANWENDUNGSBEREICH DES KSCHG</b>	<b>5</b>
<b>3 FERNABSATZ- RICHTLINIE UND IHRE UMSETZUNG</b>	<b>6</b>
<b>4 ANWENDUNGSBEREICH DER §§ 5A FF KSCHG</b>	<b>7</b>
<b>A. ANWENDUNGSBEREICH</b>	<b>7</b>
<b>B. AUSNAHMEN</b>	<b>10</b>
I) FINANZDIENSTLEISTUNGSVERTRÄGE	10
II) BAU/IMMOBILIEN	10
III) WARENAUTOMATEN	11
IV) VERSTEIGERUNGEN	11
<b>5 RÜCKTRITT</b>	<b>13</b>
<b>A) ALLGEMEINES</b>	<b>13</b>
I. FRIST	14
II. VERLÄNGERUNG	15
<b>B) AUSNAHMEN VOM RÜCKTRITT</b>	<b>16</b>
I. DIENSTLEISTUNGEN	16
II. PREISSCHWANKUNGEN	16
III. SPEZIELLE KUNDENWÜNSCHE ODER EIGENSCHAFTEN	16
IV. AUDIO, VIDEO, SOFTWARE	18
V. ZEITUNGEN	19
VI. WETTE UND LOTTERIE	19
VII. HAUSLIEFERUNGEN UND FREIZEIT DL	19
<b>C) FOLGEN DES RÜCKTRITTS</b>	<b>20</b>
I. RÜCKABWICKLUNG	20
II. KREDITGESCHÄFTE	22
<b>6 CONCLUSIO</b>	<b>23</b>
<b>7 LITERATUR</b>	<b>24</b>
<b>BÜCHER</b>	<b>24</b>
<b>GESETZE UND RICHTLINIEN</b>	<b>24</b>
<b>ARTIKEL</b>	<b>24</b>
<b>ENTSCHEIDUNGEN</b>	<b>25</b>

## 1 Einleitung

Im letzten Jahrzehnt haben sich Kaufverträge ohne gleichzeitige Anwesenheit der Parteien enorm verändert. Was sich erst nur über Katalog- und telefonische Bestellungen erstreckte, ist heute mit dem Online- Shopping ein enormer Markt.

Dieser enorme Anstieg an Verträgen erhöhte den Regelungsbedarf; deswegen verabschiedete der europäische Gesetzgeber im Jahr 1997 die Fernabsatz- Richtlinie, die EU-weit Verbraucherverträge im Internet regeln sollte. Dies war ein wichtiger Schritt, wenn man nur bedenkt, wie einfach grenzüberschreitende Kaufverträge über das Internet geworden sind. Nicht nur für Firmen erweitert sich die Kundschaft, auch für den Konsumenten ist es vergleichsweise einfach geworden in Norwegen oder Griechenland Waren zu bestellen.

So groß und umfassend auch die Vorteile und Möglichkeiten auf den ersten Blick erscheinen mögen, sollte man hier nicht den Hintergrund der Gefahren besonders für Verbraucher vergessen.<sup>1</sup>

Geht ein Verbraucher in ein echtes Geschäft, kann er sich ein Bild vom Unternehmen machen – wie groß das Geschäft ist, wie gut ausgebildet die Verkäufer sind und auch wie modern es ist. Bei einem Online-Shop sieht man nur eine Website. Diese rangieren auch von selbst gebastelten Vorlagen bis hin zu professionell erstellten Seiten. Doch die Grenzen dazwischen sind fließend und für nicht Webdesigner auch oft nicht erkennbar. Auch die Pflichtangaben eines Unternehmers sind zwar verbindlich, aber es ist gut möglich, dass die vermeintlich seriöse Adresse in Deutschland nur ein Briefkasten ist.

Der zweite Nachteil, dem ein Verbraucher gegenübersteht, ist die Unkenntnis über die wahre Beschaffenheit des Produktes.

In einem Geschäft kann man sich das Produkt in realer Größe ansehen und oft auch ausprobieren. Weiters kann man die meisten zusätzlichen Infos zum Produkt von den Angestellten im Geschäft erfahren. Im Internet gibt es meist nur ein Foto und eine Beschreibung des Produkts. Wie genau diese Beschreibung beschaffen sein und welche Informationen enthalten sein müssen, ist aber gesetzlich nur grundlegend geregelt. Im § 5c

---

<sup>1</sup> ErwG 14 der FA-RL (97/7/EG).

Abs. 1 Z 2 KSchG steht nur, dass dem Konsumenten „die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung“ vor Vertragsabschluss zugehen müssen. Was das dann für das einzelne Produkt heißt, wird sicherlich auf Gutachter und richterlichen Entscheidungsspielraum beruhen.<sup>2</sup>

Auf Grund all dieser Überlegungen ist das Rücktrittsrecht der Fernabsatz-RL<sup>3</sup> sicher das wichtigste Mittel, den Konsumenten zu schützen.

---

<sup>2</sup> Näher dazu: *Apathy in Schwimman*, ABGB<sup>3</sup> § 5a KSchG [Rz 1].

<sup>3</sup> FA-RL (97/7/EG).

## 2 Der Anwendungsbereich des KSchG

Der Anwendungsbereich des KSchG ist in dessen § 1 geregelt.

Die Bestimmungen des § 5a ff KSchG gehören in das I. Hauptstück des KSchG; dieses gilt für alle Geschäfte, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher geschlossen werden.<sup>4</sup> Auch ein Unternehmer kann als Verbraucher gelten, wenn es sich bei dem Rechtsgeschäft um ein privates, nicht zum Unternehmen gehöriges, handelt.

Ein Unternehmen „ist jede auf Dauer angelegte Organisation selbstständiger wirtschaftlicher Tätigkeit, mag sie auch nicht auf Gewinn gerichtet sein.“<sup>5</sup> Die genauen Definitionen der einzelnen Tatbestandselemente wurden schon in der Literatur und Rechtsprechung so eingehend diskutiert und geregelt, dass dies hier zu umfassend wäre, um genauer darauf einzugehen.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Langer in *Kosenik/Wehle*, § 1 KSchG [ab Rz 1].

<sup>5</sup> § 1 Abs. 2 KSchG.

<sup>6</sup> *Krejci in Rummel*<sup>3</sup>, § 1 KSchG [Rz 9 ff].

