

Revision des Bundesgesetzes über die Information der Konsumentinnen und Konsumenten (KIG)

STELLUNGNAHME DER SCHWEIZERISCHEN LAUTERKEITSKOMMISSION

Mit Schreiben vom 8. April 2004 haben Sie unter anderem die Schweizerische Lauterkeitskommission (SLK) zur Vernehmlassung zum Expertenentwurf des Entwurfs Bundesgesetz über die Information und den Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten (KISG) eingeladen.

Die Schweizerische Lauterkeitskommission (SLK) ist seit 1966 als Selbstkontrollorgan der Kommunikationsbranche tätig. Sie ist paritätisch zusammengesetzt (Konsumenten, Medienschaffende, Werber) und beurteilt aktuell pro Jahr rund 300 Fälle, in welchen es um die Frage geht, ob eine Massnahme der kommerziellen Kommunikation lauter ist oder nicht. Darüber hinaus hat die SLK mit ihren Grundsätzen ein wertvolles Handbuch für Konsumenten und Werbetreibende geschaffen. Diese Grundsätze konkretisieren die allgemeinen gesetzlichen Vorschriften und dienen als Anleitung zu lauterem Verhalten auf dem Markt (siehe www.lauterkeit.ch). Nach Meinung des Büros für Konsumentenfragen gehört die SLK zu den wichtigsten Behörden in der Schweiz, die Rechtsstreitigkeiten schlichten.

Die SLK erhält keinerlei öffentliche Unterstützung und finanziert sich ausschliesslich aus privaten Geldern. Aufgrund der stetig anwachsenden Zahl der Fälle und der heute generellen Schwierigkeit, private Unterstützungsbeiträge zu generieren, ist für die SLK die geplante Bestimmung über die Finanzierung der aussergerichtlichen Beilegung der Konsumentenstreitigkeiten von zentraler, ja existenzieller Bedeutung. Wir erlauben uns aber, auch zu anderen Punkten Stellung zu nehmen:

A. Allgemeines

Der Begleitbericht zum VE KISG ist bedauerlicherweise bei der Schnittstelle zwischen Konsumenten- und Lauterkeitsrecht bescheiden geblieben; es wird dementsprechend kaum auf die relevante Literatur und Praxis sowie deren Erkenntnisse Bezug genommen.

Zur Frage der Grundkonstruktion des Erlasses sind wir der Ansicht, dass ein Rahmengesetz viele Fragen und Abgrenzungsprobleme schaffen würde. Das Konsumentenschutzrecht ist nicht einheitlich gewachsen, es ist vielmehr in einer grossen Anzahl von Gesetzen festgelegt. Man denke dabei bloss an die Lebensmittel- und Gesundheitsschutzgesetzgebung. Aber auch gegenüber dem Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, SR 241) würden mit einem Rahmengesetz erhebliche Abgrenzungsprobleme geschaffen: Wäre das UWG nur noch im Konkurrenzverhältnis anwendbar? Wenn nein, würden viele Sachverhalte doppelt geregelt, unter Umständen mit unterschiedlichen Rechtsverfahren, wobei auch zu bedenken ist, dass das Klagerecht der Konsumentenorganisationen im UWG (Art. 10) verfassungsrechtlich festgelegt ist.

B. Zu einzelnen Bestimmungen

Art.4 Umfang der Information

Bei der in Art.4 Abs.1 statuierten **Informationspflicht** wird eine nicht nachvollziehbare Unterscheidung in Objektivität (lit.a) und Wahrheitspflicht (lit.b) vorgenommen. Der Begleitbericht hält lapidar fest, dass «objektiv bedeutet, dass sie keine Doppeldeutigkeiten enthalten und so vollständig wie möglich sein soll» (S.12). Das ist aber weder eine sprachlich noch eine rechtlich korrekte Umschreibung der Objektivität, geschweige denn dogmatisch stringent. Nimmt man die Massstäbe des Lauterkeitsrechts zur Objektivität, so enthalten diese die Gebote der Wahrheit / Richtigkeit, der Klarheit und der Vollständigkeit.¹ Dies sollte u.E. auch so aufgezählt werden, womit folgende Formulierung anstelle der lit. a und b vorzuschlagen ist:

«Die Information (...) muss

a. objektiv, d.h. richtig, klar und vollständig sein.»

