

NEUE JURISTISCHE MONOGRAFIEN – BAND 14

Europäischer Verbraucherschutz in der Informationsgesellschaft

von

Dr. Gundula Riepl



Wien · Graz 2002

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Abkürzungsverzeichnis	13
I Europäischer Verbraucherbegriff?	17
A Verbraucherdefinitionen in der Richtliniengesetzgebung	17
1 Allgemeines	17
2 Persönliche – funktionelle Kriterien	18
a Persönliche Kriterien	19
b Funktionelle Kriterien	20
B Negativ und positiv gefasste Definitionen	20
1 Negativ gefasste Definitionen	20
a Gewerbliche Tätigkeit	20
b Berufliche Tätigkeit	20
c Verhältnis: „gewerbliche“ und „berufliche“ Tätigkeit	21
2 Positiv gefasste Definitionen	22
a Allgemeines	22
b Persönlicher Gebrauch	22
c Familiärer Gebrauch	23
d Gebrauch im Haushalt	23
C Schlussfolgerungen	23
II Die Entwicklung der Verbraucherpolitik im Primärrecht ...	25
A Verbraucherpolitik vor Maastricht	25
1 Allgemeines	25
2 Erstes Verbraucherpolitisches Programm	26
3 Zweites Verbraucherpolitisches Programm	27
4 Entschließung des Rates über die „Künftige Ausrichtung der Politik zum Schutz und zur Förderung der Interessen der Verbraucher“	27
5 Einheitliche Europäische Akte – Einführung des Art 100a EWGV (jetzt: Art 95 EG)	28
6 Entschließung des Rates betreffend „Künftige Prioritäten bei der Neubelebung der Verbraucherpolitik“	29
7 Verbraucherpolitischer Aktionsplan 1990-1993	30
8 Entschließung über künftige Prioritäten für den Ausbau der Verbraucherpolitik	30
9 Verbraucherpolitischer Aktionsplan 1993-1995	30
B Verbraucherpolitik nach Maastricht	31

Inhaltsverzeichnis

1	Verbraucherkompetenz nach Art 129a EGV	31
2	Dritter verbraucherpolitischer Aktionsplan 1996-1998	34
C	Verbraucherpolitik im Primärrecht nach Amsterdam	35
1	Verbraucherkompetenz – Art 153 EG	35
2	Verbraucherpolitischer Aktionsplan 1999-2001	37
3	Exkurs: Kompetenzkonflikt zwischen Art 95 und 153 EGV?	37
a	Abgrenzung im Rahmen des Verhältnisses von Art 175 EG zu Art 95 EG	38
b	Übertragung der Grundsätze auf das Verhältnis zwischen Artikel 95 und 153 EG	39
D	Analyse der Schlussfolgerungen des Rates der letzten Jahre	40
1	Verbraucherschutz als Teilbereich des Binnenmarktes	40
2	Verbraucherschutz im Sinne von Gesundheitsschutz – Lebensmittelsicherheit	41
3	Verbraucherschutz durch Verfahrensrechtsangleichung	41
4	Verbraucherschutz im Hinblick auf die neue Informations- gesellschaft	41
III	Verbraucherbegriff in der Rechtsprechung des EuGH	45
A	Information vor Verkehrsverboten	45
1	Der Informationsgrundsatz: Eigenverantwortung der Verbraucher und Verhältnismäßigkeitsprinzip	45
2	Etikettierung mittels einer bestimmten Sprache	48
3	Die Vereinbarkeit des Informationsmodells mit der Einschränkung der Etikettierung in verschiedenen Sprachen – Die Entscheidung Schwarzkopf	50
4	Die Vereinbarkeit des Informationsmodells mit Werbebeschrän- kungen – Die Entscheidungen „GB-INNO-BM“ und „Yves Rocher“ des EuGH	51
5	Zusammenfassung der Ergebnisse	53
B	Kein Schutz von Vorurteilen betreffend Herkunft und Qualität	53
1	Herkunftsbezogene Vorurteile	53
2	Qualitätsbezogene Erwartungen	55
C	Das normative Modell des „verständigen Verbrauchers“ im gemeinsamen Markt	57
D	Die Bedeutung des Verbraucherschutzes im Verhältnis zum zwingenden Erfordernis „Lauterkeit des Handelsverkehrs“	59
E	Der schutzwürdige Verbraucher	60