### 3 Fernabsatz- Richtlinie und ihre Umsetzung

Als 1997 die Fernabsatz-Richtlinie<sup>7</sup> beschlossen wurde, hatten die Mitgliedsstaaten bis Mitte 2000 Zeit, sie in die nationalen Rechtssysteme umzusetzen.

In Österreich entschied man sich dazu, die Bestimmungen in das KSchG zu übernehmen.<sup>8</sup>

Die Bestimmungen über den Schutz der Privatsphäre der Verbraucher vor unerbetener telefonischer, Fax- oder Email-Werbung mussten nicht umgesetzt werden, da die entsprechenden Regelungen bereits im österreichischen Recht normiert sind.<sup>9</sup>

Der österreichische Gesetzgeber hielt sich bei der Umsetzung der Richtlinie an die Vorgabe der Kommission. Die Artikel wurden meist 1:1 in das KSchG übernommen.

Durch das Einfügen der Bestimmungen in das KSchG wurde eine eigene Definition des Verbrauchers und Unternehmers obsolet. Dies wird bereits am Anfang des KSchG normiert. Weiters entschied sich der österreichische Gesetzgeber gegen eine Ausdehnung der Fernabsatzbestimmungen auf den B2B<sup>10</sup> Bereich, da sich Unternehmer, besonders durch die Anwendung von Vertragsbestimmungen selbst schützen können.<sup>11 12</sup>

---

<sup>7</sup> FA-RL (97/7/EG).

<sup>8</sup> Mayer in *Kosenik/Wehle*, Vor §§ 5a bis 5i KSchG [Rz 4].

<sup>9</sup> Mayer in *Kosenik/Wehle*, Vor §§ 5a bis 5i KSchG [Rz 5].

<sup>10</sup> Business to Business.

<sup>11</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 9]; *Krejci in Rummel*<sup>3</sup>, §§ 5a – 5i KSchG [Rz 3].

<sup>12</sup> Zur Umsetzung in Deutschland: *Reich/Nordhausen*, Verbraucher und Recht im elektronischen Geschäftsverkehr.

## 4 Anwendungsbereich der §§ 5a ff KSchG

### a. Anwendungsbereich

§ 5a. (1) Die §§ 5c bis 5i gelten für Verträge, die unter ausschließlicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel geschlossen werden, sofern sich der Unternehmer eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems bedient.

(2) Fernkommunikationsmittel im Sinn des Abs. 1 sind Kommunikationsmittel, die zum Abschluß eines Vertrages ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Parteien verwendet werden können, insbesondere Drucksachen mit oder ohne Anschrift, Kataloge, Pressewerbungen mit Bestellschein, vorgefertigte Standardbriefe, Ferngespräche mit Personen oder Automaten als Gesprächspartnern, Hörfunk, Bildtelefon, Telekopie, Teleshopping sowie öffentlich zugängliche elektronische Medien, die eine individuelle Kommunikation ermöglichen, wie etwa die elektronische Post.<sup>13</sup>

Grundsätzlich gelten die §§ 5a ff KSchG für Verträge, die unter “ausschließlicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel geschlossen” werden. Weiters, muss sich der Anbieter “eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems bedienen”. Der Inhalt des Vertrages wird weiters nach allgemeinen Regeln beurteilt.<sup>14</sup>

Das speziell für den Fernabsatz organisierte Vertriebs- und Dienstleistungssystem zielt auf eine beständige Organisation des Anbieters ab, und nicht auf einen einmalig und ausnahmsweise im Fernabsatz abgeschlossenen Vertrag ab. Hier muss aber nicht der gesamte Unternehmensbetrieb auf Fernabsatz ausgerichtet sein, es genügt ein Geschäftsteil.<sup>15</sup>

Nach objektiver Betrachtungsweise kommt es auf die Möglichkeit zum Vertragsabschluss im Fernabsatz an, nicht aber auf die Dauer.<sup>16</sup> Die subjektive, vom Verbraucher ausgehende Sichtweise stellt auf den verständigen Verbraucher ab, und wann dieser davon ausgehen

---

<sup>13</sup> Eingefügt durch BGBl I 1999/185, ab 1. 6. 2000; s § 41 a Abs 9.

<sup>14</sup> § 861ff ABGB; K/W<sup>11</sup> II, 369f.

<sup>15</sup> Mayer in Kosenik/Wehle, § 5a KSchG [Rz 4].

<sup>16</sup> Fitzal, JAP 2000/2001, 109.

kann, dass der Unternehmer seine Dienste im Fernabsatz anbietet. Dies ist z.B. bei Katalogen eines Versandhauses oder bei Werbung der Fall.<sup>17</sup>

Ein Fernkommunikationsmittel kann jedes Mittel zum Vertragsabschluss sein, dass diesen ohne gleichzeitige Anwesenheit der Vertragsparteien ermöglicht.<sup>18</sup> Dies muss nicht notwendigerweise über das Internet geschehen. Telefone, Briefe oder SMS sind weitere Möglichkeiten, über ein Fernkommunikationsmittel einen Vertrag abzuschließen. Auch telefonische Auskunftsdienste sind Rechtsgeschäfte im Fernabsatz.<sup>19</sup> Jedoch liegt bei einer elektronischen Willenserklärung meist eine unter Abwesenden vor.<sup>20</sup>

In dem meist standardisierten Ablauf des Vertragsabschlusses liegt auch das große Risiko für den Konsumenten. Besonders bei Verwendung von vorgefertigten Vertragstexten mit zur Hilfe nahme von AGB<sup>21</sup>, riskieren Konsumenten angesichts der Flut von Klauseln eine Überforderung seinerseits.<sup>22</sup>

Die ausschließliche Anwendung der Fernkommunikationsmittel ist ein weiteres Kriterium der Anwendbarkeit. Wurde nun im Zuge des Vertragsabschlusses auch persönlicher Kontakt zwischen dem Anbieter und dem Konsumenten geführt, gelten nur mehr die allgemeinen konsumentenschutzrechtlichen Regelungen. Die Beweislast dafür trägt der Unternehmer.<sup>23</sup> Die Aufzählung in § 5a Abs. 2 ist keine abschließende, da sich der Gesetzgeber die Möglichkeit vorbehält, etwaige zukünftige Entwicklungen unter diesen Tatbestand zu subsumieren.<sup>24</sup> Weiters dürfen dem Abschluss im Fernabsatz keine persönlichen Verhandlungen vorausgegangen sein.<sup>25</sup>

---

<sup>17</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 26-28].

