VERNEHMLASSUNG

DER REGIERUNG

DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN

BETREFFEND DIE SCHAFFUNG EINES

GESETZES ÜBER DEN FERNABSATZ VON

FINANZDIENSTLEISTUNGEN

(FERN-FINANZDIENSTLEISTUNGS-GESETZ; FERNFING)

Ressort Wirtschaft

Vernehmlassungsfrist: 30. Juli 2004

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Zusammenfassung 4

Zuständige Ressorts 5

Betroffene Amtsstellen 5

1. Ausgangslage 7

   1.1 Allgemeines 7
   1.2 Umsetzung der Richtlinie 10

2. Schwerpunkte der Richtlinie 10

3. Ziele und Inhalte der Vernehmlassungsvorlage 19

4. Erläuterungen zur Vernehmlassungsvorlage 22

   4.1 Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz 22
   4.2 Abänderung Fernabsatzgesetz 36
   4.3 Abänderung Konsumentenschutzgesetz 36
   4.4 Abänderung Versicherungsvertragsgesetz 37

5. Vernehmlassungsvorlagen 38

   5.1 Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz 38
   5.2 Abänderung Fernabsatzgesetz 50
   5.3 Abänderung Konsumentenschutzgesetz 52
   5.4 Abänderung Versicherungsvertragsgesetz 54

Beilage:

– Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7 EG und 98/27/EG

ZUSAMMENFASSUNG

Die Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG (ABl. EG Nr. L 271 S 16) ist bis zum 9. Oktober 2004 in das liechtensteinische Recht umzusetzen.

Die Richtlinie zielt auf die europaweite Angleichung der Rechtsvorschriften für den Vertrieb von Finanzdienstleistungen (z.B. Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung, Geldanlage) an Konsumenten insbesondere per Telefon, Fax oder Internet. Sie schliesst damit eine Lücke im europäischen Verbraucherschutzrecht, nachdem die Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz in ihrem Art. 3 Abs. 1, 1. Spiegelstrich in Verbindung mit Anhang II gerade den Bereich des Fernabsatzes von Finanzdienstleistungen ausgenommen hatte. Um trotz des fehlenden persönlichen (physischen) Kontakts zwischen den Vertragspartnern eine wohlüberlegte Vertragsentscheidung der Konsumenten zu ermöglichen, wird den Unternehmern die Pflicht auferlegt, ihre Kunden rechtzeitig über die für den Verbraucherabschluss wesentlichen Umstände zu informieren. Ausserdem erhält der Konsument das Recht, innerhalb einer bestimmten Frist vom Vertrag zurückzutreten. Dadurch soll das Vertrauen der Konsumenten in die Vertriebsform „Fernabsatz“ im Bereich Finanzdienstleistungen gefördert werden. Unternehmen, die Finanzdienstleistungen grenzüberschreitend mittels Fernkommunikation absetzen, sollen von der Vereinheitlichung der Rechtsnormen profitieren.

Kerninhalt der Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen sind umfassende Informationspflichten gegenüber dem Konsumenten (Art. 3 bis 5 der Richtlinie) sowie ein Rücktrittsrecht (Art. 6).

Die neue Richtlinie betrifft alle Finanzdienstleistungen für Privatkunden wie Bankdienstleistungen, Versicherungs- oder Wertpapierdienstleistungen, die im Fernabsatz – per Telefon, Telefax oder über das Internet – vertrieben werden.

Zu den wichtigsten Regelungen der Richtlinie gehören gestiegene Anforderungen an die Informationspflichten des Anbieters. Dieser muss künftig dem Kunden auf

dem Papierweg oder über einen anderen „dauerhaften Datenträger“ (Computer-Diskette, CD-ROM oder E-Mail) vor Vertragsabschluss umfangreiche Informationen zur Verfügung stellen, u. a. die Identität des Lieferers, Kontaktadresse, Zahlungsmodalitäten, vertragliche Rechte und Pflichten sowie Einzelheiten über Art und Umfang der Erbringung der angebotenen Leistung.

Das liechtensteinische Recht, insbesondere das Recht über Fernabsatzverträge, setzt derzeit die allgemeine Fernabsatzrichtlinie im Gesetz vom 18. April 2002 über den Verbraucherschutz bei Vertragschlüssen im Fernabsatz (Fernabsatzgesetz; FAG), LGBl. 2002 Nr. 71, um und nimmt – jener Richtlinie folgend – Finanzdienstleistungen aus. Deshalb besteht Anpassungsbedarf.

ZUSTÄNDIGE RESSORTS

Finanzen, Wirtschaft

BETROFFENE AMTSSTELLEN

Amt für Volkswirtschaft, Amt für Finanzdienstleistungen

Vaduz, 11. Mai 2004
RA 2004/1205-7511
P

1. AUSGANGSLAGE

1.1 Allgemeines

Am 9.10.2002 ist die Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23.9.2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher in Kraft getreten (ABl. L 271/16 vom 9.10.2002). Nach dem Scheitern einer einzigen einheitlichen Fernabsatz-Richtlinie und dem Erlass der die Finanzdienstleistungen ausklammernden „Allgemeinen Fernabsatzrichtlinie“ im Jahr 1997, erfuhren nunmehr – nach über fünf Jahren – auch die Finanzdienstleistungen, die sich ganz besonders für Transaktionen im Fernabsatz eignen, eine Richtlinienregelung. Die neue Richtlinie stellt primär auf den Schutz der Konsumenten bei Inanspruchnahme von Finanzdienstleistungen im Fernabsatz ab.

Durch die Richtlinie 2002/65/EG wird die Richtlinie 97/7/EG, die für Produkte und Dienstleistungen mit Ausnahme der Finanzdienstleistungen einen ausreichenden Schutz der Konsumenten sicherstellt, ergänzt, um den Besonderheiten der Finanzdienstleistungen Rechnung zu tragen. Diese Richtlinie soll somit diese Rechtslücke schliessen und eine gemeinsame Grundlage für die Bedingungen schaffen, unter denen Verträge im Fernabsatz betreffend Finanzdienstleistungen geschlossen werden. Die Richtlinie ändert ebenfalls die Richtlinie 90/619/EWG, die durch die Richtlinie 2002/83/EG über Lebensversicherungen ausser Kraft gesetzt wurde, und die Richtlinie 98/27/EG über Unterlassungsklagen ab.

Unter „Fernabsatz“ versteht man den Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen, der ohne persönlichen Kontakt zwischen den Vertragspartnern erfolgt, weil diese ausschliesslich mit Fernkommunikationsmitteln wie Brief, Telefon, Internet oder E-Mail kommunizieren. Diese Vertriebsform, die im schon lange bekannten Versandhandel ihren Ursprung hat, heute aber beispielsweise auch schon über das Internet abgewickelte Finanztransaktionen umfasst, erfreut sich in den letzten Jahren wegen der technischen Fortentwicklung und der zunehmenden Verbreitung moderner Fernkommunikationsmittel einer steigenden Anwendung und Akzeptanz. Sie birgt Chancen, aber auch Risiken:

Vorteilhaft für den Kunden ist der Umstand, dass er keine Geschäftsräumlichkeiten aufsuchen muss und daher geografische Entfernungen und Öffnungszeiten keine Rolle spielen. Er kann in aller Ruhe zu Hause auswählen und beispielsweise über Internet verschiedene Angebote einholen und miteinander vergleichen. Unternehmen ersparen sich durch den Fernabsatz eine Vertriebsebene und können weltweit mit Kunden kontrahieren, ohne über eine Vielzahl von Niederlassungen mit Verkaufsräumen und Verkaufspersonal verfügen zu müssen. Die damit verbundene Kostenersparnis sollte sich wiederum günstig auf den Preis der Leistung auswirken und damit auch den Kunden zugute kommen.

Der Fernabsatz bereitet aus der Sicht des Konsumentenschutzes aber auch manche Probleme: Die Aussicht, eine vorteilhaft dargestellte und angepriesene Ware oder Leistung einfach durch Ausfüllen und Absenden eines Bestellscheins, durch telefonischen Anruf, E-Mail oder überhaupt „per Mausklick“ zu bestellen und in der Folge zu erhalten, ohne dafür sofort bar zu bezahlen, kann Konsumenten zu übereilten Vertragsabschlüssen über Waren oder Dienstleistungen verleiten, die sie bei näherer Überlegung nicht oder nicht in der konkreten Ausgestaltung brauchen oder die sie sich in Wahrheit finanziell gar nicht leisten können. Es kann auch sein, dass ein Konsument beim Vertragsabschluss mit Fernkommunikationsmitteln nicht erkennt, übersieht oder im Laufe der Zeit wieder vergisst, mit wem und

zu welchen Bedingungen er kontrahiert hat, welches Recht auf den Vertrag anzuwenden ist und wie und wem gegenüber er seine vertraglichen Ansprüche geltend machen kann.

Finanzdienstleistungen wie Bank- und Versicherungsdienstleistungen eignen sich aufgrund ihrer immateriellen Beschaffenheit – es müssen keine körperlichen Gegenstände hergestellt, geliefert oder bearbeitet werden – besonders gut für Transaktionen im Fernabsatz. Allerdings besteht bei ihnen wegen ihrer Komplexität und ihrer oft erheblichen und langfristigen finanziellen Auswirkungen (etwa bei Kredit-, Lebensversicherungs- oder Privatpensionsverträgen) auch ein besonderes Bedürfnis nach rechtlichem Schutz der Konsumenten vor Übereilung und vor Informationsdefiziten.

Sowohl für Anbieter als auch für Konsumenten von Finanzdienstleistungen gehört der Fernabsatz von Finanzdienstleistungen zu den wichtigsten greifbaren Ergebnissen des vollendeten Binnenmarkts. Für dessen reibungsloses Funktionieren ist es wesentlich, dass die Konsumenten mit Anbietern anderer Mitgliedstaaten Verträge aushandeln und schliessen können, und zwar unabhängig davon, ob der Anbieter auch in den Mitgliedstaaten über eine Niederlassung verfügt, in dem der Konsument ansässig ist. Dabei ist sicherzustellen, dass die Konsumenten gleichen Zugang zu breitest möglichen Angeboten an Finanzdienstleistungen haben, die in der Gemeinschaft verfügbar sind. Durch die Schaffung eines einheitlich hohen Verbraucherschutzniveaus soll das Vertrauen der Konsumenten in den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen gestärkt werden (vgl. den 2., 3. und 4. Erwägungsgrund der Richtlinie).

Die Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen tritt neben bereits bestehendes Gemeinschaftsrecht, insbesondere die – bereits genannte – „Allgemeine Fernabsatzrichtlinie“, welche die wesentlichen Bestimmungen über den Absatz von Waren und Dienstleistungen (ausgenommen Finanzdienstleistungen)

an Konsumenten enthält sowie die Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr (sog. E-Commerce-Richtlinie; in Liechtenstein bereits durch das E-Commerce-Gesetz, LGBl. 2003 Nr. 133, umgesetzt). Die Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen soll gemäss dem 6. Erwägungsgrund im Einklang mit dem Vertrag und dem abgeleiteten Recht angewandt werden. Ausdrücklich klargestellt ist, dass die E-Commerce-Richtlinie nur für von ihr erfasste Transaktionen gilt.