IV Neue Informationsgesellschaft und ihre Herausforderungen.....	63
A E-Mail-Werbung	66
1 E-Mail-Werbung im EU-Sekundärrecht	66
a E-Mail-Werbung nach der Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG	67
aa Artikel 14 Fernabsatzrichtlinie	68
ab Die Vereinbarkeit mit dem EG-Vertrag	68
b Die Telekomm-Datenschutzrichtlinie 97/66/EG	69
ba Die Anwendbarkeit der Telekommunikations-Datenschutz- richtlinie auf Internetdienstleister	69
bb Art 12 der Richtlinie 97/66/EG	70
c E-Mail-Werbung nach der EC-Richtlinie	72
ca Allgemeines zur EC-Richtlinie	72
caa Die Situation vor der EC-Richtlinie	72
cab Entstehung der EC-Richtlinie	72
cac Zielsetzung der EC-Richtlinie	73
cad Anwendungsbereich der EC-Richtlinie	73
cae Struktur der EC-Richtlinie	76
caf Das Herkunftslandprinzip	77
cafa Allgemeines	77
cafb Das Herkunftslandprinzip nach Art 3 e-commerce-RL	78
cafc Herkunftslandprinzip und Kollisionsrecht	81
cafd Inländerdiskriminierung – Verfassungsrecht und Herkunftslandprinzip	83
cb E-Mail-Werbung nach der EC-Richtlinie	84
2 E-Mail-Werbung nach österreichischem Recht	85
a Der Verbotstatbestand in § 101 TKG	85
b Exkurs: Überlegungen zur Verfassungswidrigkeit des Art 101 TKG	87
3 Bisherige Rechtsprechung zur Wettbewerbswidrigkeit der Telefon-; Telefax-; und Btx-werbung	89
a Briefkastenwerbung	89
b Telefonwerbung	90
c Telefaxwerbung	92
d BTX-Werbung	93
4 Übertragung der Rechtsprechung auf die E-Mail-Werbung	94
a LG Taunstein	94
b Landesgericht Berlin – „E-Mail-Werbung“	96
c AG Kiel	97
d Schlussfolgerungen	99
5 Die Beschränkung der E-Mail-Werbung und die Vereinbarkeit mit den Grundfreiheiten des Binnenmarktes	101
a Entscheidung „Oosthoek“	101
b Entscheidung „Alpine Investments“	103
c Schlussfolgerungen in Bezug auf die E-Mail Werbung	105
6 Schlussfolgerungen Verbraucherleitbild	109

