

# Die EU-Omnibus-Richtlinie

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

**MMag. Erika Ummenberger-Zierler**  
Wettbewerbspolitik und –recht  
Wien, November 2021

## EU Omnibus-Richtlinie

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

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

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

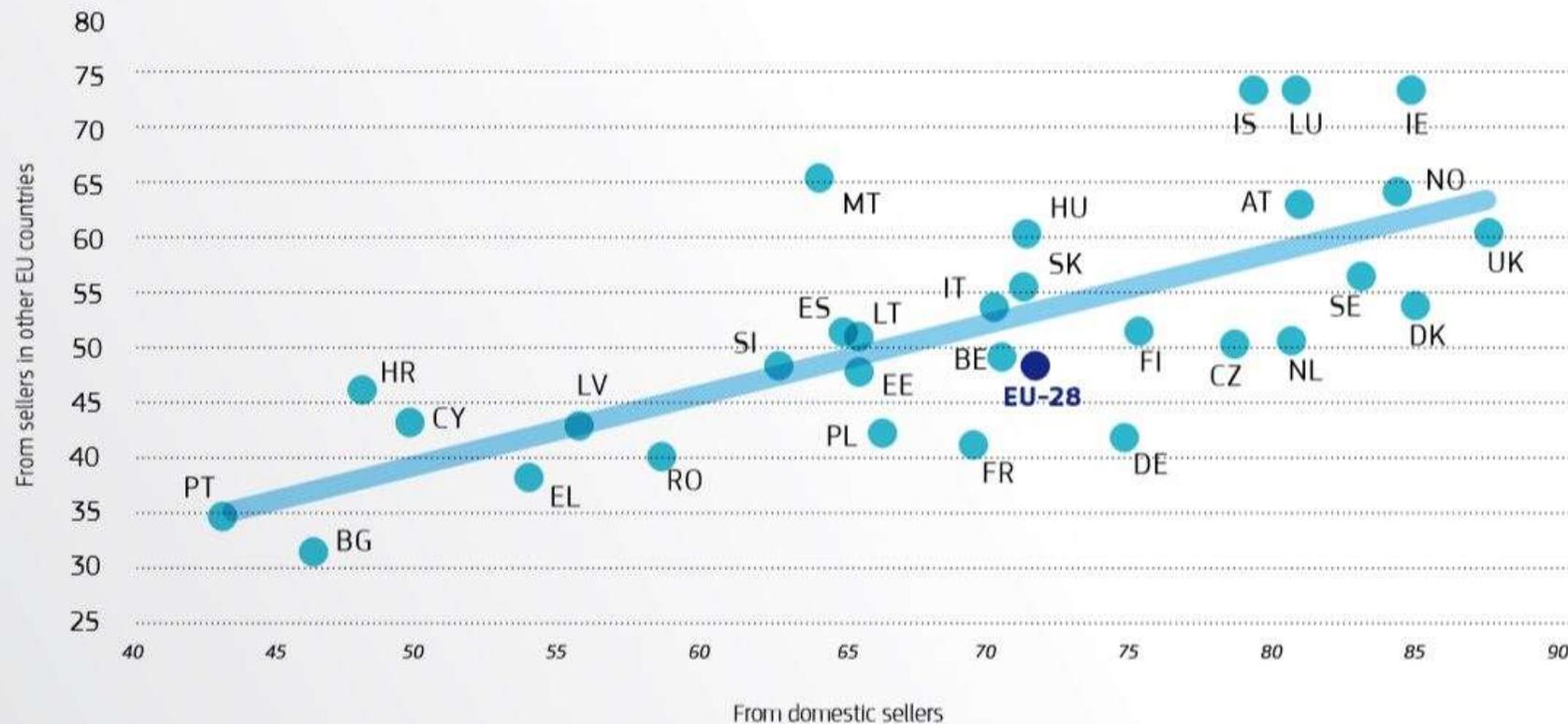
Umsetzungsfrist: 28. November 2021, ab 28. Mai 2022 anzuwenden