Die Liste der **wesentlichen Eigenschaften** von Waren und Dienstleistungen gemäss Abs. 2 ist zu eng, auch wenn diese nicht abschliessend ist. Zwar trifft es zu, dass es sich dabei um die wesentlichen Eigenschaften der Produkte (= Waren und Dienstleistungen) handelt, doch sollte sich die Informationspflicht nach Ansicht der SLK und in Bezugnahme auf die Praxis der einschlägigen EU-Richtlinien nicht nur auf diese Eigenschaften beschränken, sondern im Sinne einer allgemeinen Informationspflicht des Angebotes als solches beziehen. Demnach wäre nebst über die Eigenschaften des Produktes auch über die Bedingungen des Angebotes zu informieren, nämlich beispielsweise über die Zahlungs- und Lieferbedingungen, die Rückgabemöglichkeit und das Widerrufsrecht sowie die Gültigkeitsdauer des Angebots.² Diese Pflichten gelten zwar explizit für Angebote im Fernabsatz, doch sollten sie generelle Geltung erlangen, zumal sich die «Inverkehrbringung» gemäss Art. 2 lit. d VE KISG auch ausdrücklich auf das Anbieten via Internet bezieht.

Die SLK beantragt daher eine Ergänzung der Informationspflichten im genannten Sinne.

Art.5 Widerrufsrecht

Das Widerrufsrecht gemäss VE KISG beschränkt sich auf den Fall, dass der Informationspflicht nicht nachgekommen wurde. Im Gegensatz dazu gibt die EU-RL zum Fernabsatz dem Verbraucher bei «jedem Vertragsabschluss im Fernabsatz (...)» dieses Recht (Art. 6 RL). Das OR sieht das Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften und ähnlichen Verträgen vor (Art. 40a ff.). Der Begleitbericht erläutert die Beschränkung nur rudimentär und begründet insbesondere nicht, weshalb nicht die EU-Regelung analog übernommen wird bzw. weshalb das KISG weniger weit geht als die Widerrufsbestimmungen des OR.

Hier befürworten wir eine der EU-RL zum Fernabsatz analoge Regelung.

Art.7 Vergleichende Tests

Der VE KISG zu den vergleichenden Tests entspricht nur teilweise den aktuellen Vorstellungen im Testwesen. Hierzu hätte ein Blick auf die Branchenregelung im Lauterkeitsrecht Hilfe geboten: Der Grundsatz der SLK zu Tests (SLK-GS Nr. 3.3) und die entsprechenden

¹ Vgl. dazu beispielsweise den Grundsatz der Schweizerischen Lauterkeitskommission Nr.3.5 sowie GS 3.3 und Ziff.1.2 der Richtlinien für Tests; ferner auch den Entscheid der SLK v. 27.4.2000, E.3 («ZürichExpress c. 20Minuten», m.w.H.; sic! 2000, 460).

² Vgl. dazu beispielsweise Art.4 der Fernabsatz-RL (RL 97/7/EG) und SLK-GS Nr.4.2

Richtlinien hätten einer Neuregelung der bisherigen Bestimmung des KIG (Art. 6) dienlich sein können.³

Zudem sind die neu hinzu gekommenen Kriterien wie der *ausreichenden* Repräsentativität und des *erhöhten* Informationsbedürfnisses (Art.7 Abs.2 lit.a VE KISG) . auch im Interesse der Konsumenten . weder begründet noch notwendig. Weshalb im Begleitbericht im Übrigen auf eine Definition von Tests der französischen «Normierungsinstanz» AFNOR statt auf schweizerische Begriffsbestimmungen innerhalb des Lauterkeitsrechts verwiesen wird⁴, ist nicht ganz nachvollziehbar.

Wir schlagen daher eine vollständige Überarbeitung von Art.7 VE im beschriebenen Sinne vor.