<sup>18</sup> ErwG 9 der FA-RL.

<sup>19</sup> OGH 29. 4. 2003, 4Ob 92/03p.

<sup>20</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 6].

<sup>21</sup> Allgemeine Geschäftsbedingungen.

<sup>22</sup> Krejci in Rummel<sup>3</sup>, § 5i KSchG [Rz 5].

<sup>23</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 22].

<sup>24</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 33].

<sup>25</sup> Apathy in Schwimann, ABGB<sup>3</sup>, § 5a KSchG [Rz 4].



Welche Vertragsarten in den Anwendungsbereich des Fernabsatzrechts fallen, wurde vom österreichischen Gesetzgeber nicht normiert. Jedoch wird in diesem Fall die richtlinienkonforme Auslegung heranzuziehen sein, nach der Verträge über Waren und Dienstleistungen erfasst sind.<sup>26</sup>

Eine Problematik können Verträge ergeben, bei denen der Unternehmen bei dem Konsumenten etwas kauft, wie z.B. bei Online Schmuck Ankäufern. Auch hier ist der Unternehmer im klaren Vorteil. Dies sollte auch im Sinne der Richtlinie zu einer Anwendung der FA-RL<sup>27</sup> führen. Nach österreichischer Umsetzung ist dies jedoch nach Ermangelung der Definition der Vertragsart kein Problem der Auslegung.<sup>28</sup>

Verträge über Dienstleistungen werden nach richtlinienkonformer Auslegung sehr weit gefasst. Danach werden auch Aufträge, Werkverträge, Dauerschuldverhältnisse sowie Sicherungen und Bürgschaften soweit sie nicht in den Anwendungsbereich der FernFinDL-RL<sup>29</sup> fallen, als Verträge im Fernabsatz behandelt.<sup>30</sup> Dasselbe gilt für unentgeltliche Geschäfte, in denen Unternehmer den Verbrauchern unentgeltlich Waren oder Probeabonnements unentgeltlich überlassen im Gegenzug für Email oder Postadressen. Besonders haben die Unternehmen hier die Informationspflichten nach §§ 5c und 5d zu beachten.

---

<sup>26</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 10].

<sup>27</sup> FA-RL (97/7/EG).

<sup>28</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 11].

<sup>29</sup> Fern Finanz Dienstleistungs Richtlinie (2002/65/EG).

<sup>30</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 12-20].

## ***b. Ausnahmen***

§ 5b. Die §§ 5c bis 5i sind nicht anzuwenden auf

1. Verträge über Finanzdienstleistungen im Sinn des § 1 des Fern-Finanzdienstleistungsgesetzes, BGBl. I Nr. 62/2004,
2. Verträge über den Bau und den Verkauf von Immobilien oder über sonstige Rechte an Immobilien mit Ausnahme der Vermietung,
3. Verträge, die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden, und
4. Versteigerungen.<sup>31 32</sup>

### *i) Finanzdienstleistungsverträge*

Verträge über Wertpapierdienstleistungen, Versicherungs- u Rückversicherungsverträge, Bankdienstleistungsverträge, Termin- u Optionsgeschäfte, Verträge über Tätigkeiten im Zusammenhang mit Versorgungsfonds sind explizit ausgeschlossen, da sie mit der Fern-Finanzdienstleistungs-Richtlinie<sup>33</sup> separat geregelt wurden. Diese Richtlinie wurde im FernFinG<sup>34</sup> umgesetzt.

### *ii) Bau/Immobilien*

Verträge über Rechte an Immobilien sowie Bauverträge sind auch von den Rücktrittsbestimmungen ausgenommen. Dies hat in Österreich weitgehend keine Anwendbarkeit, da für die Einhaltung der Formvorschriften sich die Parteien im Laufe des Vertragsabschlusses gegenüberstehen müssen.<sup>35</sup>

Mietverträge fallen sehr wohl unter die Bestimmungen der Fernabsatz-RL<sup>36</sup>, da z.B. kurzfristige Mietverträge für Ferienwohnungen oder Auslandssemester of auf Grund von Internet- Angeboten oder Katalogen geschlossen werden.<sup>37</sup>

---

<sup>31</sup> *Krejci in Rummel*<sup>3</sup>, § 5i KSchG [Rz 8].

<sup>32</sup> Eingefügt durch BGBl I 1999/185, ab 1. 6. 2000; s § 41 a Abs 9.

<sup>33</sup> FernFin-RL (2002/65/EG).

<sup>34</sup> FernFinG BGBl I 62/2004.

<sup>35</sup> *Schurr*, § 5a und 5b KSchG [Rz 57].

<sup>36</sup> FA-RL (97/7/EG).

<sup>37</sup> *Mayer in Kosenik/Wehle*, § 5b KSchG [Rz 2].

### *iii) Warenautomaten*

Die Ausnahme von Warenautomaten hat den einfachen Grund, dass hier keine besondere Schutzbedürftigkeit der Konsumenten besteht. Der Unternehmer bietet die Ware an, aber der Vertragsabschluss geht von der Initiative des Konsumenten aus.<sup>38</sup> Weiters hat der Verbraucher meist die Möglichkeit, die Ware vor dem Kauf zu begutachten.<sup>39</sup>

### *iv) Versteigerungen*

Wie vorhin ist das Argument der Initiative<sup>40</sup> auch in diesem Fall relevant.

Hier ist die grundlegende Frage, ob man die Versteigerung im Internet als Vertragsabschluss durch Zuschlag oder Verkauf gegen Höchstgebot qualifiziert.<sup>41</sup> Weiters gibt es Meinungen, die sehr wohl bejahen, bei Versteigerungen von Unternehmern sowohl die Informationspflichten als auch das Rücktrittsrecht anwenden.<sup>42</sup> Ablehnend dazu der BGH<sup>43</sup> und das LG Wr. Neustadt<sup>44</sup>.

Meiner Ansicht nach sind die Argumente, die eine Subsumierung von Online- Auktionen unter den Begriff „Versteigerungen“ ablehnen, die überzeugenderen.

Das ursprünglichste Argument ist, dass bei Erstellung der FA-RL der Vorreiter der Online-Auktionshäusern, eBay, noch nicht gegründet war, und es noch nicht absehbar war, welche weitreichende Relevanz diese Unternehmen bilden. Als die Richtlinie in das österreichische Recht umgesetzt wurde, gab es auf dem Markt auch noch kaum Online-Auktionshäuser. Darüber hinaus wurden diese, soweit etabliert, hauptsächlich von Privatpersonen genutzt.