## Ausgangssituation

- Die EK bemängelt wiederholt die unterschiedlichen Sanktionssysteme (ErwGr 5)
- unterschiedliche Vollzugssysteme in Europa:
  - einige MS verhängen bereits Geldbußen durch Behörden oder Gerichte
  - Höchststrafen variieren stark: „Spitzenreiter“ sind IT (bis zu 5 Mio. Euro), HU (bis zu 6,5 Mio. Euro) oder PL (bis zu 10% des Umsatzes)
  - in AT (und auch DE) funktionierendes Unterlassungsklagen-System
  - in skandinavischen Ländern durch Verbraucherombudsmann  
Kombination aus öffentlichen und privaten Elementen der Durchsetzung

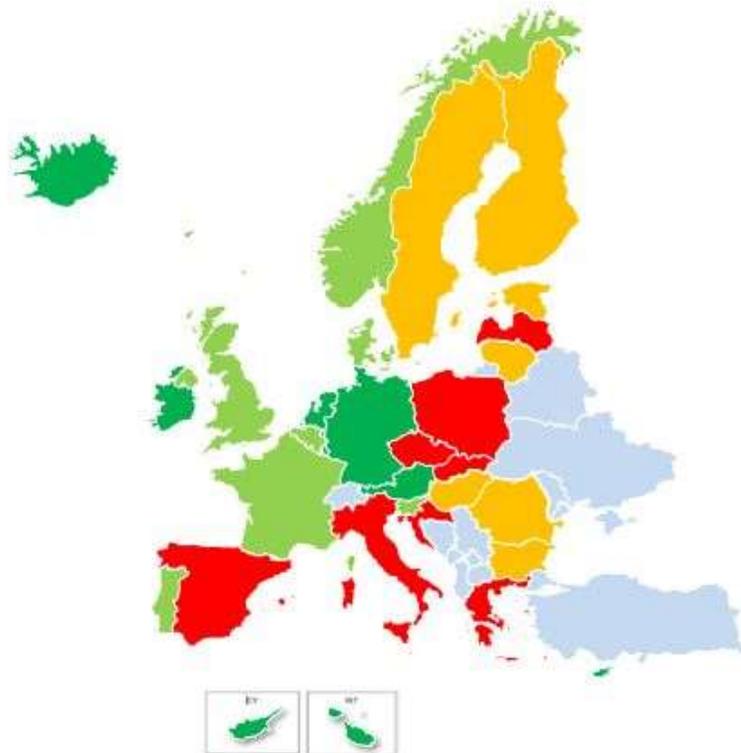
## Consumer Conditions Scoreboard 2019

Consumer confidence in buying online, domestically and cross-border, by country (2018)



Source: Survey on consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection: How strongly do you agree or disagree with each of the following statements? You feel confident purchasing goods or services via the internet from retailers or services (in your country/in another EU country). Base: all respondents (N=28037).