1.2 Umsetzung der Richtlinie

Am 16. Mai 2003 hat der gemeinsame EWR-Ausschuss beschlossen (Beschluss Nr. 47/2003), die Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG in das EWR-Abkommen zu übernehmen.

Die Richtlinie sieht vor, dass die Mitgliedstaaten die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften zur Umsetzung und Durchführung dieser Richtlinie bis zum 9. Oktober 2004 zu erlassen haben. Die EFTA/EWR-Mitgliedstaaten haben die erforderlichen Massnahmen zur Umsetzung der Richtlinie somit ebenfalls bis spätestens zum 9. Oktober 2004 zu treffen.

Der Landtag hat der Übernahme der Richtlinie in seiner Sitzung vom 22./23. Oktober 2003 einhellig zugestimmt.

2. SCHWERPUNKTE DER RICHTLINIE

Der Richtlinie geht es primär um die schrittweise Festigung des Binnenmarkts auf einem hohen Verbraucherschutzniveau. Die Konsumenten sollen aus einem mög-

lichst breiten Angebot auf dem europäischen Markt auswählen können, ihre Wahlfreiheit soll gewährleistet und ihr Vertrauen gefördert werden. Die europäischen Institutionen gehen davon aus, dass die europäischen Konsumenten die modernen Kommunikationstechnologien auch und gerade für den Erwerb von Finanzdienstleistungen verwenden (können). Für diese Distanzgeschäfte werden europaweit bestimmte einheitliche Vorgaben getroffen. Diese Vorgaben sind aber nicht umfassend in dem Sinn, dass sie alle Rechtsvorschriften über Finanzdienstleistungen abdecken. Es werden viel mehr nur bestimmte Aspekte im Zusammenhang mit der Vertriebsform „Fernabsatz“ geregelt.

Ein bedeutender Diskussionspunkt bei den Beratungen im Rahmen der Vorbereitung der Richtlinie war die Frage, welchen Harmonisierungsgrad die Richtlinie anstreben sollte. Die meisten Verbraucherschutz-Richtlinien der Europäischen Gemeinschaft sind nämlich „Mindeststandard-Richtlinien“, die es den Mitgliedstaaten erlauben, zu Gunsten ihrer Konsumenten strengere Regelungen zu erlassen oder beizubehalten. Die Richtlinie 2002/65/EG geht hingegen einen anderen Weg: Sie verlangt von den Mitgliedstaaten grundsätzlich eine volle Harmonisierung, sodass sowohl ein Zurückbleiben des Verbraucherschutzstandards des nationalen Rechts hinter den Vorgaben der Richtlinie als auch strengere Vorschriften, die ein höheres Verbraucherschutzniveau bewirken, unzulässig sind. Allerdings räumt die Richtlinie den Mitgliedstaaten in einigen Teilbereichen ausdrücklich Optionen und Gestaltungsräume zur Umsetzung ein (vgl. Art. 4 Abs. 2 und 3, Art. 6 Abs. 1 letzter Satz und Abs. 3, Art. 7 Abs. 2, Art. 10 Abs. 2 und Art. 11 der Richtlinie). Dies ist der Kompromiss, in dem die Verhandlungen auf europäischer Ebene letztlich mündeten.

Gegenstand und Anwendungsbereich

Gegenstand der Richtlinie ist die Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an

Verbraucher. Der sachliche Anwendungsbereich der Richtlinie erfasst alle Verträge über Finanzdienstleistungen, die unter Verwendung von sog. Fernkommunikationsmitteln mit Konsumenten geschlossen werden. Als klassische Fernkommunikationsmittel kommen dabei vor allem Telefon, Telefax, E-Mail, etc. in Betracht. Es handelt sich somit um Kommunikationsmittel, die ohne gleichzeitige Anwesenheit von Anbieter und Konsument eingesetzt werden können (Art. 2 lit. e), sich die Vertragsparteien somit in keinem Augenblick persönlich gegenüberstehen.

Wesentlich für den Begriff des Fernabsatzvertrages ist, dass für den Vertrag bis zu und einschliesslich dessen Abschluss ein oder mehrere Fernkommunikationsmittel (z.B. Telefon, Fernsehen, Hörfunk, Telefax, E-Mail, etc.) verwendet werden (Art. 2 lit. a). Es werden somit nur jene Verträge vom Anwendungsbereich der Richtlinie erfasst, bei denen das Angebot, die Verhandlung und der Abschluss selbst an getrennten Orten erfolgen.

Eine weitere Voraussetzung ist, dass der Vertrag im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- und Dienstleistungssystems des Anbieters geschlossen werden muss (Art. 2 lit. a). Somit sollen bloss gelegentliche Transaktionen vom Anwendungsbereich der Richtlinie ausgeschlossen werden.

Der wesentliche Begriff der Finanzdienstleistungen selbst ist in Art. 2 lit. b der Richtlinie genau umschrieben. Unter Finanzdienstleistungen versteht man demnach jede Bankdienstleistung sowie jede Dienstleistung im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung.

Der persönliche Anwendungsbereich ist entsprechend dem Ziel der Richtlinie auf Verbraucher beschränkt. Schliesslich ist darauf hinzuweisen, dass mit der Fernabsatzrichtlinie für Finanzdienstleistungen ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleistet werden soll. Um dieses Ziel tatsächlich zu erreichen, kann der Kon-

sument auf die ihm in dieser Richtlinie eingeräumten Rechte nicht verzichten (Art. 12).

Informationspflichten

Den Schwerpunkt der Richtlinie bildet die in Art. 3 der Richtlinie geregelte sehr umfassende Informationspflicht des Unternehmers gegenüber dem Konsumenten. Obwohl der Umfang dieser gebotenen Informationen auf den ersten Blick überwältigend erscheint und den Konsumenten überfordern dürfte, kann er angesichts der Eigenart vieler Finanzdienstleistungen grundsätzlich als sachgemäss angesehen werden. Die Richtlinie selbst teilt die Informationen ein in:

a) Informationen betreffend den Anbieter (Art. 3 Abs. 1);

b) Informationen betreffend die Finanzdienstleistung (Abs. 2);

c) Informationen betreffend den Fernabsatzvertrag (Abs. 3); sowie

d) Informationen betreffend den Rechtsbehelf (Abs. 4).

Zusätzliche Auskunftspflichten, die in anderen gemeinschaftsrechtlichen Vorschriften über Finanzdienstleistungen enthalten sind, werden davon nicht berührt und müssen weiterhin angegeben werden (Art. 4 Abs. 1). Insbesondere müssen weiterhin alle in den Wohlverhaltensregeln normierten Aufklärungs- und Informationspflichten eingehalten werden. Der Anbieter hat darauf zu achten, dass diese Informationen klar und verständlich dem Konsumenten erteilt werden und dem jeweils benutzten Kommunikationsmittel angepasst sind (Art. 3 Abs. 2). Vor allem muss für den Konsumenten der geschäftliche Zweck unmissverständlich erkennbar sein.

Informationen betreffend die Finanzdienstleistung:

Der Anbieter hat den Konsumenten über die wesentlichen Merkmale sowie die Einzelheiten hinsichtlich Zahlung und Erfüllung zu informieren. Der vom Konsumenten geschuldete Gesamtpreis inkl. Provisionen, Gebühren und Abgaben (bzw. die entsprechende Berechnungsgrundlage) ist offen zu legen. Ausserdem hat der Anbieter auf Risiken oder Preisschwankungen, mögliche weitere Steuern und/oder Kosten (z.B. Kosten für die Benutzung des Fernkommunikationsmittels oder Kosten, die nicht über den Anbieter abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden) hinzuweisen. Beschränkungen des Zeitraums, während dem die zur Verfügung gestellten Informationen Gültigkeit haben, sind dem Konsumenten mitzuteilen.

Informationen betreffend den Fernabsatzvertrag:

Diese Informationen beziehen sich auf das Rücktrittsrecht, die Rücktrittsfrist, die Modalitäten für dessen Ausübung, die Folgen der Nichtausübung, eine allfällige Mindestlaufzeit und die Kündigung des Vertrages, das anwendbare Recht, den Gerichtsstand und die verwendete Sprache. Es sind dem Konsumenten weiters praktische Hinweise zur Ausübung des Rücktrittsrechts (insbesondere die Anschrift, an welche die Mitteilung über den Rücktritt zu senden ist) zu geben.

Informationen betreffend den Rechtsbehelf:

Schliesslich hat der Anbieter dem Konsumenten mitzuteilen, ob und unter welchen Voraussetzungen ein Zugang zu einem aussergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren besteht oder ob es einen Garantiefonds oder andere Entschädigungsregelungen gibt.

Bei fernmündlicher Kommunikation sind die Informationspflichten des Anbieters eingeschränkt. Die Identität des Anbieters und der geschäftliche Zweck des vom Anbieter initiierten Anrufs sind in jedem Fall zu Beginn eines Gesprächs mit dem Konsumenten offen zu legen. Vorausgesetzt, der Konsument erteilt hiezu seine Zustimmung, brauchen ihm in weiterer Folge jedoch nur die Identität der Kontaktperson und deren Verbindung zum Anbieter, eine Beschreibung der Hauptmerkmale der Finanzdienstleistung, der Gesamtpreis (inkl. Steuern und mögliche weitere Kosten) und das Bestehen oder Nichtbestehen eines Rücktrittsrechts mitgeteilt werden.

Generell sind die Informationen, deren geschäftlicher Zweck unmissverständlich zu erkennen sein müsste, dem Konsumenten auf klare und unmissverständliche Weise in einer dem benutzten Fernkommunikationsmittel angepassten Weise zu übermitteln.

In anderen gemeinschaftsrechtlichen Normen geregelte und über die Richtlinie hinausgehende Auskunftspflichten (z.B. Wohlverhaltensregeln) bleiben unberührt. Den Mitgliedstaaten bleibt es weiters unbenommen, bis zu einer weiteren Harmonisierung strengere Bestimmungen über die Anforderungen an eine vorherige Auskunftserteilung aufrechtzuerhalten oder zu erlassen, wenn diese Bestimmungen mit dem Gemeinschaftsrecht im Einklang stehen. Die genannten Informationen hat der Anbieter der Finanzdienstleistung dem Konsumenten rechtzeitig – bevor dieser durch den Fernabsatzvertrag oder durch ein Angebot gebunden ist – in Papierform oder auf einem anderen dauerhaften Datenträger (z.B. Diskette, CD-Rom, DVD), der dem Konsumenten zur Verfügung steht, zu übermitteln.