---

<sup>38</sup> *Krejci in Rummel*<sup>3</sup>, § 5i KSchG [Rz 8].

<sup>39</sup> *Schurr*, § 5a und 5b KSchG [Rz 59].

<sup>40</sup> *Krejci in Rummel*<sup>3</sup>, § 5i KSchG [Rz 8].

<sup>41</sup> *Apathy in Schwimann*, ABGB<sup>3</sup> § 5b KSchG [Rz 5-7].

<sup>42</sup> *Wessely*, MR 2000, 270f.

<sup>43</sup> BGH NJW 2005, 53., BGH 3.11.2004, VIII ZR 375/03.

<sup>44</sup> LG Wr. Neustadt 31. 10. 2006, 17 R 274/06z.

Heutzutage sind Online- Auktionen ein großer Markt, und das haben auch Unternehmer für sich erkannt. Aber auch Privatpersonen handeln schon so umfangreich über eBay etc., dass sie sich auch schon als Unternehmer iSd § 1 UGB – Kraft unternehmerischer Tätigkeit – qualifizieren.

Die Unterscheidung zu klassischen Versteigerungen ist auch ein weiteres Argument, diese zu trennen. Bei Versteigerungen haben die Verbraucher die Möglichkeit, sich die feilgebotenen Waren anzusehen, was bei Online- Auktionen nie der Fall ist. Es macht weiters einen Unterschied, dass bei einer Versteigerung der Vertragsabschluss durch Zuschlag des Auktionators zustande kommt, und nicht einfach nur durch Zeitablauf. Deswegen wäre eine Online-Auktion nicht als Versteigerung im klassischen Sinne zu qualifizieren.

Als letztes Argument möchte ich den Konsumentenschutz ins Treffen führen. Hat ein Unternehmer z.B. keinen eigenen Online- Shop, kann er sich über eBay eine kostengünstige Möglichkeit schaffen, seine Produkte zu verkaufen. Er kann diese mit einem Mindestpreis anbieten, und darüber hinaus auch noch die Konsumentenschutzbestimmungen der § 5a ff KSchG zu umgehen. Dies würde zu einer enormen Ungleichbehandlung führen, da die eingangs besprochenen Nachteile der Konsumenten in einer Online- Auktion nicht weniger werden. Ganz im Gegenteil ist mit der Auktion und dem Überbieten ein Element hinzugekommen, dass viele Verbraucher verleitet, leichtsinnige Kaufentscheidungen zu treffen.

Zusammenfassend fallen Online- Auktionen nicht unter die Ausnahme der Fernabsatzbestimmungen. Die Informationspflichten, und Hinweise über das Rücktrittsrecht einzuhalten, sind für den Unternehmer ein kleiner Aufwand, wenn man dies mit den Vorteilen vergleicht, die er durch Auktion seiner Waren im Internet hat. Eine Ausnahme würde nur zu einer Umgehungsmöglichkeit für den Unternehmer<sup>45</sup> und dadurch einer ungerechtfertigten Besserbehandlung desselben führen.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Schurr, § 5a und 5b KSchG [Rz 64].

<sup>46</sup> Schummer, Zum Rücktrittsrecht bei „Online-Auktionen“, JBl 2005, 765ff.

## 5 Rücktritt

### a) Allgemeines

§ 5e. (1) Der Verbraucher kann von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag oder einer im Fernabsatz abgegebenen Vertragserklärung bis zum Ablauf der in Abs. 2 und 3 genannten Fristen zurücktreten. Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist abgesendet wird.

(2) Die Rücktrittsfrist beträgt sieben Werktage, wobei der Samstag nicht als Werktag zählt. Sie beginnt bei Verträgen über die Lieferung von Waren mit dem Tag ihres Eingangs beim Verbraucher, bei Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen mit dem Tag des Vertragsabschlusses.

(3) Ist der Unternehmer seinen Informationspflichten nach § 5d Abs. 1 und 2 nicht nachgekommen, so beträgt die Rücktrittsfrist drei Monate ab den in Abs. 2 genannten Zeitpunkten. Kommt der Unternehmer seinen Informationspflichten innerhalb dieser Frist nach, so beginnt mit dem Zeitpunkt der Übermittlung der Informationen durch den Unternehmer die in Abs. 2 genannte Frist zur Ausübung des Rücktrittsrechts.<sup>47</sup>

Allgemein dient das Rücktrittsrecht dazu, dass sich der Verbraucher ein Bild von der Ware machen kann, nachdem sie bei ihm eingelangt ist. Wie schon in der Einleitung erörtert, wird hier die Unkenntnis der Ware abgefangen. Darüber hinaus kann der Verbraucher ohne Angabe von Gründen zurücktreten, wie er auch beim Vertrag unter Anwesenden einen Vertragsabschluss ohne Angabe von Gründen ablehnen kann. Lediglich die Kosten für die Warenrücksendung kann der Unternehmer auf den Verbraucher überwälzen. Dies wurde vom österreichischen Gesetzgeber nicht übernommen, da im KSchG jeder Rücktritt ohne Gründe und ohne Vertragsstrafe ausgeübt werden kann.<sup>48</sup> Das Rücktrittsrecht ist ein Gestaltungsrecht, dass durch eine empfangsbedürftige Willenserklärung ausgeübt wird.<sup>49</sup>

Im Gegensatz zum Rücktrittsrecht beim Haustürgeschäft steht dem Verbraucher den Rücktritt im Fernabsatz auch zu, wenn er die Geschäftsbeziehung selbst angebahnt hat.<sup>50</sup>

Um zurückzutreten muss der Verbraucher nicht die Ware innerhalb der Frist zurücksenden, sondern es reicht eine Rücktrittserklärung.<sup>51</sup> Der Verbraucher kann formfrei zurücktreten,

---

<sup>47</sup> Eingefügt durch BGBl I 1999/185, ab 1. 6. 2000; s § 41 a Abs 9.

<sup>48</sup> Schurr, § 5e KSchG [Rz 9].

<sup>49</sup> Apathy in Schwimman, ABGB<sup>3</sup>, § 5e KSchG [Rz 1].

<sup>50</sup> Mayer in Kosenik/Wehle, § 5e KSchG [Rz 2].