**Figure 14: Consumer experiences of unfair commercial practices domestically, country results, 2018 (%)**



	You have felt pressured by persistent sales calls or messages urging you to buy something or sign a contract	You have come across advertisements stating that the product was only available for a very limited period of time but you later realised that it was not the case	You have been offered a product advertised as free of charge which actually entailed charges	You have been informed you won a lottery you did not know about, but you were asked to pay some money in order to collect the prize	You have come across other unfair commercial practices	Average % of consumers reporting unfair commercial practices	Diff 2018-2016
<b>EU-28</b>	<b>36</b>	<b>25</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>+6 *</b>
BE	31	18	16	8	14	17	-1
BG	35	38	24	9	15	24	-2 *
CZ	40	24	28	16	20	26	+2
DK	32	22	17	14	16	20	0
DE	19	21	10	15	12	16	+11 *
EE	53	26	17	6	20	24	-1
IE	18	23	13	9	18	16	+13 *
EL	58	43	30	29	19	36	+3 *
ES	56	33	35	12	22	31	-2
FR	28	19	17	13	17	19	+14 *
HR	49	48	42	14	26	36	-5 *
IT	63	15	21	14	18	26	+4 *
CY	24	29	12	4	8	15	-2
LV	48	39	19	9	18	27	-2
LT	36	28	15	9	17	21	0
LU	6	12	8	4	4	7	+3 *
HU	30	41	26	6	24	26	+4 *
MT	23	20	16	8	8	15	-5 *
NL	22	14	12	14	9	14	-2
AT	13	21	7	8	10	12	+8 *
PL	47	36	23	26	24	31	-1
PT	47	19	16	4	18	21	0
RO	24	36	19	11	19	22	+1
SI	30	32	11	12	14	20	-4 *
SK	44	36	34	20	16	30	0
FI	32	28	34	12	22	26	-4 *
SE	35	28	26	12	19	24	-2
UK	24	30	16	10	21	20	+16 *
IS	14	19	11	1	11	11	-1
NO	23	24	25	11	16	20	-1

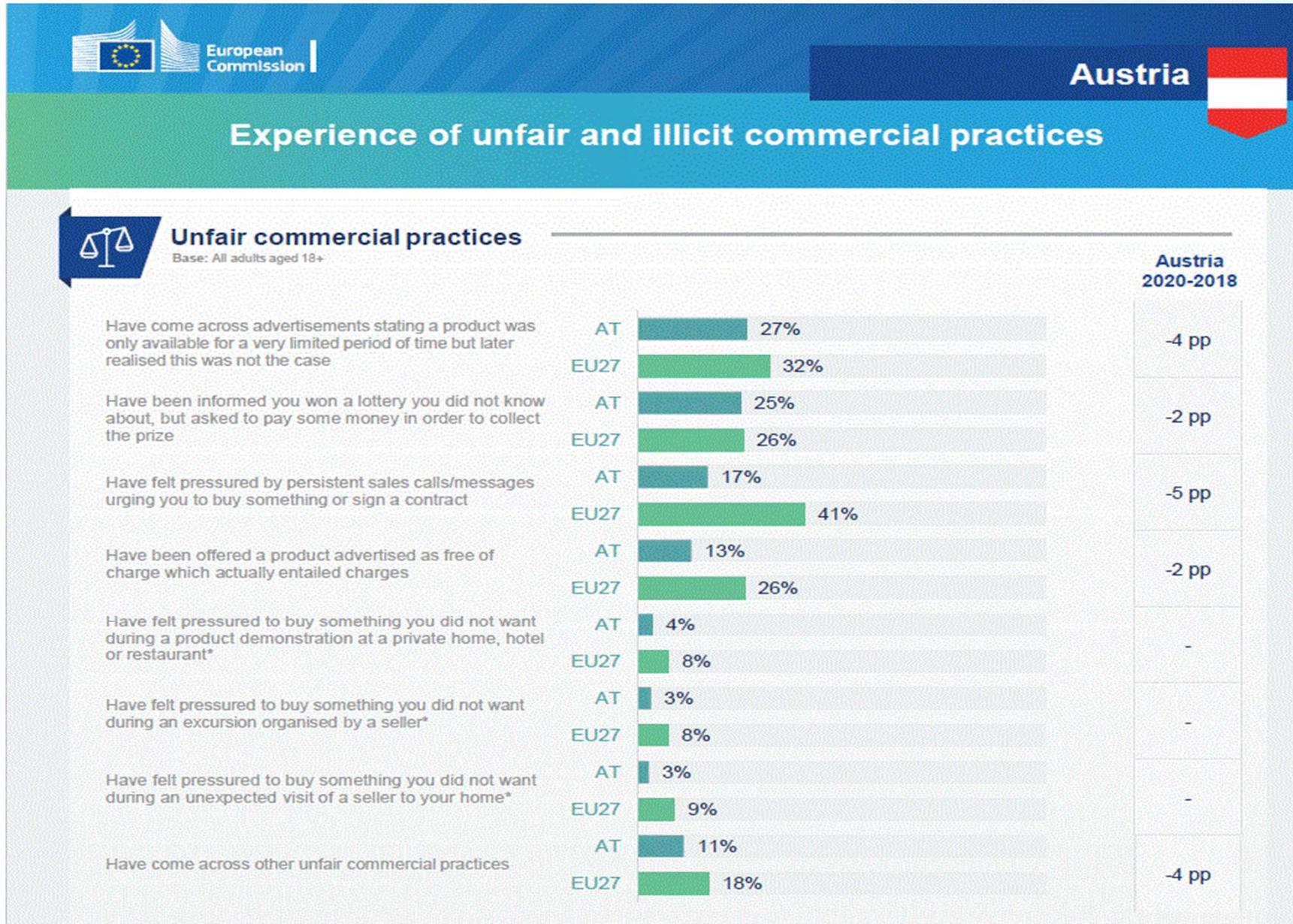
Source: Surveys on consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection: I will read you some statements about unfair commercial practices. After each one, please tell me whether you have experienced it during the last 12 months... Base: all respondents (N=28 037).