Art.10 Aussergerichtliche Beilegung der Konsumentenstreitigkeiten / Grundsatz

Die Kriterien für die Bedingungen der aussergerichtliche Beilegung der Konsumentenstreitigkeiten werden in Art. 10 Abs. 2 VE aufgelistet. Im Begleitbericht wird zurecht auf die «Empfehlung der EU-Kommission betr. die Grundsätze für Einrichtungen, die für die aussergerichtliche Beilegung von Verbraucherstreitigkeiten zuständig sind» vom 30.3.1998 (98/257/EG) verwiesen. Die aufgelisteten Kriterien wurden weitgehend übernommen. Allerdings sollte man nicht vom «Grundsatz der Legalität» (lit.e), sondern vom *Grundsatz der Rechtmässigkeit* (wie in der richtigen Übersetzung der EU-Empfehlung) sprechen; ebenfalls vorzuziehen ist die Bezeichnung *Grundsatz der Handlungsfreiheit* (anstelle vom «Grundsatz der Freiheit» in lit.f).

Nach diesen EU-Grundsätzen richtet sich im Übrigen die SLK.⁵

Art.11 Finanzielle Unterstützung

Art. 11 des Vorentwurfes sieht auf Bundesebene einzig die Finanzierung eines virtuellen Schalters beim Eidgenössischen Büro für Konsumentenfragen resp. die Entwicklung eines kantonalen Netzwerkes vor. Im Begleitbericht zum Vorentwurf vom 16. März 2004 wird ergänzend ausgeführt, dass allenfalls auch die Schaffung von Kontaktstellen in den verschiedenen Kantonen teilweise mit Bundesgeldern zu unterstützen ist.

Finanziert werden soll demzufolge nur die Verwaltung und Administration beim Bund und in den Kantonen, nicht aber die eigentliche Tätigkeit der im öffentlichen Interesse tätigen aussergerichtlichen Organisationen. Solche Gelder sind gemäss Vorentwurf nur für die eigentlichen Konsumentenorganisationen vorgesehen (Art. 13 des Vorentwurfes). Damit besteht die Gefahr, dass die Förderung der aussergerichtlichen Streitbeilegung zum toten Gesetzesbuchstaben wird. Denn einzig die betreffenden Organisationen wie die SLK garantieren diese alternative Möglichkeit der Streitbeilegung, welche die Konsumenten, Unternehmen und die Gerichte vor unzähligen zusätzlichen Gerichtsverfahren bewahrt. Wenn deren Überleben nicht gesichert wird, gibt es auch keine aussergerichtliche Streitbeilegung mehr.

³ Des weiteren sei auf die Publikation von ANDREAS GERSBACH, Der Produktetest im schweizerischen Recht, Zürich 2003, verwiesen.

⁴ Siehe dazu GERSBACH (vorherige Fn.), 6, mit den dortigen Hinweisen auf die Literatur.

⁵ Vgl. dazu MISCHA CHARLES SENN, Das Verfahren vor der Schweizerischen Lauterkeitskommission, sic! 1999, 697. 702, 698.

Die Finanzierung lediglich der sKoordination% durch die Kantone erscheint auch als wenig effizient. Dies insbesondere deshalb, weil die bisherigen Einrichtungen nicht kantonal, sondern gesamtschweizerisch organisiert sind (z.B. Ombudsstellen der Banken, Versicherungen und der Reisebranche, Schweizerische Lauterkeitskommission SLK).

Die Schweizerische Lauterkeitskommission (SLK) beantragt daher folgende Neuformulierung des Art. 11 des Vorentwurfes (Finanzielle Unterstützung):

sDer Bund gewährt den Kantonen finanzielle Unterstützung für die Einrichtung des Netzwerks für die aussergerichtliche Beilegung von Konsumentenstreitigkeiten sowie den Organisationen, welche die Voraussetzungen von Art. 10 Abs. 2 dieses Gesetzes erfüllen.%

Dieser Vorschlag entspricht betreffend finanzielle Unterstützung der Organisationen dem Expertenentwurf Brunner/Rehbinder/Stauder (Bern 2003), der auch unter Berufung auf die Entwicklungen in der EU die direkte finanzielle Unterstützung der fraglichen Organisationen vorsah.

Für allfällige Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.