<sup>51</sup> Hahn/Wilmer, Handbuch des Fernabsatzrechts, § 5e [Rz 47] S59.

jedoch ist es ratsam, in einer Weise zurückzutreten, in der er im Nachhinein den rechtzeitigen Rücktritt beweisen kann.<sup>52</sup>

#### *i. Frist*

Die Rücktrittsfrist beträgt sieben Werktage, wobei der Samstag nicht zu diesen zählt.<sup>53</sup> Dahinter steht wohl das Bestreben, dem Konsumenten zumindest ein Wochenende zur Begutachtung der Waren zu geben.

Die Frist beginnt mit dem Tag zu laufen, an dem die Ware bei dem Verbraucher bestimmungsgemäß und seiner Bestellung entsprechend eintrifft.<sup>54</sup> Eine tatsächliche Entgegennahme ist nicht notwendig; der Erhalt der Benachrichtigung ist ausreichend.<sup>55</sup>

Bei Dienstleistungen jedoch an dem Tag des Vertragsabschlusses.

Damit die Frist gewahrt ist, muss die Rücktrittserklärung innerhalb dieser abgesendet werden. Ein Zugang beim Unternehmer innerhalb der Frist ist nicht erforderlich.<sup>56</sup>

Bei Verträgen über widerkehrende Leistungen gibt es in der österreichischen Umsetzung keine explizite Regelung. Das Problem wird insofern gelöst, dass bei gleichartigen Teillieferungen die Rücktrittsfrist nach Einlangen jedes einzelnen Teils für sich zu laufen beginnt. Hier kann sich der Konsument sofort ein Bild der Ware machen. Nicht jedoch bei verschiedenartigen Leistungen. Erst nach vollständiger Lieferung beginnt hier die Rücktrittsfrist zu laufen.<sup>57</sup>

Die Beweislast der Erklärung bestimmt sich nach allgemeinen Regeln. Der Vertragspartner, der sich darauf beruft, muss es beweisen.

---

<sup>52</sup> Reich/Nordhausen, Verbraucher und Recht S 44 No. 69.

<sup>53</sup> Apathy in *Schwimman ABGB*<sup>3</sup>, § 5e KSchG [Rz 3].

<sup>54</sup> OLG Wien 2. 5. 2007, 5 R 8/07v.

<sup>55</sup> Hahn/Wilmer, Handbuch des Fernabsatzrechts §5e [Rz 45] S59.

<sup>56</sup> Hahn/Wilmer, Handbuch des Fernabsatzrechts §5e [Rz 49] S60.

<sup>57</sup> Hahn/Wilmer, Handbuch des Fernabsatzrechts §5e [Rz 50] S61.

## *ii. Verlängerung*

Durch eine Missachtung der Informationspflichten des § 5 Abs. 1 und 2 KSchG verlängert sich die Rücktrittsfrist auf drei Monate. Untern anderem muss der Verbraucher auf das Bestehen und den Umfang seines Rücktrittsrechts hingewiesen werden.

Mit vollständiger Erfüllung seiner Informationspflichten beginnt wieder die sieben Tage Frist zu laufen.

Jedenfalls kann der Unternehmer der Konsumenten freiwillig eine längere Rücktrittsfrist gewähren.

## ***b) Ausnahmen vom Rücktritt***

§ 5f. Der Verbraucher hat kein Rücktrittsrecht bei Verträgen über

1. Dienstleistungen, mit deren Ausführung dem Verbraucher gegenüber vereinbarungsgemäß innerhalb von sieben Werktagen (§ 5e Abs. 2 erster Satz) ab Vertragsabschluß begonnen wird,
2. Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von der Entwicklung der Sätze auf den Finanzmärkten, auf die der Unternehmer keinen Einfluß hat, abhängt,
3. Waren, die nach Kundenspezifikationen angefertigt werden, die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind, die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum überschritten würde,
4. Audio- oder Videoaufzeichnungen oder Software, sofern die gelieferten Sachen vom Verbraucher entsiegelt worden sind,
5. Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierte mit Ausnahme von Verträgen über periodische Druckschriften (§ 26 Abs. 1 Z 1),
6. Wett- und Lotterie-Dienstleistungen sowie
7. Hauslieferungen oder Freizeit-Dienstleistungen (§ 5c Abs. 4 Z 1 und 2).<sup>58</sup>

### *i. Dienstleistungen*

War bei einem Vertrag über Dienstleistungen im Fernabsatz vereinbart, dass die Arbeiten innerhalb der Rücktrittsfrist beginnen, hat der Verbraucher kein gesetzliches Rücktrittsrecht. Auch hier muss der Unternehmer den Verbraucher über das Bestehen und den Umfang des Rücktrittsrechts informieren.<sup>59</sup>

### *ii. Preisschwankungen*

Hängt der Preis einer Ware nicht vom Unternehmer ab, sondern unterliegt Schwankungen, hat der Verbraucher kein Rücktrittsrecht. Es darf deswegen auch im Vertrag kein fix vereinbarter Preis stehen.<sup>60</sup> Die Gefahr eines Missbrauches wäre zu hoch.<sup>61</sup>

### *iii. Spezielle Kundenwünsche oder Eigenschaften*

Bestellt ein Verbraucher eine Ware im Internet, und wird diese für ihn speziell angefertigt, hat er auch kein Rücktrittsrecht. Diese Regelung versucht eine unangemessene

---

<sup>58</sup> Eingefügt durch BGBl I 1999/185, ab 1. 6. 2000; s § 41 a Abs 9.

<sup>59</sup> Schurr § 5f KSchG [Rz 7].

<sup>60</sup> Schurr § 5f KSchG [Rz 9].

<sup>61</sup> Apathy in Schwimmann ABGB<sup>3</sup> § 5f KSchG [Rz 3].



Benachteiligung des Unternehmers zu verringern der Ware, die er auf Kundenwunsch erstellt hat meist nicht wiederverkaufen könnte.

Hier stellt sich aber das Problem, was nur eine allgemeine Beschreibung und was schon spezielle Anfertigung ist. Ein Auto mit wenigen Farben zur Auswahl und verschiedener Sonderausstattung wird noch nicht ausreichen, einen Ausschluss des Rücktrittsrechtes zu bejahen. Jedenfalls gilt es als Kundenspezifikation, wenn die Ware ohne die Bestellung des Kunden so nicht gefertigt worden wäre.<sup>62</sup> Es handelt sich hier auch nicht um Dienstleistungen. Der PC, der aus einer Vielzahl von Standardbauteilen auf Kundenwunsch zusammengestellt wird, stellt keine Kundenspezifikation dar.<sup>63</sup>

Jedenfalls ist sicherlich ein Maßstab, ob nun eine Auswahl schon Spezifikation oder nicht ist, welchen Schaden die Firma bei Rücktritt haben würde. Kann sie die Ware einfach wiederverkaufen, oder leicht zerlegen, wird keine Kundenspezifikation vorliegen.