**Figure 3: Compliance and enforcement pillar, country results, 2018 (scale 0-100)**



Ranking der MS in der Kategorie  
Einhaltung und Durchsetzung des  
Verbraucherrechts; bewertet  
durch Verbraucher und Händler

# Consumer Conditions Survey- 2021 edition



## Überblick über die Inhalte der Omnibus-RL (Modernisierungs-RL)

- **Inhaltliche Änderungen:**
  - Änderungen im Zusammenhang mit dem digitalen Handel: Definitionen und Informationspflichten
  - Dual Quality
  - Neue per se Verbote
  - Bestimmungen bei Rabattauszeichnungen
  - Öffnung für nationale Regelungen zu Haustürgeschäften
  - Sonstiges
- **Individuelle Rechtsbehelfe**
- **Sanktionen**

## Informationspflichten – geltendes Recht

- Allgemeine Informationen über den Diensteanbieter nach **Art. 5 ff. E-Commerce RL**; RL 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr: ständig, leicht und unmittelbar zugänglich – „Impressum“; Werbung als solche zu kennzeichnen
- Bevor der Verbraucher an einen Vertrag im Fernabsatz gebunden ist, Informationen nach **Art. 6 Verbraucherrechte-RL (VR-RL)** in klarer und verständlicher Weise (Eigenschaften, Preis, Unternehmer, Zahlungsbedingungen, etc.)
- Bei einer Aufforderung an Verbraucher zum Kauf gelten bestimmte Informationen nach **Art. 7 Abs. 4 RL gegen unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)** als wesentlich, sofern sich diese Informationen nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben (Merkmale des Produkts, Gewerbetreibender, etc.)

Rechtslage bis Mai 2022

**§ 5 ECG**

**Art. 6 VR-RL**

**Art. 7 Abs. 4 UGP-RL**

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

ggf. UID-Nr.

**Änderungen durch die Omnibus-RL**

**§ 5 ECG**

**Art. 6 VR-RL**

**Art. 7 Abs. 4 UGP-RL**

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

## Neue Informationspflichten

- Nach Art. 7 Abs. 4 UGP-RL:
  - Streichung des „Verfahrens zum Umgang mit Beschwerden“: einzige Vereinfachung der Informationspflichten
- Nach Art. 6 VR-RL:
  - Informationen über Funktionalität, Interoperabilität und Kompatibilität von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten, digitalen DL
  - neben Anschrift auch E-Mail und Telefonnummer verpflichtend (gegensätzlich: EuGH C-649/17, *Amazon v. 10.7.2019*), Faxnummer wurde gestrichen
  - wenn andere Online-Kommunikationsmittel, dann auch Informationen über diese, bei anderen Online-Kommunikationsmittel Speichermöglichkeit auf dauerhaften Datenträger

## Besondere Bestimmungen für Online-Marktplätze

- **Was ist ein Online-Marktplatz** nach der Omnibus-RL?