Rücktrittsrecht des Konsumenten

Bereits in der allgemeinen Fernabsatzrichtlinie ist in Art. 6 ein Rücktrittsrecht von mindestens sieben Werktagen vorgesehen. Das Ziel eines derartigen Rücktritts-

rechts besteht im Wesentlichen darin, die Gefahr eines unfundierten Vertragsabschlusses hintan zu halten. Auch in der Richtlinie Fernabsatz von Finanzdienstleistungen ist das Rücktrittsrecht des Konsumenten ein zentraler Punkt. Dieser hat – anders als in der allgemeinen Fernabsatz-Richtlinie, die wie erwähnt eine 7-tägige Frist vorsieht – 14 Kalendertage Zeit, vom Vertrag ohne Angabe von Gründen und ohne eine Vertragsstrafe zahlen zu müssen, zurückzutreten (bei Fernabsatzverträgen über Lebensversicherungen und über die Altersversorgung bei Einzelpersonen beträgt die Frist sogar 30 Tage). Die Rücktrittsfrist beginnt grundsätzlich am Tag des Vertragsabschlusses bzw. bei den genannten Lebensversicherungen mit dem Zeitpunkt, zu dem der Konsument über den Vertragsabschluss informiert wird, zu laufen. Erhält der Konsument die Vertragsbedingungen und Informationen jedoch erst an einem späteren Tag, so ist dieser Frist auslösend.

Das dem Konsumenten grundsätzlich eingeräumte Rücktrittsrecht ist aber für eine Reihe von Finanzdienstleistungen aufgrund deren Besonderheit ausdrücklich ausgeschlossen (Art. 6 Abs. 2). Kein Rücktrittsrecht hat der Konsument deshalb bei Finanzdienstleistungen, deren Preis auf dem Finanzmarkt Schwankungen unterliegt, auf die der Anbieter keinen Einfluss hat und die innerhalb der Rücktrittsfrist auftreten können (z.B. Devisen, handelbare Wertpapiere, Finanztermingeschäfte, Zinstermingeschäfte etc.). Ebenso besteht kein Rücktrittsrecht bei Reise- und Gepäckversicherungspolizzen mit einer Laufzeit von weniger als einem Monat und bei Verträgen, die auf ausdrücklichen Wunsch des Konsumenten – bevor der Konsument sein Rücktrittsrecht ausübt – von beiden Seiten bereits voll erfüllt sind.

Unaufgefordert erbrachte Dienstleistungen / unerwünschte Mitteilungen

Ein wesentliches Element des Verbraucherschutzes besteht darin, diesen vor nicht erbetenen Mitteilungen oder Leistungen zu schützen. Aus diesem Grund ver-

pflichtet Art. 9 der Richtlinie die Mitgliedstaaten dafür zu sorgen, dass die Erbringung von Finanzdienstleistungen an Konsumenten untersagt wird, wenn diese die Finanzdienstleistungen nicht angefordert haben und wenn mit der Leistungserbringung eine Aufforderung zur sofortigen oder späteren Zahlung verbunden ist. Darüber hinaus haben die Mitgliedstaaten den Konsumenten von jeder Verpflichtung zu befreien, die mit der unaufgefordert erbrachten Leistung verbunden wäre.

Ohne vorherige Einwilligung des Konsumenten darf ein Anbieter weder Telefax noch sonstige telefonische Kommunikation mit einem Anrufautomaten (z.B. Voicemail-System) verwenden (Art. 10). Bei allen anderen Fernkommunikationsmitteln haben die Mitgliedstaaten dafür zu sorgen, dass diese Mittel ohne Zustimmung des betreffenden Konsumenten nicht zulässig sind oder nur benutzt werden dürfen, wenn der Konsument keine deutlichen Einwände dagegen erhebt.

Zahlung für eine vor dem Konsumenten erbrachte Dienstleistung

Tritt der Konsument fristgerecht vom Fernabsatzvertrag zurück, so darf der Anbieter lediglich die unverzüglichen Zahlungen für die vom Anbieter gemäss dem Fernabsatzvertrag tatsächlich erbrachten Dienstleistungen verlangen. Dies unter der Voraussetzung, dass der Anbieter nachweisen kann, dass der Konsument über den zu zahlenden Betrag ordnungsgemäss unterrichtet wurde. Der Betrag hat verhältnismässig zu sein und darf nicht als Vertragsstrafe auslegbar sein. Bei Beginn der Vertragsausführung vor Ende der Rücktrittsfrist besteht kein Anspruch des Anbieters, es sei denn der Konsument hätte der Vertagsausführung ausdrücklich zugestimmt. Im Rahmen der Rückabwicklung hat der Anbieter vom Konsumenten erhaltene Beträge binnen 30 Tagen ab Erhalt des Rücktritts zurückzuerstatten. Dasselbe gilt für den Konsumenten (binnen 30 Tagen ab Absendung des Rücktritts).

Missbräuchliche Verwendung von Zahlungskarten

Dass der Einsatz von Kredit- und sonstigen Zahlkarten im Fernabsatz massgebliche Bedeutung hat, bedarf keiner weiteren Erörterung. Dementsprechend haben die Mitgliedstaaten geeignete Vorkehrungen zu treffen, damit der Konsument im Fall der betrügerischen Verwendung seiner Karte die Stornierung einer Zahlung vornehmen kann bzw. ihm die Zahlung gutgeschrieben oder erstattet wird (vgl. Art. 8 der Richtlinie).

Sonstiges

Aus Gründen des Konsumentenschutzes kann der Konsument auf die Rechte, die ihm durch die Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen eingeräumt werden, nicht verzichten. Die Mitgliedstaaten haben darüber hinaus angemessene Sanktionen zur Ahndung von Verstössen des Anbieters gegen die Richtlinien-Bestimmungen vorzusehen. Die Sanktionen müssen nicht nur wirksam und verhältnismässig, sondern auch abschreckend sein. Die Richtlinie enthält weiters Bestimmungen über gerichtliche, aussergerichtliche und verwaltungsbehördliche Rechtsbehelfe, welche die Mitgliedstaaten einrichten bzw. fördern sollen, um die Einhaltung der Richtlinie im Interesse der Konsumenten sicherzustellen. Schliesslich kann die Beweislast für die Erfüllung der Verpflichtungen des Anbieters zur Information des Konsumenten und für die Zustimmung des Konsumenten zum Vertragsabschluss sowie gegebenenfalls zur Vertragsdurchführung dem Anbieter aufgebürdet werden. Vertragsklauseln, nach denen die Beweislast für die Einhaltung der dem Anbieter obliegenden Pflichten beim Konsumenten liegt, gelten als missbräuchlich und sind unwirksam.

3. ZIELE UND INHALTE DER VERNEHMLASSUNGSVORLAGE

Einer legislativen Umsetzung in das liechtensteinische Recht bedürfen nur jene Bestimmungen der Richtlinie, die in Abweichung von der Richtlinie 97/7/EG spezielle Vorschriften für Finanzdienstleistungen anordnen, namentlich die Informationspflichten und das Rücktrittsrecht. Jene Regelungen der Richtlinie, die sich nur an die Richtlinie 97/7/EG anlehnen und im Wesentlichen die gleichen Vorschriften, die für den Fernabsatz im Allgemeinen gelten, auch für den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen vorsehen, erfordern im liechtensteinischen Recht – wenn überhaupt – lediglich geringfügige sprachliche Anpassungen.

Die allgemeine Fernabsatz-Richtlinie 97/7/EG über den Fernabsatz wurde bereits in liechtensteinisches Recht übernommen und enthält die grundlegenden Fernabsatzbestimmungen (Fernabsatzgesetze; FAG, LGBl. 2002 Nr. 71.

Obwohl ein eigenes FAG in Liechtenstein bereits besteht, wird ein eigenes Gesetz über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen geschaffen. Bei der Umsetzung der Richtlinie 2002/65/EG hat sich gezeigt, dass die Schaffung eines eigenen Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetzes am effektivsten für eine ordnungsgemässe Umsetzung erscheint.

Bestimmungen der Richtlinie, die keiner legislativen Umsetzung bedürfen

Manche Bestimmungen, die die Richtlinie speziell für den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen vorschreibt, bestehen im liechtensteinischen Recht bereits als allgemeine Regeln oder Grundsätze, die nicht nur – aber eben auch – für den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen gelten. In diesen Bereichen muss die Richtlinie nicht eigens umgesetzt werden. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Regelungen der Richtlinie:

1. Ebenso wie Art. 9 der Richtlinie 97/7/EG verlangt auch Art. 9 der Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen von den Mitgliedstaaten Massnahmen zum Schutz der Konsumenten vor unaufgefordert erbrachten Dienstleistungen. Die Erbringung von Finanzdienstleistungen an Konsumenten, die diese nicht angefordert haben, ist zu untersagen, wenn mit der Leistungserbringung eine Zahlungsaufforderung verbunden ist. Wenn unaufgefordert Leistungen erbracht werden, darf den Konsumenten keine Verpflichtung treffen und das Ausbleiben einer Antwort nicht als Einwilligung gelten.

   Dass Schweigen nicht als Vertragsannahme gilt, ist ein allgemein anerkannter Grundsatz des liechtensteinischen Zivilrechts. Zudem wurde bereits mit der ABGB-Abänderung, LGBl. 2000 Nr. 72, dem § 864 ein Abs. 2 angefügt, laut dem das Behalten, Verwenden oder Verbrauchen einer unverlangt übersandten Sache nicht als Annahme eines Vertragsanbots gilt. Der Empfänger ist nach dieser Bestimmung nicht dazu verpflichtet, die Sache zu verwahren oder zurückzuleiten, er darf sich ihrer auch entledigen. Wenngleich der Wortlaut dieser Bestimmung auf den Fall der Übersendung einer Ware abzustellen scheint, geht sie doch weiter: Das liechtensteinische Zivilrecht versteht nämlich unter dem Ausdruck „Sache“ grundsätzlich auch Dienstleistungen (vgl. die §§ 285 und 303 ABGB). Damit können Finanzdienstleistungen, die unaufgefordert erbracht werden, unter die Bestimmung des § 864 Abs. 2 ABGB fallen. Zusätzlich verbietet Art. 49 Abs. 1 Bst. d KSchG die nicht vom Konsumenten veranlasste Erbringung von Dienstleistungen in Verbindung mit einer Zahlungsaufforderung und stellt sie unter Verwaltungsstrafe. Das liechtensteinische Recht wird also Art. 9 der Richtlinie bereits gerecht.