Eine weitere Ausnahme des Rücktrittsrechts stellen Waren dar, deren natürliche Lebensdauer innerhalb des Rücktrittsrechts liegt oder allgemein schnell verderben.<sup>64</sup> Auch eine starke Abweichung des Zustandes bei Rücksendung macht die Waren für die Rücksendung ungeeignet.<sup>65</sup>

Software – und andere online- Angebote, die nicht auf Datenträger versandt werden – werden grundsätzlich unter diese Ausnahme subsumiert. Nur bei speziellen Vorkehrungen fallen sie unter die „verschlüsselten Datenträger“ der Z 4. Genau durch das Argument, dass diese Ausnahme als Auffangtatbestand für Fälle, in denen berechnigte Unternehmerinteressen verletzt werden, gilt.<sup>66</sup>

---

<sup>62</sup> *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 62] S65.

<sup>63</sup> Zust. BGH MMR 2003, S 463, ablehnend, *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 62] S66.

<sup>64</sup> *Schurr* § 5f KSchG [Rz 11].

<sup>65</sup> *Apathy* in *Schwimman* ABGB<sup>3</sup> § 5f KSchG [Rz 4].

<sup>66</sup> *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 65,66] S68.

Ein weiteres Argument der Zustimmung zur Ausnahme ist, dass Software, die auf dem Computer ist, nicht zurückgesendet werden kann. Auch beim versenden per Email wird immer nur eine Kopie versandt und das „Original“ auf der Festplatte belassen.

Diese werden nach *Hahn/Wilmer* auch verletzt, wenn ein Produkt getestet wurde. Hier wäre das genannte Beispiel die Tonerkartusche, die man ohne Probedruck im Drucker nicht testen kann.<sup>67</sup> Diesem Punkt stimme ich zu, da auch beim Kauf einer Patrone in einem Geschäft diese nicht getestet werden kann und sich der Verbraucher auf die Angaben auf der Verpackung verlassen muss. Dies wäre eine Besserstellung gegenüber offline- Geschäften. Darüber hinaus darf man hier nicht außer Acht lassen, dass das Rücktrittsrecht die einzige Möglichkeit ist, einen im Fernabsatz abgeschlossenen Vertrag zu bekämpfen. Die klassischen zivilrechtlichen Möglichkeiten einer Gewährleistung, Irrtum usw. bleiben natürlich weiterhin bestehen.

#### *iv. Audio, Video, Software*

Ist ein im Fernabsatz erworbener Datenträger entsiegelt worden, entfällt auch hier das Rücktrittsrecht. Das liegt in der einfachen Tatsache, dass der Verbraucher die Ware benutzen und meist auch kopieren könnte, und sie danach erst zurücksendet. Genauer zu prüfen wäre Software, die auf dem PC z.B. schon installiert ist. Hier muss man jedenfalls einen Teilrücktritt für die Hardware bejahen.<sup>68</sup>

Kam der Datenträger unversiegelt beim Verbraucher an, liegt hier die Beweislast beim Unternehmer, der die Einrede des nicht bestehenden Rücktrittsrechts durchsetzen will.<sup>69</sup>

Bei Software ist die Lage ähnlich. Sobald diese heruntergeladen wurde, ist die tatsächliche Nutzung durch den Verbraucher auch möglich – und diese Möglichkeit reicht als Voraussetzung – sowie die unbeschränkte Vervielfältigung.<sup>70</sup> Dies würde einen Software-Download erfordern, der erst durch z.B. Login des Verbrauchers auf der Website erfolgt. Dies kann als „Entsiegelung“ im Sinne des Gesetzestexts gesehen werden.

---

<sup>67</sup> *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 66] S69:

<sup>68</sup> *Brönneke*, MMR 2004, 128.

<sup>69</sup> *Schurr*, § 5f KSchG [Rz 13].

<sup>70</sup> *Apathy* in *Schwimman* ABGB<sup>3</sup> § 5f KSchG [Rz 5].

Es gibt auch Meinungen, in denen das „entsiegeln“ allein als Hindernis gesehen wird, den Nutzen aus der Ware zu ziehen und sie ohne größeren Aufwand zu kopieren.<sup>71</sup> In jedem Fall würde aber Software als Ausnahme gelten.

#### *v. Zeitungen*

Kaufverträge über aktuelle Zeitungen und Zeitschriften sind ebenfalls vom Rücktrittsrecht ausgeschlossen. Dies fällt unter dieselbe Voraussetzung wie verderbliche Waren, da bei Zeitungen die Aktualität auch sehr schnell verfällt.

#### *vi. Wette und Lotterie*

Bei Wett- oder Lotterieverträgen gibt es kein Rücktrittsrecht nach § 5f KSchG. Dies bedeutet, nur Spiele, die reine Glücksspiele sind, sind vom Rücktrittsrecht ausgenommen. Sobald es um ein Geschicklichkeitsspiel geht, gibt es hier wieder ein Rücktrittsrecht.<sup>72</sup>

#### *vii. Hauslieferungen und Freizeit DL*

Hier liegt der Grund in der Ausnahme in der geringeren Schutzwürdigkeit des Verbrauchers. Auch Automietverträge sind von dieser Ausnahme erfasst.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Handig, *ecolex* 2007, 20.

<sup>72</sup> Hahn/Wilmer, *Handbuch des Fernabsatzrechts* § 5f KSchG [Rz 80] S72.

<sup>73</sup> Rs C-336/03, *easyCar/Office of Fair Trading*, NJW 2005, 3055.

### *c) Folgen des Rücktritts*

§ 5g. (1) Tritt der Verbraucher nach § 5e vom Vertrag zurück, so hat Zug um Zug

1. der Unternehmer die vom Verbraucher geleisteten Zahlungen zu erstatten und den vom Verbraucher auf die Sache gemachten notwendigen und nützlichen Aufwand zu ersetzen sowie

2. der Verbraucher die empfangenen Leistungen zurückzustellen und dem Unternehmer ein angemessenes Entgelt für die Benützung, einschließlich einer Entschädigung für eine damit verbundene Minderung des gemeinen Wertes der Leistung, zu zahlen; die Übernahme der Leistungen in die Gewahrsame des Verbrauchers ist für sich allein nicht als Wertminderung anzusehen.