*Dienst, der es Verbrauchern durch die Verwendung von Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom Unternehmer betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Unternehmern oder Verbrauchern abzuschließen (Art. 2 (1) Z 17 VR-RL und Art. 2 (1) lit n UGP-RL)*

## Besondere Bestimmungen für Online-Marktplätze

- Anbieter von Online-Marktplätzen müssen folgende Informationen erteilen (Art. 6a VR-RL):
  - Hauptparameter für das Ranking sowie deren relative Gewichtung
  - ob der Dritte, der auf dem Online-Marktplatz Waren/DL anbietet, Unternehmer ist oder nicht (auf Basis der Erklärung des Dritten)
  - falls Dritter kein Unternehmer: die Information, dass das Verbraucherrecht nicht zur Anwendung kommt
  - ggf. die Aufteilung der sich aus dem Vertrag ergebenden Verpflichtungen zwischen dem Anbieter des Online-Marktplatzes und dem Dritten (gesetzliche Verpflichtungen bleiben unberührt)

## Besondere Bestimmungen für Online-Handel

- Neue wesentliche Informationen in Art. 7 Abs. 4, 4a und 6 UGP-RL:
  - Information, ob ein Dritter, der auf Online-Marktplätzen Produkte anbietet, Gewerbetreibender ist oder nicht
  - Information über die Hauptparameter für das Ranking sowie deren relative Gewichtung
  - Informationen, ob und wie der Gewerbetreibende sicherstellt, dass Bewertungen tatsächlich von Verbrauchern stammen, die das Produkt verwendet oder erworben haben



gilt nicht nur für  
Online-Marktplätze

## Dual Quality - Bestimmung

- Sofern die Voraussetzungen des Art. 6 UGP-RL erfüllt sind, ist künftig auch irreführend:

*„jegliche Art der Vermarktung einer Ware in einem MS als identisch mit einer in anderen MS vermarkteten Ware, obgleich sich diese Waren in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden, sofern dies nicht durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt ist“ („Dual Quality“-Verbot)*

vgl. Generalklausel Irreführung, Markenrecht

→ Vortrag Fr. Dr. Veronika Appl

## Neue per-se-Verbote im Anhang der UGP-RL

- Z 11a: Anzeige von Suchergebnissen bei Online-Suchanfragen ohne eindeutige Offenlegung, inwieweit es sich um bezahlte Werbung oder sonstige Zahlung zur Erlangung eines höheren Rankings handelt → bezahlte Werbung/Ranking kennzeichnen
- Z 23a: Verbot des Wiederverkaufs von Eintrittskarten mit Umgehungssoftware (automatisierte Verfahren, die dazu dienen Beschränkungen in Bezug auf die Zahl der von einer Person zu erwerbenden Eintrittskarten zu umgehen)
- Z 23b: Verbot der Erklärung, dass Bewertungen von Verbrauchern stammen, die das Produkt verwendet oder erworben haben, ohne angemessene und verhältnismäßige Schritte, dies zu prüfen → Gewerbetreibende müssen Bewertungen überprüfen
- Z 23c: Verbot der Veröffentlichung falscher Bewertungen (sowie Erteilung des Auftrags dazu) oder eine falsche Darstellung von Bewertungen (vgl. Social Media „likes“)

## Preisangaben – geltendes Recht

- **Preisauszeichnungsgesetz:** (Preisangaben-RL)
  - in der Werbung nicht verpflichtend; bei freiwilligen Preisangaben jedoch immer Angabe des Bruttopreises
- **Dienstleistungsgesetz:** (EU-Dienstleistungs-RL)
  - Angabe des Preises der Dienstleistung, sofern im Vorhinein festgelegt; wenn nicht: die Art seiner Berechnung oder hinreichend ausführliche Kostenschätzung
- **E-Commerce-Gesetz:** (RL über den elektronischen Geschäftsverkehr)
  - keine Pflicht zur Preisangabe, wenn jedoch Preise angegeben werden, dann Angabe, ob mit/ohne USt sowie aller sonstigen Abgaben oder Versandkosten
- **KSchG/FAGG** (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz; VR-RL):
  - Angabe gegenüber Verbrauchern – Gesamtpreis, bzw. Kalkulation