2. Art. 10 der Richtlinie behandelt die Frage der Verwendung bestimmter Fernkommunikationsmittel ohne vorherige Zustimmung des Konsumenten. Es geht dabei vor allem um bestimmte Werbe- und Vertriebsmethoden, wie telefonische Werbeanrufe, Werbefaxbriefe, Werbe-Mails und dergleichen. Die Richtlinie verlangt für die Verwendung von Telefax und telefonischer Kom-

munikation mit einem Anrufautomaten (Voice-Mail-System) die vorherige Einwilligung des Konsumenten. Bei den übrigen Fernkommunikationsmitteln, die eine individuelle Kommunikation erlauben, stellt sie es den Mitgliedstaaten frei, die Verwendung entweder an eine vorherige Zustimmung des Konsumenten zu knüpfen oder nur dann zuzulassen, wenn der Konsument „keine deutlichen Einwände“ erhebt.

3. Um die Einhaltung der Richtlinie im Interesse der Konsumenten sicherzustellen, müssen die Mitgliedstaaten öffentlichen Einrichtungen oder ihren Vertretern, die ein berechtigtes Interesse am Schutz der Konsumenten haben, oder Berufsverbänden, die ein Rechtsschutzinteresse haben, die Möglichkeit einräumen, die Gerichte oder die zuständigen Verwaltungsbehörden anzurufen, um die Anwendung der innerstaatlichen Vorschriften zur Umsetzung der Richtlinie sicherzustellen.

Nach Art. 41 und 42 KSchG können Berufs- und Wirtschaftsverbände, Organisationen, die sich landesweit und statutengemäss dem Konsumentenschutz widmen sowie Vertreter des öffentlichen Rechts auf Unterlassung klagen („Verbandsklagebefugnis“). Unter „Abschlüsse im Fernabsatz“ fallen auch Fernabsatzverträge über Finanzdienstleistungen, sodass den genannten Verbänden die Legitimation zur Einbringung einer Unterlassungsklage gegen Unternehmer, die gegen die Bestimmungen über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen verstossen, zukommen wird. Weiters können auf Grundlage der Art. 1 und 9 ff UWG auch Mitbewerber (Konkurrenzunternehmen) und Vereinigungen zur Förderung wirtschaftlicher Interessen von Unternehmen einen Unterlassungsanspruch geltend machen, wenn sich ein Unternehmer durch den Verstoss gegen Verbraucherschutzvorschriften einen Wettbewerbsvorsprung verschafft. Damit ist Art. 13 Abs. 2 der Richtlinie Genüge getan.

4. Art. 15 der Richtlinie schützt die Konsumenten vor vertraglichen Vereinbarungen, durch die die Beweislast zu ihren Nachteilen verschoben wird. Dieser Schutz ist bereits durch Art. 8 Abs. 1 Bst. l KSchG gewährleistet, wonach für

den Konsumenten solche Vertragsbestimmungen im Sinne des § 879 ABGB (Sittenwidrigkeit) jedenfalls nicht verbindlich sind, nach denen dem Konsumenten eine Beweislast auferlegt wird, die ihn von Gesetzes wegen nicht trifft.

4. ERLÄUTERUNGEN ZUR VERNEHMLASSUNGSVORLAGE

4.1 Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz

Zu Art. 1 – Zweck

Mit diesem Artikel wird die Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften aufgeführt.

Zu Art. 2 - Geltungsbereich

Mit dieser Bestimmung wird der Anwendungsbereich über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Konsumenten umschrieben.

Bei der Abgrenzung des persönlichen Anwendungsbereichs kann auf die in Art. 1 KSchG (LGBl. 2002 Nr. 164) enthaltenen Definitionen zurückgegriffen werden. Erfasst sind also nur Geschäfte zwischen einem Unternehmer und einem Konsumenten im Sinn des Art. 1 KSchG. Dies bewirkt geringfügige Unterschiede im Anwendungsbereich der Richtlinie (Geschäfte zwischen „Anbietern“ und „Konsumenten“ nach Art. 2 lit. c und d der Richtlinie). Konsument im Sinn der Richtlinie sind nämlich nur natürliche Personen, während Art. 1 Abs. 1 Bst. b KSchG eine solche Einschränkung nicht enthält, sodass beispielsweise auch kleinen Vereinen der Schutz des liechtensteinischen Konsumentenschutzrechts zuteil werden kann, wenn das Geschäft für sie nicht zum Betrieb ihres Unternehmens (im Sinn des Art. 1 Abs. 2 KSchG) gehört (vgl. Krejci in Rummel, Rz 7 zu Art. 1 KSchG). Weiters werden in Art. 1 Abs. 3 KSchG Geschäfte, die eine natürliche Person vor Aufnahme des Betriebes ihres Unternehmens zur Schaffung der Voraussetzungen dafür tätigt (sog. Gründungsgeschäfte) noch nicht als „zum Betrieb ihres Unter-

nehmens“ gehörig qualifiziert. Mit dieser Beibehaltung des im liechtensteinischen Konsumentenschutzrecht etablierten Unternehmer- und Konsumentenbegriffs ist aber kein Verstoss gegen die Richtlinie verbunden, weil im 29. Erwägungsgrund der Richtlinie ausdrücklich festgehalten ist, dass die Mitgliedstaaten den Schutz der Richtlinie auf gemeinnützige Organisationen oder auf Personen ausweiten dürfen, die Finanzdienstleistungen in Anspruch nehmen, um Unternehmer zu werden.

Der sachliche Anwendungsbereich erstreckt sich auf die Anbahnung und den Abschluss von Verträgen über Finanzdienstleistungen und wird in Art. 3 sowie durch die in Art. 4 enthaltenen Begriffsbestimmungen näher konkretisiert.

Zu Art. 3 – Einschränkung des Geltungsbereichs

Art. 3 Abs. 1 setzt den ersten Unterabsatz des Art. 1 Abs. 2 der Richtlinie um, der im Licht des 17. Erwägungsgrundes auszulegen ist. Als „Grundvereinbarung“, für die die Bestimmungen des FernFinG gelten, sind also beispielsweise der Abschluss eines Versicherungsvertrags, eine Kontoeröffnung, der Erwerb einer Kreditkarte oder der Abschluss eines Portfolioverwaltungsvertrags anzusehen. Bei den einzelnen Leistungen, die aufgrund dieser „Grundvereinbarung“ von den Vertragspartnern erbracht werden, also etwa bei einer Prämienzahlung, der Durchführung einer Banküberweisung, einer Zahlung per Kreditkarte oder einer Transaktion im Rahmen eines Portfolioverwaltungsvertrags, gelten die Bestimmungen des FernFinG hingegen nicht. Das Finanzdienstleistungsunternehmen muss also nicht bei jeder dieser „Leistungen“ neuerlich die Informationspflichten einhalten, und ein Konsument kann auch nicht etwa von einer solchen Leistung „zurücktreten“. Die Erweiterung einer ersten Vereinbarung um neue Komponenten, z.B. um die Möglichkeit, ein elektronisches Zahlungsinstrument zusammen mit dem vorhandenen Bankkonto zu benutzen oder um die Möglichkeit, ausser den Bankdienstleistungen aus einem Girovertrag weitere Bankdienstleistungen, die mit dem Girokonto wenig gemeinsam haben (z.B. Kauf von Wertpapieren), zu nützen, ist

jedoch ein Zusatzvertrag, auf den das FernFinG – wenn er im Fernabsatz geschlossen wird – Anwendung findet.

Eine Teilausnahme von der Richtlinie, nämlich von der Anwendung der Art. 3 und 4, ist im zweiten Unterabsatz des Art. 1 Abs. 2 normiert, der mit Art. 3 Abs. 2 umgesetzt wird: Wenn zwischen Vertragsparteien, die keine Grundvereinbarung abgeschlossen haben, innerhalb eines Jahres zwei oder mehrere aufeinander folgende Leistungen oder getrennte und zeitlich zusammenhängende Leistungen der gleichen Art erbracht werden, gelten die Informationspflichten der Art. 5 und 6 nur bei der ersten Leistung. Zeichnet ein Konsument also beispielsweise innerhalb eines Jahres schon zum zweiten oder wiederholten Mal Anteile an einem bestimmten Investmentfonds, ohne mit der Fondsverwaltungsgesellschaft eine Grundvereinbarung abgeschlossen zu haben, so müssen ihm die Vorabinformationen nach den Art. 5 und 6 nicht mehr erteilt werden. Wohl aber gelten die übrigen Bestimmungen, es sind ihm beispielsweise die Vertragsbedingungen und Vertriebsinformationen nach Art. 7 zu übermitteln.

Art. 4 – Begriffsbestimmungen; Bezeichnungen

Die in Art. 4 entsprechend dem Art. 2 der Richtlinie definierten Begriffe sind grossteils schon dem allgemeinen Fernabsatzrecht (vgl. LGBl. 2002 Nr. 71) bekannt.

Fernabsatzverträge sind solche, die unter ausschliesslicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel im Rahmen eines vom Unternehmer für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems angebahnt und abgeschlossen werden. Als Fernkommunikationsmittel kommen alle Kommunikationsmittel in Betracht, die zum Abschluss eines Vertrags ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Parteien verwendet werden können. Sie sind in Art. 3 des Fernabsatzgesetzes demonstrativ aufgezählt.

Nur wenn der Vertrag ausschliesslich im Wege der Fernkommunikation angebahnt und abgeschlossen wurde, sind die Bestimmungen des vorliegenden Gesetzes anzuwenden. Als „Anbahnung“ ist dabei aber nur die kongruente Anbahnung

im Sinne der Rechtsprechung des österr. OGH zu § 3 Abs. 3 Z 1 öKSchG zu verstehen: Ein persönliches vertragsanbahnendes Gespräch zwischen den (dabei gleichzeitig körperlich am selben Ort anwesenden) Vertragspartnern (oder deren Vertreter) schliesst die Anwendung des Gesetzes auf einen in der Folge geschlossenen Vertrag nur dann aus, wenn eben jener Vertrag abgeschlossen wird, der im persönlichen Gespräch erörtert wurde. Da die erwähnte österreichische Bestimmung exakt mit Art. 4 Abs. 3 Bst. a des liechtensteinischen Konsumentenschutzgesetzes übereinstimmt – welches nach österreichischer Vorlage übernommen wurde – kann hier auf die österreichische Rechtsprechung zurückgegriffen werden.

Wegen des Tatbestandsmerkmals „organisiertes Vertriebs- oder Dienstleistungssystem“ fällt nur die organisierte Bereitstellung von Dienstleistungen im Fernabsatz in den Anwendungsbereich dieses Gesetzes, nicht jedoch die Bereitstellung von Dienstleistungen auf gelegentlicher Basis und ausserhalb einer Absatzstruktur, deren Zweck der Abschluss von Fernabsatzverträgen ist (vgl. auch den 18. Erwägungsgrund der Richtlinie). Ein Versicherungsunternehmen, das seine „Produkte“ mit Hilfe eines Call-Centers vertreibt, wird mit dieser Vertriebsform also unter das Gesetz fallen, eine Bank, deren Filialangestellte gelegentlich telefonisch mit den Kunden verkehren und auf diesem Weg ausnahmsweise auch Geschäfte abschliessen, dagegen nicht, weil solche telefonischen Abschlüsse dann nicht im Rahmen eines organisierten Systems erfolgen.