B	Vertragsschluss im Internet.....	110
1	Informationspflichten.....	110
a	Der Informationsgedanke im Allgemeinen.....	110
b	Allgemeine Informationspflichten nach der EC-Richtlinie.....	111
c	Informationspflichten nach der Fernabsatz-Richtlinie.....	114
d	Schlussfolgerungen Verbraucherleitbild.....	118
2	Zustandekommen eines Vertrages.....	119
a	Elektronische Willenserklärung.....	120
b	Angebot – Zugang – Annahme – Beweisbarkeit des Zugangs....	123
ba	Angebot.....	123
bb	Zugang.....	123
bc	Annahme.....	125
bd	Beweisbarkeit des Zugangs.....	127
c	Fernabsatz-Richtlinie 97/7/EG.....	128
d	EC-Richtlinie 2000/31/EG.....	129
e	Exkurs: Signatur-Richtlinie 1999/93/EG.....	130
ea	Allgemeines.....	130
eb	Signaturrichtlinie.....	130
eba	Entstehung.....	131
ebb	Regelungsgehalt.....	132
ebba	Fortgeschrittene elektronische Signatur – qualifiziertes Zertifikat.....	132
ebbb	Fortgeschrittene elektronische Signatur – qualifizierte Zertifizierungsdienste.....	132
ebbc	Rechtsfolgen fortgeschrittener elektronischer Signa- turen.....	133
ec	EC-Richtlinie.....	135
ed	Authentizität und die Beweisproblematik – Durchsetzung von Ansprüchen vor Gericht.....	136
eda	Urkundenbegriff - Durchsetzung von Ansprüchen vor Gericht.....	136
edb	E-Mail als Urkunde des Gebührengesetzes.....	137
ee	Exkurs: Internationale Aspekte: die US-amerikanische Regulierungssituation.....	138
f	Schlussfolgerungen Verbraucherleitbild.....	139
3	AGB im Internet.....	139
a	Allgemeines.....	139
aa	Kurze AGB.....	142
ab	Lange AGB.....	142
ac	Anforderungen der EC-Richtlinie.....	144
b	Verbrauchergerichtsstand.....	145
ba	Kompetenz der Gemeinschaft im Bereich des Verfahrensrecht..	145
baa	Prozessrechtsvereinheitlichung nach Art 220 EWGV.....	146
bab	Die Justitielle Kooperation nach Art K 1 Nr 6 EUV.....	147
bac	Prozessrechtsharmonisierung nach Art 65 EG.....	148
bad	Abgrenzung zwischen den Artikel 95 und 65 EG.....	149
bb	Der Verbrauchergerichtsstand nach EuGVÜ.....	150
bba	Artikel 13 Abs 1 Nr 1 und 2 EuGVÜ.....	150

bbb	Artikel 13 Abs 1 Nr 3 EuGVÜ	151
bbc	Ausschluss wegen aktiven Verhaltens des Verbrauchers?	151
bbd	Zur Frage der Zielgerichtetheit der Werbung und des Angebots	153
bbda	Ausdrückliche Beschränkung des Angebots auf bestimmte, geographisch limitierte Zielgebiete	156
bbdb	Die Verwendung einer bestimmten Sprache als Begrenzung eines Angebots	157
bbdc	Begrenzung durch den Charakter der beworbenen Leistung	157
bbdd	Beschränkung auf bestimmte Währungen	158
bbde	Selbstschutz durch rechtsgeschäftliche Kontrolle	158
bbe	Vornahme der zum Vertragsabschluss erforderlichen Rechtshandlungen im Aufenthaltsstaat des Verbrauchers	158
bbf	Schlussfolgerungen für den Verbraucher	160
bc	Gerichtsstandsklauseln für Verbraucher	160
bca	Gerichtsstandsklauseln allgemein	160
bcb	Gerichtsstandsklauseln nach EuGVÜ	161
bd	Rechtslage nach In-Kraft-Treten der Brüssel I-Verordnung	163
bda	Entstehungsgeschichte der Verordnung 44/2001/EG	163
bdb	Neuerungen durch Art 15 Verordnung 44/2001/EG	163
bdba	Persönlicher Anwendungsbereich	164
bdbb	Sachlicher Anwendungsbereich	164
bdbc	Situativer Anwendungsbereich	164
bdbd	Die örtliche Zuständigkeit	168
bdbbe	Gerichtsstandvereinbarungen	168
bdc	Widerspruch zum Herkunftslandprinzip	169
bdd	Die Verordnung 44/2001/EG – ein Systembruch?	170
bde	Exkurs: Grenzen des Verbraucherschutzes – aufgrund geographischer Einschränkung der Verordnung	170
be	Jurisdiktionsnorm	172
c	Die Anwendbarkeit nationaler Vorschriften	173
ca	Allgemeines	173
cb	Der sachenrechtliche Anwendungsbereich von Art 5 EVÜ	176
cc	Der persönliche Anwendungsbereich	177
cca	Ausdrückliches Angebot oder Werbung im Verbraucherstaat – Vornahme der erforderlichen Handlung im Verbraucherstaat – Art 5 Abs 2 erste Fallgruppe EVÜ	177
ccb	Entgegennahme der Bestellung im Verbraucherstaat – Art 5 Abs 2 zweite Fallgruppe	178
ccc	Ausnahme nach Art 5 Abs 4 lit b EVÜ – Dienstleistungserbringung im Ausland	179
cd	Internationales Privatrecht und Gemeinschaftsrecht	180
cda	Internationales Privatrecht und Primärrecht	180
cdb	Internationales Privatrecht und Sekundärrecht	182
ce	Formgültigkeit	186
4	Rücktrittsrecht	186