## Zum Vergleich: Rabattgesetz (1992 aufgehoben)

- § 1. (1) Werden im geschäftlichen Verkehr Waren des täglichen Bedarfes im Einzelverkauf an den letzten Verbraucher veräußert oder gewerbliche Leistungen des täglichen Bedarfs für den letzten Verbraucher ausgeführt, so dürfen zu Zwecken des Wettbewerbs Preisnachlässe (Rabatte) nur nach Maßgabe der nachfolgenden Vorschriften angekündigt, angeboten oder gewährt werden."
- § 2 Der Preisnachlaß für Barzahlung (Barzahlungsnachlaß) darf drei vom Hundert des Preises der Ware oder der Dienstleistung nicht überschreiten; er darf auch einzelnen der letzten Verbraucher gewährt werden. ...
- **Ausverkaufsgesetz (ebenso 1992 aufgehoben – Rest im UWG)**

## Preisangaben – neue Regelungen

- Neue Informationspflicht nach Art. 6 VR-RL:
  - ggf. der Hinweis, wenn der Preis aufgrund automatisierter Entscheidungsfindung personalisiert wurde
  - gilt unbeschadet der DSGVO
- Rabattbestimmung in Art. 6a Preisangaben-RL:
  - Bei Preisermäßigungen ist künftig der niedrigste Preis innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tagen als vorheriger Preis anzugeben

vgl. C-13/15: nationale Bestimmung widerspricht UGP-RL

## Neue Rabattbestimmung

### *Artikel 6a Preisangabenrichtlinie*

- (1) Bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung ist der vorherige Preis anzugeben, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum angewandt hat.
- (2) Der vorherige Preis ist der niedrigste Preis, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung angewandt hat.
- (3) Die Mitgliedstaaten können für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit abweichende Regelungen treffen.
- (4) Ist das Erzeugnis seit weniger als 30 Tagen auf dem Markt, können die Mitgliedstaaten auch einen kürzeren als den in Absatz 2 genannten Zeitraum festlegen.
- (5) Die Mitgliedstaaten können festlegen, dass im Falle einer schrittweise ansteigenden Preisermäßigung der vorherige Preis der nicht ermäßigte Preis vor der ersten Anwendung der Preisermäßigung ist.“

## Neue Rabattbestimmung

Nicht anwendbar auf zB.

- bedingte Rabatte: zB. 1 +1 gratis, zweites Paar Schuh um 50 % günstiger
- Bezug auf empfohlenen Verkaufspreis
- Treuebonus
- Generelle Rabattkarten
- Genereller Rabatt – zB. Minus 50% auf Weihnachtsdekoration

→ aber Generalklausel UWG

## Sonstige Neuerungen

- zB.
- Den MS wird ermöglicht, nationale Regelungen zu aggressiven oder irreführenden Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken iZm unerbetenen **Haustürbesuchen und Werbefahrten** zu treffen – Durchbrechung des Vollharmonisierungsgebots! Vgl. §§57 u. 59 GewO

## Rechtsbehelfe

- Durchsetzung der unlauteren Geschäftspraktiken in Österreich erfolgt dzt. durch funktionierendes Unterlassungsklagen-System
- RL sieht nun ausdrücklich vor, dass Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Zugang zu angemessenen und wirksamen Rechtsbehelfen haben
  - einschließlich Ersatz des Schadens,
  - sowie gegebenenfalls Preisminderung oder Vertragsbeendigung
- Mitgliedstaaten legen Voraussetzungen für Anwendung und Folgen fest und können ggf. Art und Schwere der unlauteren Geschäftspraktik berücksichtigen