Neu ist die Definition der „Finanzdienstleistung“, die aus Art. 2 lit. b der Richtlinie übernommen wird. Unter den Begriff fällt „jede Bankdienstleistung sowie jede Dienstleistung im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung“. Aus liechtensteinischer Sicht sind davon jedenfalls Bankgeschäfte im Sinn des Bankgesetzes (vgl. Art. 3 Abs. 3 Bankengesetz, LGBl. 1992 Nr. 108) erfasst, weiters alle Arten von Versicherungsverträgen, Pensionsverträgen, Anlagegeschäften und Zahlungsdienstleistungen. Dazu gehören auch Dienstleistungen im Zusammenhang mit Devisen, Geldmarktinstrumenten, handelbaren Wertpapieren, Anteilen an Anla-

gegesellschaften, Finanz- und Zinstermingeschäften, Swaps[1] und Optionen. Der Anwendungsbereich umfasst daher höchst unterschiedliche Dienstleistungen, von reinen Finanzmarkttransaktionen bis hin zu Hypothekarkrediten, von Reisegepäckversicherungen bis zum Abschluss eines Kreditkartenvertrags. Es sind auch nicht nur „Dienstleistungen“ im engen Wortsinn, sondern beispielsweise der Kauf von Wertpapieren erfasst.

Allerdings darf der Begriff „Dienstleistung im Zusammenhang mit einer Zahlung“ auch nicht zu weit ausgelegt werden. Ein „normaler“ Vertrag, etwa über den Kauf einer Ware, wird nicht deshalb zu einem Vertrag über eine Finanzdienstleistung, weil im Rahmen der Erfüllung des Vertrags auch eine Zahlung zu leisten ist. Gemeint sind vielmehr Verträge, bei denen sich der Unternehmer verpflichtet, den Konsumenten bei von diesem zu leistenden Zahlungen durch Dienstleistungen zu unterstützen. Als Beispiel dafür können der Abschluss eines Kreditkartenvertrags, die Vereinbarung mit der Bank, dass diese dem Kunden eine Zahlungskarte ausstellt, mit der er an elektronischen Terminals Zahlungen leisten kann, die dann von seinem Konto abgebucht werden, oder auch die Vereinbarung zwischen einem Telefonnetzbetreiber und seinem Kunden, dass der Netzbetreiber dem Kunden Entgelte für Leistungen Dritter, die der Kunde über das Telefonnetz in Anspruch nimmt, mit der monatlichen Telefonrechnung in Rechnung stellt und in der Folge an den Dritten weiterleitet. Dabei gelten die Bestimmungen dieses Gesetzes nur für die Grundvereinbarung im Sinn des Art. 2 Abs. 1. Nur bei dieser ist – wenn sie im Fernabsatz erfolgt – der Unternehmer zur Einhaltung der Bestimmungen dieses Gesetzes (Informationspflichten, Rücktrittsrecht des Konsumenten) verpflichtet. Die im Rahmen der ersten Vereinbarung erfolgenden einzelnen Transaktionen, also etwa eine Zahlung mit Kredit- oder Bankomatkarte oder die Verrechnung und Weiterleitung des Entgelts für Leistungen Dritter durch den Telefonnetzbetreiber, sind lediglich „Leistungen“.

---

[1] Swapgeschäft: im Devisenhandel Verbindung von Kasse- mit Termindevisengeschäften v. a. zur Ausschaltung des Kursrisikos bei Handelsgeschäften, aber auch zu Spekulationszwecken. Der Swapsatz ist dabei die zum Kassakurs ins Verhältnis gesetzte Differenz zwischen Termin- und Kassakurs.

Als „dauerhafter Datenträger“ sind entsprechend dem 20. Erwägungsgrund der Richtlinie insbesondere Disketten, CD-ROMs, DVDs und die Festplatte des Computers, auf der elektronische Post gespeichert wird, anzusehen. Internet-Websites erfüllen die Kriterien eines dauerhaften Datenträgers hingegen in aller Regel nicht.

Zu Art. 5 – Vertriebsinformationen

Der Unternehmer hat dem Konsumenten rechtzeitig, bevor dieser durch einen Fernabsatzvertrag oder durch ein Angebot gebunden ist, die in Art. 3 der Richtlinie genannten Informationen über den Unternehmer, die Finanzdienstleistung, den Fernabsatzvertrag und Rechtsbehelfe zur Verfügung zu stellen. Die Informationen müssen dem Konsumenten klar und verständlich in einer dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise übermittelt werden und ihr geschäftlicher Zweck muss unzweideutig erkennbar sein. So soll der Konsument die Möglichkeit haben, sich rechtzeitig vor der Abgabe seiner bindenden Vertragserklärung einen Überblick über die Identität und Eigenschaften seines Vertragspartners, über Einzelheiten der Finanzdienstleistung, insbesondere deren Preis und die mit ihr verbundenen Risiken, sowie über seine Rechtsposition im Fall des Zustandekommens des Vertrags zu verschaffen. Damit soll dem Konsumenten auch der Vergleich mit anderen Angeboten erleichtert werden.

Nach dem Einleitungssatz des Art. 5 Abs. 1 (wie auch nach dem Einleitungssatz des Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie) sind dem Konsumenten die betreffenden Informationen rechtzeitig „zur Verfügung zu stellen“. Dabei wird der Anbieter seinen Informationspflichten nach Art. 5 auch dann genügen, wenn die erforderlichen Angaben dem Konsumenten nicht gesondert übermittelt worden sind. Es genügt, wenn sich der Konsument die Informationen ohne besonderen Aufwand selbst beschaffen kann, weil sie beispielsweise vom Unternehmer allgemein zur Verfügung gestellt worden sind (z.B. auf einer allgemein zugänglichen und abrufbaren Seite in einem elektronischen Netz). Auf welche Art und Weise die Informationen erteilt werden, soll offen bleiben, damit die unterschiedlichen technischen Mög-

lichkeiten uneingeschränkt genutzt werden können. Massgeblich ist nur, dass die Informationen dem Konsumenten rechtzeitig vor Abgabe einer verbindlichen Vertragserklärung ohne Schwierigkeiten tatsächlich zugänglich sind, ihm also „zur Verfügung stehen“. Dies wäre beispielsweise dann nicht der Fall, wenn nur ein besonders geschulter EDV-Experte die Informationen finden kann und einem durchschnittlichen Nutzer des elektronischen Mediums der Abruf dieser Angaben nicht ohne Schwierigkeiten gelingt. Da die Informationen in einer dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise erteilt werden müssen, reicht es auch nicht aus, wenn etwa in einem Schreiben (Drucksache) des Unternehmers an den Konsumenten auf eine Internetseite verwiesen wird, weil nicht sichergestellt ist, dass alle Konsumenten ohne Schwierigkeiten Zugang zum Internet haben. Die Information wäre in diesem Fall dem verwendeten Fernkommunikationsmittel (Briefpost) nicht angepasst.

Die in Art. 5 Abs. 1 Bst. b Ziff. 4 normierte Informationspflicht bedeutet nur, dass der Unternehmer den Konsumenten darauf hinzuweisen hat, dass für diesen weitere Steuern oder Kosten auflaufen können. Der Unternehmer ist also nicht verpflichtet, im Einzelnen anzuführen, welche Steuern oder sonstigen Kosten anfallen können, die nicht über ihn abgeführt oder von ihm verrechnet werden.

In Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie ist festgehalten, dass Informationen über vertragliche Verpflichtungen im Einklang mit dem Recht stehen müssen, dessen Anwendbarkeit auf den Fernabsatzvertrag im Falle seines Abschlusses angenommen wird. Zur Verdeutlichung wird dies in Art. 5 Abs. 2 ausdrücklich klargestellt.

Andere Vorschriften, die zusätzliche Informationspflichten festlegen, sollen unberührt bleiben (Art. 5 Abs. 3). Wenn also beispielsweise ein Versicherungsunternehmen den Konsumenten vor Abschluss des Versicherungsvertrags nach dem Versicherungsvertragsgesetz (VersVG, LGBl. 2001 Nr. 128) über Aspekte der Versicherung informieren muss, die über die in Art. 5 genannten Informationen noch hinausgehen, so hat er, sofern der Vertrag im Fernabsatz geschlossen wird, dem Konsumenten sowohl die Informationen nach Art. 5 als auch die zusätzlichen Informationen nach dem VersVG zu erteilen. Die zusätzlichen Informationspflich-

ten können einen gemeinschaftsrechtlichen Ursprung haben. Dann ist die Beibehaltung der zusätzlichen Anforderungen gemäss Art. 4 Abs. 1 der Richtlinie verpflichtend. Art. 4 Abs. 2 der Richtlinie erlaubt den Mitgliedstaaten aber auch, strengere Informationspflichten aufrecht zu erhalten oder zu erlassen, die keinen gemeinschaftsrechtlichen Ursprung haben. Sie sind lediglich nach Art. 4 Abs. 3 der Richtlinie der Kommission mitzuteilen.

Art. 6 – Informationen bei Ferngesprächen mit Konsumenten

Mit Art. 6 wird Art. 3 Abs. 3 der Richtlinie umgesetzt. Der Konsument soll schon zu Beginn eines Telefongesprächs über den geschäftlichen Zweck des Anrufs Bescheid wissen, damit er sich entscheiden kann, ob er das Gespräch fortsetzen will oder nicht. Anders als bei „normalen Fernabsatzverträgen“ (vgl. FAG, LGBl. 2002 Nr. 71) gilt die Verpflichtung des Anbieters, den geschäftlichen Zweck des Anrufs zu Beginn eines jeden Gesprächs mit dem Konsumenten offen zu legen, aber nur dann, wenn der Unternehmer den Anruf initiiert hat. Ruft der Konsument von sich aus bei einem Unternehmer an, wird er auch regelmässig selbst an den Leistungen des Unternehmers interessiert sein und kaum jemals durch einen geschäftlichen Inhalt des Gesprächs überrascht werden.

In Art. 6 Abs. 2 wird die Sonderregel des Art. 3 Abs. 3 lit. b der Richtlinie für die Informationserteilung bei telefonischer Kommunikation umgesetzt. Der Unternehmer muss den Konsumenten nur über einzelne Belange informieren, nämlich Identität der Kontaktperson, Hauptmerkmale der Finanzdienstleistung, Gesamtpreis oder Berechnungsgrundlage und das Rücktrittsrecht, sowie auf mögliche weitere Steuern und Kosten hinweisen. Eine solche vereinfachte Information bei telefonischem Vertragsabschluss steht allerdings unter dem Vorbehalt, dass der Konsument dieser Informationsverkürzung ausdrücklich zugestimmt hat.