(2) An Kosten dürfen dem Verbraucher nur die unmittelbaren Kosten der Rücksendung auferlegt werden, sofern die Parteien dies vereinbart haben.

(3) § 4 Abs. 2 und 3 ist anzuwenden.<sup>74</sup>

§ 5h. (1) Tritt der Verbraucher nach § 5e von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag zurück, bei dem das Entgelt für die Ware oder Dienstleistung ganz oder teilweise durch einen vom Unternehmer oder in wirtschaftlicher Einheit von einem Dritten (§ 18) gewährten Kredit finanziert wird, so gilt der Rücktritt auch für den Kreditvertrag.

(2) Nach einem Rücktritt vom Kreditvertrag im Sinn des Abs. 1 hat jeder Teil dem anderen die empfangenen Leistungen zu erstatten. Dem Verbraucher können nur die Kosten einer allenfalls erforderlichen Beglaubigung von Unterschriften sowie der Ersatz der vom Unternehmer oder vom Dritten auf Grund der Kreditgewährung entrichteten Abgaben auferlegt werden, sofern die Parteien dies vereinbart haben. Ansprüche gegen den Verbraucher auf Zahlung sonstiger Kosten und von Zinsen sind ausgeschlossen.<sup>75</sup>

### *i. Rückabwicklung*

Grundsätzlich wird nach Rücktritt der Vertrag rückabgewickelt. Der Verbraucher muss die Ware zurückstellen, und der Unternehmer das geleistete Entgelt zurückzahlen. Die problematischen Fragestellungen hier sind die Frage nach einem Benützungsentgelt und nach der Rücksendung der Ware.<sup>76</sup>

Grundsätzlich darf der Konsument nicht ein jedes (egal wie teures) Mittel zur Rücksendung benutzen. Hier sollte er sich an das Versandmittel des Unternehmers halten, das dieser zum Transport der Ware zum Verbraucher verwendet hat.<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> Eingefügt durch BGBI I 1999/185, ab 1. 6. 2000; s § 41 a Abs 9.

<sup>75</sup> Eingefügt durch BGBI I 1999/185, ab 1. 6. 2000; s § 41 a Abs 9.

<sup>76</sup> EB 14 der FA-RL.

<sup>77</sup> *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 82] S74.

Im Sinne des Zug- um Zug- Prinzips muss der Unternehmer das Entgelt sowie notwendige und nützliche Aufwendungen des Verbrauchers zu ersetzen. Überweisungsspesen hierfür muss der Unternehmer bezahlen.<sup>78</sup>

Eine weitere Überlegung ist, ob der Unternehmer auch Zinsen bezahlen muss. Hierzu gibt es keinen Hinweis in den Materialien, deswegen werden die allgemeinen zivilrechtlichen Regelungen hier angewendet. Natürlich steht es aber dem Unternehmer frei, wie ein redlicher Bereicherter eine niedrigere Bereicherung zu beweisen.<sup>79</sup>

Die Frist der Zurückzahlung des Unternehmers ist sofort; hier hat der österreichische Gesetzgeber eine strengere Regel als in der FARL vorgesehen war, geschaffen. In der Richtlinie wären 30 Tage als Maximum vorgesehen.

Der Verbraucher dagegen hat die Leistung oder Ware zurückzustellen und ein angemessenes Entgelt für die Benützung zu zahlen.<sup>80</sup> Dies fällt in die Kategorie des Bereicherungsrechts.<sup>81</sup> Eine Zahlung für eine Wertminderung der Ware wäre nach schadenersatzrechtlichen Grundsätzen zu beurteilen. Hier liegt aber das Problem bei der ordnungsgemäßen Verwendung des Produkts, und auf eine darauf zurückführende Qualitätsminderung. Hier sind *Hahn/Wilmer* der Meinung, dass hier kein Entgelt bezahlt werden muss.<sup>82</sup>

Die Beweislast hat hier der Unternehmer zu tragen. Eine Beweislastumkehr zu Lasten des Verbrauchers kann nicht vereinbart werden.<sup>83</sup>

Ursprünglich hatte die Richtlinie vorgesehen, dass der Verbraucher die Kosten der Rücksendung der Ware trägt. Der österreichische Gesetzgeber hat zu Gunsten des Verbrauchers eine grundlegende Kostentragung des Unternehmers vorgesehen. Hier kann aber vertraglich eine andere Regelung vorgesehen werden, was in der Praxis mittels AGB's auch weitgehend der Fall ist.

---

<sup>78</sup> *Schurr*, § 5g KSchG [Rz 6].

<sup>79</sup> *Apathy* in *Schwimann ABGB*<sup>3</sup> § 5g KSchG [Rz 4].

<sup>80</sup> *Schurr*, § 5g KSchG [Rz 3].

<sup>81</sup> OGH 27.09.2005, 1 Ob 110/05s

<sup>82</sup> *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 85] S75.

<sup>83</sup> *Schurr*, § 5g KSchG [Rz 9.]

Die Gefahrtragung der Rücksendung trägt der Unternehmer. Er muss also seiner Rückzahlungspflicht nachkommen, auch wenn die Ware beim Rücktransport beschädigt oder zerstört wird.<sup>84</sup> Grundsätzlich in Frage käme gegebenenfalls ein Anspruch nach den Grundsätzen der Drittschadensliquidation.<sup>85</sup>

Geht die Ware auf dem Weg zum Verbraucher unter, wird das Rücktrittsrecht weiter bestehen. Die Frist beginnt jedoch erst zu laufen, wenn der Verbraucher vom Untergang der Ware erfährt.<sup>86</sup>

## *ii. Kreditgeschäfte*

Hat ein Konsument einen Vertrag im Fernabsatz geschlossen, bei dem der Unternehmer oder ein Dritter (der mit dem Unternehmer eine wirtschaftliche Einheit bildet) dem Konsumenten einen Kredit zur Finanzierung gewährt hat, wird mit einem Rücktritt vom Fernabsatzgeschäft auch vom Kreditvertrag zurückgetreten. Der Verbraucher trägt die Beweislast für die wirtschaftliche Einheit. Es ist hier also möglich, dass der Unternehmer für eine kooperierende Bank wirbt. Hier muss der Kreditvertrag nicht auch ein Vertrag im Fernabsatz sein. Es reicht die wirtschaftliche Einheit mit dem Unternehmer.<sup>87</sup>