## Rechtsbehelfe – der neue Art. 11a UGP-RL

### Rechtsschutz

*(1) Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, haben Zugang zu angemessenen und wirksamen Rechtsbehelfen, einschließlich **Ersatz** des dem Verbraucher entstandenen **Schadens** sowie gegebenenfalls **Preisminderung** oder **Beendigung des Vertrags**. Die Mitgliedstaaten können die Voraussetzungen für die Anwendung und die Folgen der Rechtsbehelfe festlegen. Die Mitgliedstaaten können gegebenenfalls die **Schwere und Art der unlauteren Geschäftspraktik**, **den dem Verbraucher entstandenen Schaden** sowie **weitere relevante Umstände berücksichtigen**.*

*(2) Diese Rechtsbehelfe berühren nicht die Anwendung anderer Rechtsbehelfe, die den Verbrauchern nach dem Unionsrecht oder dem nationalen Recht zur Verfügung stehen.*

## Sanktionen

- MS sollen künftig bei Verhängung von Sanktionen - sofern zutreffend - einen beispielhaften Kriterienkatalog berücksichtigen, z.B.:
  - Art und Schwere des Verstoßes
  - frühere Verstöße des Gewerbetreibenden
- Bei weitverbreiteten Verstößen (2 plus 1 MS) im Rahmen der Verbraucherbehördenkooperations-VO sollen künftig auch Geldbußen verhängt werden können
- Geldbußen nach DSGVO Vorbild: Höchstbetrag von mindestens 4 % des Umsatzes oder 2 Mio. Euro
- Dieses Sanktionenregime findet sich – in Abwandlungen – in den geänderten RL (PrAnG-RL ohne Strafhöhe; Klausel-RL -Wiederholung)

## Sanktionen – der neue Art. 13 UGP-RL

### Absatz 3:

*Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass im Rahmen der Verhängung von Sanktionen nach Artikel 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 entweder Geldbußen im Verwaltungsverfahren verhängt werden können oder gerichtliche Verfahren zur Verhängung von Geldbußen eingeleitet werden können oder beides erfolgen kann, wobei sich der Höchstbetrag solcher Geldbußen auf mindestens 4 % des Jahresumsatzes des Gewerbetreibenden in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) beläuft. Unbeschadet der genannten Verordnung können die Mitgliedstaaten die Verhängung von Geldbußen aus verfassungsrechtlichen Gründen beschränken auf:*

*a) Verstöße gegen die Artikel 6, 7, 8 und 9 sowie gegen Anhang I dieser Richtlinie und*

*b) die fortgesetzte Anwendung einer Geschäftspraktik durch einen Gewerbetreibenden, die von der zuständigen nationalen Behörde oder dem zuständigen nationalen Gericht als unlauter eingestuft worden ist, wenn diese Geschäftspraktik keinen Verstoß gemäß Buchstaben a darstellt.*

## Sanktionen – der neue Art. 13 UGP-RL

### **Absatz 4:**

*Für den Fall, dass eine Geldbuße gemäß Absatz 3 zu verhängen ist, jedoch keine Informationen über den Jahresumsatz des Gewerbetreibenden verfügbar sind, sehen die Mitgliedstaaten die Möglichkeit der Verhängung von Geldbußen mit einem Höchstbetrag von mindestens 2 Mio. EUR vor.*

# Umsetzung in Österreich

Projekt BMJ und BMDW –  
Anpassung im FAGG, KSchG, UWG, PrAG

Fristen:

Umsetzungsfrist: 28. November 2021

Anwendung der nationalen Bestimmungen: ab 28. Mai  
2022

**MMag. Erika Ummenberger-Zierler**

Wettbewerbspolitik und –recht

[erika.ummenberger-zierler@bmdw.gv.at](mailto:erika.ummenberger-zierler@bmdw.gv.at)

Mit Dank für Folien an Mag. Judith Stenitzer