Zu Art. 7 – Übermittlung der Vertragsbedingungen und Vertriebsinformationen

Zusätzlich zur „Zurverfügungstellung“ der Informationen nach Art. 5 verpflichtet Art. 7 in Umsetzung des Art. 5 der Richtlinie den Unternehmer, die in Art. 5 genannten Informationen sowie alle Vertragsbedingungen in Papierform oder auf einem anderen dauerhaften Datenträger, der dem Konsumenten zur Verfügung steht und zu dem er Zugang hat, zu übermitteln. Damit sind gegenüber der blossen „Zurverfügungstellung“ im Sinne des Art. 5 zwei qualitativ höhere Anforderungen verbunden: Erstens müssen die Informationen und Vertragsbedingungen übermittelt werden, es reicht also nicht aus, wenn sie sich der Konsument beschaffen kann, sondern sie müssen ihm aktiv in seine Sphäre geschickt werden. Ausserdem müssen sie ihm in Papierform oder auf einem „dauerhaften Datenträger“ übermittelt werden, also durch ein Medium, welches es ihm gestattet, die Informationen derart zu speichern, dass er sie in der Folge für eine angemessene Dauer einsehen und unverändert wiedergeben kann. Entsprechend dem 20. Erwägungsgrund der Richtlinie reicht es also beispielsweise aus, wenn dem Konsumenten elektronische Post geschickt wird, die er auf der Festplatte seines Computers speichern kann. Wenn die Informationen dagegen nur auf einer Internet-Website zur Verfügung gestellt werden, kann hingegen weder von einer „Übermittlung“ noch von einem „dauerhaften Datenträger“ gesprochen werden, weil eine Website von ihrem Betreiber jederzeit geändert oder auch wieder entfernt werden kann, ohne dass der Konsument darauf Einfluss hätte, und weil sich der Konsument die Informationen von der Website erst „holen“ muss, indem er die entsprechende Internet-Adresse (URL) aufruft. Da sichergestellt sein muss, dass der Datenträger dem Konsumenten zur Verfügung steht und er zu ihm Zugang hat, wird es auch nicht ausreichen, einem Konsumenten, mit dem bisher nur schriftlich oder telefonisch kommuniziert wurde, beispielsweise eine Diskette zu schicken, es sei denn, der Konsument hat erklärt, über einen Computer zu verfügen, mit dem er die Diskette „lesen“ kann.

Grundsätzlich muss auch die Übermittlung auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen, bevor der Konsument durch einen Fernabsatzvertrag oder durch sein Vertragsanbot gebunden ist. Wenn der Vertrag allerdings auf Ersuchen des Konsumenten über ein Fernkommunikationsmittel abgeschlossen wurde, das die Vorlage der Vertragsbedingungen und Informationen auf einem dauerhaften Datenträger nicht gestattet, hat der Unternehmer dieser Verpflichtung unverzüglich nach Abschluss des Fernabsatzvertrages nachzukommen. Vorbehaltlich künftiger technischer Entwicklungen wird derzeit vor allem das Telefon noch keine Vorlage auf einem dauerhaften Datenträger gestatten. Ausserdem kann der Konsument zu jedem Zeitpunkt die Vorlage in Papierform verlangen.

Mit Art. 7 Abs. 3 wird Art. 5 Abs. 3 der Richtlinie umgesetzt. Der Konsument ist befugt, zu jedem Zeitpunkt des Vertragsverhältnisses die Vorlage der Vertragsbedingungen in Papierform zu verlangen. Zudem wird ihm die Berechtigung eingeräumt, ein anderes Fernkommunikationsmittel zu verwenden, es sei denn, dass dieser „Umstieg“ auf ein anderes Fernkommunikationsmittel mit dem abgeschlossenen Vertrag und einer darin getroffenen besonderen Vereinbarung oder mit der Art der erbrachten Finanzdienstleistung (etwa in einem ausschliesslich elektronisch abgewickelten Handel) nicht vereinbar ist.

Zu Art. 8 - Grundsatz

Mit dieser Bestimmung wird das dem Konsumenten in Art. 6 der Richtlinie eingeräumte „Rücktrittsrecht“ umgesetzt. Die Befugnis des Konsumenten, vom Vertrag ohne Angabe von Gründen innerhalb einer bestimmten Frist zurückzutreten, soll die besonderen Risiken des Fernabsatzes von Finanzdienstleistungen entschärfen. Das Rücktrittsrecht dient vornehmlich als Korrektiv unüberlegter Vertragsabschlüsse, zu denen der Konsument mittels entsprechender Werbe- und Marketingmassnahmen verleitet worden ist. Es trägt dem Umstand Rechnung, dass der Konsument beim Fernabsatzgeschäft nicht die Möglichkeit hat, eine persönliche Beratung durch den Unternehmer oder dessen fachkundigen Vertreter in Anspruch zu nehmen. Ein Hinweis darauf, dass der Rücktritt erklärt werden kann,

„ohne Gründe zu nennen oder eine Vertragsstrafe zahlen zu müssen“ (s. Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie), erscheint nicht erforderlich und wäre – da die Rücktrittsrechte des Konsumenten im liechtensteinischen Konsumentenschutzrecht im Allgemeinen nicht an die Angabe von Gründen oder die Zahlung einer Vertragsstrafe gebunden werden dürfen – auch irreführend. Darüber hinaus wird in Art. 12 klargestellt, dass vom Konsumenten bei Ausübung seines Rücktrittsrechts nur die Zahlung eines angemessenen Teils des Entgelts für die bereits erbrachten Dienstleistungen verlangt werden darf. Das impliziert auch, dass dem Konsumenten für die Ausübung seines Rücktrittsrechts keine Konventionalstrafe nach § 1336 ABGB auferlegt werden kann.

Die Rücktrittsfrist beträgt allgemein 14 Tage, bei Lebensversicherungsverträgen und bei Verträgen über die Altersversorgung von Einzelpersonen aber 30 Tage. Diese Differenzierung beruht auf der insoweit „voll harmonisierenden“ Richtlinie. Die längere Rücktrittsfrist für Lebensversicherungs- und Pensionsverträge, die im Fernabsatz abgeschlossen werden, ergibt sich aus der Wichtigkeit und der Bedeutung, die solche Vertragsverhältnisse für den einzelnen Konsumenten im Allgemeinen haben. Auf Grund der damit verbundenen existenziellen Fragen im Alter soll der Konsument längere Zeit zur Überlegung und zum Vergleich des von ihm bereits abgeschlossenen Vertrags mit anderen Angeboten haben.

Die Rücktrittsfrist von 14 oder 30 Tagen ist jedenfalls gewahrt, wenn der Rücktritt schriftlich oder auf einem anderen, dem Empfänger zur Verfügung stehenden und zugänglichen dauerhaften Datenträger erklärt wird und die Erklärung vor dem Ablauf der Frist abgesendet wird. Ein Rücktritt kann demnach beispielsweise mündlich und namentlich auch telefonisch erklärt werden; in solchen Fällen wird es sich aber schon aus Beweisgründen empfehlen, der mündlichen Erklärung eine schriftliche Bestätigung nachzuschicken.

Die relativ komplizierten Regeln der Richtlinie über Beginn und Lauf der Rücktrittsfrist werden vereinfacht, ohne dass damit inhaltliche Änderungen verbunden wären. Die Frist für die Erklärung des Rücktritts beginnt mit dem Tag des Abschlusses des Vertrags, bei Lebensversicherungsverträgen dagegen mit dem Zeit-

punkt, in dem der Konsument vom Anbieter über den Abschluss des Vertrags informiert wird. In beiden Fällen beginnt die Frist aber nur dann, wenn der Konsument die Vertragsbedingungen und die Vertriebsinformationen bis zum Abschluss des Vertrags oder bis zur Information über den Abschluss des Lebensversicherungsvertrags bereits erhalten hat. Wenn ihm die Bedingungen und die Vertriebsinformationen erst nachher übermittelt worden sind, beginnt die Frist mit diesem Zeitpunkt. Sind die Vertragsbedingungen oder die Vertriebsinformationen nicht vollständig, so beginnt die Frist erst mit der Übermittlung sämtlicher Informationen und Vertragsbedingungen. Eine absolute Frist für die Ausübung des Rücktrittsrechts wird im Einklang mit der Richtlinie nicht vorgesehen.

Art. 9 – Wirtschaftliche Einheit

Die in Art. 6 Abs. 7 zweiter Unterabs. der Richtlinie angeordnete Erstreckung der Rücktrittswirkung auf weitere, in wirtschaftlicher Einheit mit dem aufgelösten Vertrag stehende Fernabsatzverträge wird in Art. 9 umgesetzt. Der Rücktritt des Konsumenten z.B. von einem Wertpapiergeschäft bewirkt demnach ipso iure auch die Auflösung eines zu dessen Finanzierung ebenfalls im Fernabsatz mit demselben oder einem mit diesem in ständiger Geschäftsbeziehung stehenden Finanzdienstleistungsunternehmen abgeschlossenen Kreditvertrags.

Art. 10 – Ausnahmen vom Rücktrittsrecht

In dieser Bestimmung werden die Ausnahmen vom „Rücktrittsrecht“ nach Art. 6 Abs. 2 der Richtlinie umgesetzt. Einerseits ist das Rücktrittsrecht ausgeschlossen bei Finanzdienstleistungen, deren Preis auf dem Finanzmarkt Schwankungen unterliegt, wie Devisen, Wertpapieren, Swaps oder Optionen. Der Konsument kann bei solchen Geschäften von Verträgen nicht deshalb zurücktreten, weil die von ihm erworbenen Finanzwerte zwischen Vertragsabschluss und Ende der Rücktrittsfrist an Wert verlieren. Nach den Vorgaben der voll harmonisierenden Richtlinie soll das Kurs- und Währungsrisiko nicht auf den Anbieter verlagert werden, sondern dem Konsumenten verbleiben. Ferner werden Versicherungsverträge

ausgenommen, die eine Laufzeit von weniger als einem Monat haben, weil bei diesen innerhalb der 14-tägigen Rücktrittsfrist bereits ein grosser Teil der Leistung des Versicherers, nämlich die Gewährung von Versicherungsschutz, erbracht wird. Aus demselben Gedanken ist das Rücktrittsrecht allgemein bei Verträgen ausgeschlossen, die auf ausdrücklichen Wunsch des Konsumenten von beiden Seiten bereits voll erfüllt wurden, bevor der Konsument sein Rücktrittsrecht ausübt.

Von der den Mitgliedstaaten in Art. 6 Abs. 3 der Richtlinie eingeräumten Möglichkeit, in bestimmten weiteren Fällen das Rücktrittsrecht auszuschliessen, soll kein Gebrauch gemacht werden, weil einerseits die dort erwähnten Geschäfte in der Praxis einerseits ohnehin selten im Fernabsatz abgeschlossen werden, andererseits aber kein Grund ersichtlich ist, warum der Konsument nicht schutzwürdig sein sollte, wenn diese Geschäfte im Einzelfall doch im Fernabsatz abgeschlossen werden.