a	Allgemeines.....	186
b	Rücktrittsrecht nach der Haustürwiderrufsrichtlinie 85/577/EWG.....	188
c	Rücktrittsrecht nach der Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG	189
d	Schlussfolgerungen betreffend das dem Rücktrittsrecht immanenten Verbraucherleitbildes	191
C	Datenschutz im Internet	191
1	Allgemeine Überlegungen zur Voraussetzung des Datenschutzes für den E-Commerce.....	191
2	Daten im Internet	192
a	Stammdaten.....	193
b	Vermittlungsdaten	193
c	Entgeltdaten.....	194
d	Inhaltsdaten.....	194
3	Risiken für Datenschutz und Datensicherheit im Internet	194
a	Bildung von Nutzungs- und Kommunikationsprofilen	194
b	Verletzung der Vertraulichkeit des Datenmaterials.....	195
c	Die Beeinträchtigung der Datenauthentizität und -integrität	196
d	Spezifische Risiken	196
da	E-Mail	196
daa	Vertraulichkeit der Nachricht	197
daaa	Gefahren für die Privatsphäre	197
daab	Rechtliche Beurteilung	197
dab	Unbeobachtbarkeit der Nachricht.....	199
dac	Integrität der Nachricht.....	200
dad	Authentifizierbarkeit des Absenders der Nachricht.....	200
dae	Sonderproblem: Spam	200
db	WWW	201
dba	Gefahren für die Privatsphäre	201
dbb	Rechtliche Beurteilung	202
dc	Cookies	205
dca	Gefahren für die Privatsphäre	205
dcb	Rechtliche Beurteilung	206
dd	Electronic-Commerce.....	207
dda	Gefahren für die Privatsphäre	207
ddb	Rechtliche Beurteilung	208
4	Rechte der Betroffenen	211
a	Informationsrecht.....	211
b	Auskunfts- und Berichtigungsrecht.....	212
c	Widerspruchs- und Schadenersatzrechte und gerichtliche Rechtsbehelfe	212
5	Datentransfer in Drittländer.....	212
D	Exkurs: Die Chance eines weltumspannenden Internet-Rechts	215
1	Probleme bei der Schaffung eines einheitlichen materiellen Internet-Rechts	215

2	Internationale Entwicklungen – OECD-Leitlinien für den Verbraucherschutz im Zusammenhang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr.....	215
3	Schaffung eines europäischen Privatrechts.....	217
a	Kompetenzen für ein Europäisches Zivilgesetzbuch.....	217
aa	Bestehen einer Kompetenz nach Art 95 EG.....	217
ab	Subsidiarität und Verhältnismäßigkeit.....	219
b	Schaffung eines europäischen Privatrechts – Stand der Dinge ..	220
ba	Geschichtlicher Rückblick	220
bb	Die derzeitige Doppelgleisigkeit europäischer Vertragsrechtsharmonisierung	221
bc	Europäisches Zivilgesetzbuch	223
bca	Harmonisierung des materiellen Zivilrechts durch Resolutionen des Europäischen Parlaments	223
bcb	Wissenschaftliche Vorarbeiten.....	224
bcba	Allgemeines	224
bcbb	Der Verbraucherschutz als Prinzip des Europäischen Vertragsrechts?.....	225
bcc	Harmonisierung durch Arbeit des Europäischen Rates....	227
4	Lücken im Europäischen Recht im Hinblick auf den Verbraucherschutz in der neuen Informationsgesellschaft	227
V Schlussfolgerungen		229
Literaturverzeichnis		235
Rechtssachenverzeichnis		247
Stichwortverzeichnis		249