Bezüglich der Kostentragung gilt, dass der Unternehmer bzw. der Finanzierer (wenn er mit dem Unternehmer nicht zusammenfällt) die Kosten des Kreditvertrages tragen müssen. Hier gibt es aber zwei Varianten, wo die Kostentragung vertraglich auf den Verbraucher übergewälzt werden kann.<sup>88</sup>

Abgaben, die für den Abschluss des Vertrages getätigt wurden, sowie Kosten für die Beglaubigung desselben können nach vertraglicher Vereinbarung vom Verbraucher getragen werden. Zinsen können jedoch dem Verbraucher nicht auferlegt werden.<sup>89</sup>

---

<sup>84</sup> *Apathy* in *Schwimann*, ABGB<sup>3</sup> § 4 KSchG [Rz 13].

<sup>85</sup> *Hahn/Wilmer*, Handbuch des Fernabsatzrechts § 5f KSchG [Rz 83] S74.

<sup>86</sup> *Hofmann/Linder*, wbl 2006, 312.

<sup>87</sup> *Schurr*, § 5g KSchG [Rz 7].

<sup>88</sup> *Schurr*, § 5g KSchG [Rz 11].

<sup>89</sup> *Schurr*, § 5g KSchG [Rz 12].

## **6 Conclusio**

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Bestimmungen der Fernabsatz- Richtlinie eine wirksame Möglichkeit sind, den Konsumenten vor seinen Nachteilen bei Vertragsabschlüssen im Internet zu schützen.

Abgesehen von einigen diskussionsbedürftigen Ausnahmen ist die Regelung weitgehend klar und eindeutig.

Ob das jedoch vor betrügerischen Angeboten im Internet vollends schützen wird, ist fragwürdig. Oft schätzen sich Verbraucher mit größerer Unkenntnis ein, und geben oft bei rechtlich eindeutig ungünstigen oder rücktittswürdigen Verträgen nach. Dadurch wird der Markt für Missbrauch im Internet natürlich immer größer. Der Aufklärungsbedarf bei Verbrauchern ist hier wohl die noch immer eine wichtige Aufgabe, um diese vor den Gefahren aber auch von ihren Rechten aufzuklären.

## **7 Literatur**

### ***Bücher***

**Grabitz/Hilf**, Das Recht der Europäischen Union (Stand 30. EL 2006)

**Hahn/Wilmer**, Handbuch des Fernabsatzrechts (2005) Springer WienNewYork

**Kosenik-Wehrle/Lehofer/Mayer/Langer**, KSchG Kurzkommentar 2. Auflage (2004)  
MANZ

**Koziol/Welser**, Bürgerliches Recht I 13 (2006) Manz

**Koziol/Welser**, Bürgerliches Recht II 13 (2007) Manz

**Reich/Nordhausen**, Verbraucher und Recht im elektronischen Geschäftsverkehr (2000)  
Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden

**Rummel**, ABGB, 3. Auflage (2002) MANZ

**Schurr**, Fernabsatzrecht - Kommentar zu §§ 5a bis 5j und 31a KSchG für Praxis und  
Ausbildung (2003) Verlag Österreich

**Schwimann**, ABGB, 3. Aufl (2006)

### ***Gesetze und Richtlinien***

#### **Ö**

KSchG, BGBl I 1999/185

FernFinG BGBl I 62/2004

EBzRV 1998 BlgNR 20. GP 25 f.

#### **EU**

RL 97/7/EG - ABl 1997 L 144/19 vom 20. Mai 1997 idF: Richtlinie 2002/65/EG

RL 98/27/EG idF 2002/65/EG

### ***Artikel***

Brönneke, MMR 2004, 127



- Abwicklungsprobleme beim Widerruf von Fernabsatzgeschäften
- Bülow/Artz NJW 2000, 204
  - Fernabsatzverträge und Strukturen eines Verbraucherprivatrechts im BGB
- Fallenböck/Haberler RdW 1999, 505
  - Rechtsfragen bei Verbrauchergeschäften im Internet
- Fitzal JAP 2000/2001, 109
  - Fernabsatzrichtlinie – Änderungen im KSchG
- Handig ecolex 2007, 19
  - Rücktrittsrecht für Verbraucher auch bei Downloads?
- Hitzfeld BC 2000, 281
  - Rechtsfragen zum Internet
- Hofmann/Linder wbl 2006, 308
  - Fernabsatz-Rücktrittsrecht bei Untergang der Ware
- Horn MMR 2002, 209
  - Verbraucherschutz bei Internetgeschäften
- Jud ÖJZ 2007/1
  - Neuere Rechtsprechung zum Konsumentenschutz
- Kamanabrou WM 2000, 1417
  - Die Umsetzung der Fernabsatzrichtlinie
- Klaes MMR 2007, 21
  - Verbraucherschutzregelungen in der Telekommunikation im europäischen Vergleich
- Maderbacher/Otto ecolex 2006, 117
  - Fernabsatz: Vertragsrücktritt nur gegen Entgelt?
- Mohr ecolex 1999, 247
  - Elektronischer Kauf – Verbraucherschutz im Fernabsatz
- Schummer JBl 2005, 765
  - Zum Rücktrittsrecht bei „Online-Auktionen“
- Wendehorst DStR 2000, 1311
  - Das neue Gesetz über Fernabsatzverträge und andere Fragen des Verbraucherrechts
- Wessely MR 2000, 270

Verbraucherschutz bei Fernabsatzverträgen ZRP 2000, 118

### ***Entscheidungen***

OGH 27.09.2005, 1 Ob 110/05s –RdW 2006/78, ÖJZ 2006/12

OGH 29. 4. 2003, 4Ob 92/03p. – MR 2003, 339

OLG Wien 2. 5. 2007, 5 R 8/07v. – VRInfo 2007 H6, 10.

LG Wr. Neustadt 31. 10. 2006, 17 R 274/06z.

BGH MMR 2003, S 463

BGH NJW 2005, 53. - BGH 3.11.2004, VIII ZR 375/03.

Rs C-336/03, easyCar/Office of Fair Trading, NJW 2005, 3055.