Bei Kreditgeschäften mit Liegenschaftsbezug (vgl. Art. 6 Abs. 3 lit. a und b der Richtlinie) wird es daher in der Praxis sinnvoll sein, die gewünschten Eintragungen im Grundbuch erst zu beantragen, wenn die Rücktrittsfrist abgelaufen ist. Wenn die Vertragspartner nicht so lange warten wollen, besteht für sie ohnehin die Möglichkeit, den Vertrag bei einem persönlichen Kontakt abzuschliessen (etwa indem sich der Konsument in die Geschäftsräumlichkeiten der Bank begibt). Dann ist das Geschäft kein Fernabsatzvertrag, und der Konsument hat daher auch kein Rücktrittsrecht nach Art. 8.

Art. 11 – Kreditverträge

Mit Art. 11 wird Art. 6 Abs. 7 erster Unterabsatz der Richtlinie umgesetzt. Für Kreditverträge, die in wirtschaftlicher Einheit (Art. 23 KSchG) mit „normalen“, dem Fernabsatz unterliegenden Verträgen oder mit Teilzeitnutzungsverträgen abgeschlossen werden, gelten nicht die Rücktrittsregeln der Art. 8 ff dieses Gesetzes, sondern die Sonderregeln der Art. 7 ff des FAG und Art. 6 des TNG.

Art. 12 – Sonderform des Rücktritts

Erbringt der Unternehmer schon vor dem Ablauf der Rücktrittsfrist Leistungen, wie es beispielsweise bei Versicherungsverträgen mit sofortiger Deckung der Fall ist, kann der Unternehmer nach einem Rücktritt des Konsumenten das anteilige Entgelt für die vorläufige Deckung verlangen. Voraussetzung dafür ist, dass der Konsument dem Beginn der Erfüllung des Vertrags vor Ende der Rücktrittsfrist ausdrücklich zugestimmt hat und dass er über das Recht des Unternehmers, in diesem Fall ein aliquotes Teilentgelt zu verlangen, gemäss Art. 5 Abs. 1 Bst. c Ziff. a belehrt wurde. Damit ist auch klargestellt, dass der zu zahlende Betrag nicht so hoch bemessen sein darf, dass er die Wirkung einer Vertragsstrafe haben kann (vgl. Art. 7 Abs. 1 zweiter Unterabsatz der Richtlinie).

Abs. 2 verpflichtet schliesslich die Vertragsteile entsprechend dem Art. 7 Abs. 4 und 5 der Richtlinie dazu, unverzüglich, jedenfalls aber binnen 30 Tagen ab Absendung (Konsument) bzw. Erhalt (Unternehmer) der Rücktrittserklärung, die vom anderen Teil bereits erhaltenen Leistungen zurückzustellen.

Zu Art. 13 - Unabdingbarkeit

In dieser Bestimmung wird der zu Gunsten des Konsumenten einseitig zwingende Charakter der Schutzbestimmung normiert. Eine gegebene Unwirksamkeit der einzelnen Vereinbarungen lässt den übrigen Vertragsteil grundsätzlich unberührt, es sei denn, sie beträfe einen so wesentlichen Vertragspunkt, dass dem Vertrag mit der Unwirksamkeit der betreffenden Einzelbestimmung eine Voraussetzung seines Zustandeskommens fehlen würde. Einzelne wegen Benachteiligung des Konsumenten unwirksame Vereinbarungen bleiben auch dann unwirksam, wenn der übrige Inhalt des Vertrages für den Konsumenten vorteilhafte Bedingungen enthält, mit denen der konkrete Nachteil der einen Vereinbarung angeglichen würde.

Zu Art. 14 – Prozessrechtliche Bestimmungen

Hinsichtlich der prozessrechtlichen Bestimmungen wird auf die Bestimmungen des UWG verwiesen, wo das Verbandsklagerecht etc. bereits geregelt ist. Die Beweislast obliegt – auch diese ein typisches Instrument des Konsumentenschutzes – dem Unternehmer.

Art. 15 – Inkrafttreten

In diesem Artikel wird das Inkrafttreten geregelt.

4.2 Abänderung Fernabsatzgesetz

Art. 2 Abs. 2 Bst. b

Entsprechend dem Art. 18 der Richtlinie, mit dem Art. 3 Abs. 1 erster Satz der Richtlinie 97/7/EG geändert wird, wird auch die Ausnahmebestimmung im Fernabsatzgesetz angepasst.

4.3 Abänderung Konsumentenschutzgesetz

Art. 18 Abs. 1 Bst. d

Die Bestimmung setzt Art. 12 Abs. 2 der Richtlinie um, der auf die kollisionsrechtliche Absicherung des durch die Richtlinie vorgesehenen Schutzes abzielt. Der Konsument darf den durch die Richtlinie gewährten Schutz nicht dadurch verlieren, dass das Recht eines Drittstaates als das auf den Vertrag anzuwendende Recht gewählt wird. Deshalb wird Art. 18 Abs. 1 KSchG, der bereits Sonderkollisionsnormen umsetzt, in seinem Anwendungsbereich auf den dem Konsumenten durch das Fernabsatzgesetz sowie durch das Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz gewährten Schutz ausgeweitet.

4.4 Abänderung Versicherungsvertragsgesetz

Art. 65 Abs. 1

Mit dieser Änderung wird Art. 17 der Richtlinie, der Art. 15 Abs. 1 erster Unterabsatz der Richtlinie 90/619/EWG ändert, umgesetzt. Die Rücktrittsfrist für den Versicherungsunternehmer beträgt also bei Lebensversicherungen künftig allgemein 30 Tage.

5. VERNEHMLASSUNGSVORLAGEN

5.1 Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz

Gesetz

vom …

über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Konsumenten (Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz; FernFinG)

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1

Zweck

Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG (EWR-Rechtssammlung: Anh. IX – 30d.01).

Art. 2

Geltungsbereich

Dieses Gesetz gilt für die Anbahnung und den Abschluss von Verträgen über Finanzdienstleistungen im Fernabsatz zwischen einem Unternehmer und einem Konsumenten (Art. 1 Konsumentenschutzgesetz; KSchG).

Art. 3

Einschränkung des Geltungsbereichs

1) Bei Verträgen über Finanzdienstleistungen, die eine Grundvereinbarung mit daran anschliessenden aufeinander folgenden Leistungen oder einer daran anschliessenden Reihe von zeitlich zusammenhängenden Leistungen der gleichen Art umfassen, gelten die Bestimmungen dieses Gesetzes nur für die Grundvereinbarung.

2) Sofern die Vertragsparteien zwar keine Grundvereinbarung abgeschlossen haben, aber zwischen ihnen aufeinander folgende oder getrennte und zeitlich zusammenhängende Leistungen der gleichen Art erbracht werden, gelten die Informationspflichten der Art. 5 und 6 nur für die erste Leistung. Wenn jedoch länger als ein Jahr keine Leistung der gleichen Art erbracht wird, gelten diese Informationspflichten für die nächste Leistung.

Art. 4

Begriffsbestimmungen; Bezeichnungen

1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeuten:

a) Fernabsatzvertrag: ein Vertrag über Finanzdienstleistungen, der unter ausschliesslicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel

im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems des Unternehmers angebahnt und abgeschlossen wird;

b) Finanzdienstleistung: jede Bankdienstleistung sowie jede Dienstleistung im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung;

c) Fernkommunikationsmittel: jedes Kommunikationsmittel, das ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmers und des Konsumenten für den Fernabsatz einer Dienstleistung zwischen den Parteien eingesetzt werden kann;

d) dauerhafter Datenträger: jedes Medium, das es dem Empfänger gestattet, an ihn persönlich gerichtete Informationen derart zu speichern, dass er sie in der Folge für eine für die Zwecke der Informationen angemessene Dauer einsehen kann, und das die unveränderte Wiedergabe der gespeicherten Informationen ermöglicht.

2) Unter den in diesem Gesetz verwendeten Personen- und Funktionsbezeichnungen sind Angehörige des männlichen und weiblichen Geschlechts zu verstehen.

II. Informationspflichten

Art. 5

Vertriebsinformationen

1) Dem Konsumenten sind rechtzeitig vor der Abgabe seiner Vertragserklärung (Anbot oder Annahme) folgende Informationen, deren geschäftlicher Zweck unzweideutig erkennbar sein muss, in klarer und verständlicher, dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepasster Art und Weise zur Verfügung zu stellen:

a) über den Unternehmer:

1. Name (Firma) und Hauptgeschäftstätigkeit des Unternehmers, die geografische Anschrift seiner Niederlassung und jede andere Anschrift, die für die Geschäftsbeziehung zwischen den Vertragsparteien massgeblich ist;

2. Name (Firma) eines allfälligen Vertreters des Unternehmers mit Sitz in jenem Staat, in dem der Konsument seinen Wohnsitz hat, sowie die geografische Anschrift, die für die Geschäftsbeziehung zwischen dem Konsumenten und diesem Vertreter massgeblich ist;

3. wenn der Konsument mit einer anderen gewerblich tätigen Person als dem Unternehmer in Geschäftsbeziehung stehen soll, Name (Firma) dieser Person, die Eigenschaft, in der sie dem Konsumenten gegenüber tätig wird, sowie die geografische Anschrift, die für die Geschäftsbeziehung zwischen dem Konsumenten und dieser Person massgeblich ist;

4. wenn der Unternehmer in das Öffentlichkeitsregister oder ein vergleichbares ausländisches Register eingetragen ist, die Nummer im Öffentlichkeitsregister und die gerichtliche Zuständigkeit oder das vergleichbare ausländische Register und die in diesem Register verwendete Kennung;

5. soweit für die Tätigkeit des Unternehmers eine Zulassung erforderlich ist, Bezeichnung und Anschrift der zuständigen Aufsichtsbehörde;

b) über die Finanzdienstleistung:

1. eine Beschreibung der wesentlichen Merkmale der Finanzdienstleistung;

2. den Gesamtpreis, den der Konsument dem Unternehmer für die Finanzdienstleistung schuldet, einschliesslich aller damit verbundenen Provisionen, Gebühren und Abgaben sowie aller über den Unterneh-

mer abgeführten Steuern, oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, die Grundlage für seine Berechnung, die dem Konsumenten eine Überprüfung des Preises ermöglicht;

3. gegebenenfalls einen Hinweis darauf, dass sich die Finanzdienstleistung auf Finanzinstrumente bezieht, die wegen ihrer spezifischen Merkmale oder der durchzuführenden Vorgänge mit speziellen Risiken behaftet sind oder deren Preis Schwankungen auf dem Finanzmarkt unterliegt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat, sowie einen Hinweis darauf, dass in der Vergangenheit erwirtschaftete Erträge kein Indikator für künftige Erträge sind;

4. einen Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden;

5. eine allfällige Beschränkung des Zeitraums, in dem die zur Verfügung gestellten Informationen gültig sind;

6. Einzelheiten der Zahlung und der Erfüllung;

7. alle besonderen zusätzlichen Kosten, die der Konsument für die Benutzung des Fernkommunikationsmittels zu tragen hat, wenn solche zusätzliche Kosten in Rechnung gestellt werden;

c) über den Fernabsatzvertrag:

1. Bestehen oder Nichtbestehen eines Rücktrittsrechts nach Art. 8, die Frist und Modalitäten für dessen Ausübung einschliesslich des Betrags, den der Konsument gegebenenfalls nach Art. 12 zu entrichten hat, sowie die Folgen der Nichtausübung des Rechts;

2. die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser die Erbringung einer dauernden oder regelmässig wiederkehrenden Finanzdienstleistung zum Inhalt hat;

3. Angaben zum Recht der Parteien, den Vertrag auf Grund der Vertragsbedingungen zu kündigen, einschliesslich aller Reugelder oder sonstigen Belastungen, die in einem solchen Fall auferlegt werden;

4. praktische Hinweise zur Ausübung des Rücktrittsrechts einschliesslich der Anschrift, an die die Rücktrittserklärung zu senden ist;

5. das Recht, das der Unternehmer der Aufnahme von Beziehungen zum Konsumenten vor Abschluss des Vertrags zu Grunde legt;

6. beabsichtigte vertragliche Vereinbarungen über das auf den Vertrag anzuwendende Recht und über die gerichtliche Zuständigkeit;

7. Angaben darüber, in welchen Sprachen die Informationen und Vertragsbedingungen mitgeteilt werden, sowie darüber, welche Sprachen der Unternehmer für die Kommunikation mit dem Konsumenten während der Laufzeit des Vertrags zu verwenden verspricht;

d) über Rechtsbehelfe:

1. Angaben über den Zugang des Konsumenten zu aussergerichtlichen Beschwerde- oder Schlichtungsverfahren, und Voraussetzungen;

2. Angaben über das Bestehen eines Garantiefonds oder anderer Entschädigungsregelungen, die nicht unter die Richtlinie 94/19/EG über Einlagensicherungssysteme (EWR-Rechtssammlung: Anh. IX - 19a.01) und die Richtlinie 97/9/EG über Systeme für die Entschädigung der Anleger (EWR-Rechtssammlung: Anh. IX - 30c.01) fallen.

2) Die Informationen nach Abs. 1 müssen im Einklang mit jenem Recht stehen, dessen Anwendbarkeit auf den Vertrag im Falle seines Abschlusses anzunehmen ist.

3) Sonstige Informationspflichten bleiben unberührt.

Art. 6

Informationen bei Ferngesprächen mit Konsumenten

1) Bei Ferngesprächen mit Konsumenten sind der Name oder die Firma des Unternehmers und der geschäftliche Zweck eines von diesem initiierten Anrufs zu Beginn eines jeden Gesprächs klar und verständlich offen zu legen.

2) Sofern der Konsument dem ausdrücklich zugestimmt hat, müssen ihm bei Ferngesprächen nur folgende Informationen übermittelt werden:

a) Name (Firma) der Kontaktperson des Konsumenten und deren Verbindung zum Unternehmer;

b) Beschreibung der Hauptmerkmale der Finanzdienstleistung;

c) Gesamtpreis, den der Konsument dem Unternehmer für die Finanzdienstleistung schuldet, einschliesslich aller damit verbundenen Provisionen, Gebühren und Abgaben sowie aller über den Unternehmer abgeführten Steuern, oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, die Grundlage für seine Berechnung, die dem Konsumenten eine Überprüfung des Preises ermöglicht;

d) ein Hinweis auf mögliche weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden; und

e) Bestehen oder Nichtbestehen eines Rücktrittsrechts nach Art. 8 sowie die Frist und Modalitäten für dessen Ausübung einschliesslich des Betrags, den der Konsument gegebenenfalls nach Art. 12 zu entrichten hat.

3) Der Konsument ist bei Ferngesprächen ferner darüber zu informieren, dass auf Wunsch weitere Informationen übermittelt werden können, und welcher Art diese Informationen sind. Der Unternehmer hat jedenfalls dann sämtliche Informationen zu erteilen, wenn er seiner Verpflichtung nach Art. 7 nachkommt.

4) Sonstige Informationspflichten bleiben unberührt.

Art. 7

Übermittlung der Vertragsbedingungen und Vertriebsinformationen

1) Der Unternehmer hat dem Konsumenten rechtzeitig vor Abgabe seiner Vertragserklärung alle Vertragsbedingungen sowie die in Art. 5 genannten Informationen in Papierform oder auf einem anderen dauerhaften Datenträger, der dem Konsumenten zur Verfügung steht und zu dem er Zugang hat, zu übermitteln.

2) Sofern der Vertrag auf Ersuchen des Konsumenten mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen wurde, das die Vorlage der Vertragsbedingungen und Informationen nach Abs. 1 nicht gestattet, hat der Unternehmer der Verpflichtung nach Abs. 1 unverzüglich nach Abschluss des Fernabsatzvertrages nachzukommen.

3) Der Konsument kann zu jedem Zeitpunkt des Vertragsverhältnisses die Vorlage der Vertragsbedingungen in Papierform verlangen. Er ist zudem berechtigt, ein anderes Fernkommunikationsmittel zu verwenden, es sei denn, dass dies mit dem abgeschlossenen Vertrag oder der Art der erbrachten Finanzdienstleistung unvereinbar ist.

III. Rücktritt vom Vertrag

Art. 8

Grundsatz

1) Der Konsument kann vom Vertrag oder seine Vertragserklärung bis zum Ablauf der in Abs. 2 genannten Fristen ohne Nennung von Gründen zurücktreten.

2) Die Rücktrittsfrist beträgt 14 Tage, bei Lebensversicherungen im Sinn der Richtlinie 2002/83/EG über Lebensversicherungen (EWR-Rechtssammlung: Anh: IX – 11.01) und bei Fernabsatzverträgen über die Altersversorgung von Ein-

zelpersonen aber 30 Tage. Die Frist ist jedenfalls gewahrt, wenn der Rücktritt schriftlich oder auf einem anderen, dem Empfänger zur Verfügung stehenden und zugänglichen dauerhaften Datenträger erklärt und diese Erklärung vor dem Ablauf der Frist abgesendet wird.

3) Die Rücktrittsfrist beginnt mit dem Tag des Vertragsabschlusses. Bei Lebensversicherungen (Abs. 2) beginnt die Frist mit dem Zeitpunkt, zu dem der Konsument über den Abschluss des Vertrags informiert wird.

4) Hat aber der Konsument die Vertragsbedingungen und Vertriebsinformationen erst nach Vertragsabschluss erhalten, so beginnt die Frist mit dem Erhalt aller dieser Bedingungen und Informationen.

5) Innerhalb der Rücktrittsfrist darf mit der Erfüllung des Vertrags erst nach Zustimmung des Konsumenten begonnen werden.

Art. 9

Wirtschaftliche Einheit

Hat der Konsument in wirtschaftlicher Einheit (Art. 23 KSchG) mit einem Fernabsatzvertrag über eine Finanzdienstleistung einen anderen Fernabsatzvertrag über Dienstleistungen des Unternehmers oder eines Dritten abgeschlossen, so gilt der Rücktritt vom Vertrag über die Finanzdienstleistung auch für diesen zusätzlichen Vertrag.

Art. 10

Ausnahmen vom Rücktrittsrecht

Der Konsument hat kein Rücktrittsrecht bei:

a) Verträgen über Finanzdienstleistungen, deren Preis auf dem Finanzmarkt Schwankungen unterliegt, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat und die innerhalb der Rücktrittsfrist auftreten können, insbesondere über Dienstleistungen im Zusammenhang mit:

1. Devisen;
2. Geldmarktinstrumenten;
3. handelbaren Wertpapieren;
4. Anteilen an Anlagegesellschaften;
5. Finanztermingeschäften (Futures) einschliesslich gleichwertiger Instrumente mit Barzahlung;
6. Zinstermingeschäften (FRA);
7. Zins- und Devisenswaps sowie Swaps auf Aktien- oder Aktienindexbasis („Equity Swaps“); sowie
8. Kauf- oder Verkaufsoptionen auf alle diese Instrumente einschliesslich gleichwertiger Instrumente mit Barzahlung, wie insbesondere Devisen- und Zinsoptionen;

b) Verträgen über Reise- und Gepäckversicherungen oder ähnliche kurzfristige Versicherungen mit einer Laufzeit von weniger als einem Monat;

c) Verträgen, die auf ausdrücklichen Wunsch des Konsumenten von beiden Seiten bereits voll erfüllt wurden, bevor der Konsument sein Rücktrittsrecht ausübt.

Art. 11

Kreditverträge

Die Art. 8 bis 10 gelten nicht für Kreditverträge, die nach Art. 7 bis 10 des Fernabsatzgesetzes oder Art. 8 des Teilzeitnutzungsgesetzes aufgelöst wurden.

Art. 12

Folgen des Rücktritts

1) Tritt der Konsument nach Art. 8 zurück, so kann der Unternehmer von ihm lediglich die unverzügliche Zahlung für die tatsächlich bereits erbrachte Dienstleistung verlangen. Der zu zahlende Betrag darf nicht höher sein, als es dem Anteil der bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der vertraglich vereinbarten Dienstleistungen entspricht. Der Unternehmer kann die Zahlung nur verlangen, wenn er die Informationspflicht nach Art. 5 Abs. 1 Bst. c Ziff. 1 erfüllt hat und wenn der Konsument dem Beginn der Erfüllung des Vertrags vor Ende der Rücktrittsfrist ausdrücklich zugestimmt hat.

2) Tritt der Konsument nach Art. 8 vom Vertrag zurück, so hat:

a) der Unternehmer dem Konsumenten unverzüglich, spätestens aber binnen 30 Tagen ab Erhalt der Rücktrittserklärung jeden Betrag, den er von diesem vertragsgemäss erhalten hat, zu erstatten; ausgenommen hiervon ist der in Abs. 1 genannte Betrag;

b) der Konsument unverzüglich, spätestens aber innerhalb von 30 Tagen ab Absendung der Rücktrittserklärung dem Unternehmer von diesem erhaltene Geldbeträge und Gegenstände zurückzugeben.

IV. Besondere Bestimmungen

Art. 13

Unabdingbarkeit

Soweit in Vereinbarungen von diesem Gesetz zum Nachteil des Konsumenten abgewichen wird, sind sie unwirksam.

Art. 14

Prozessrechtliche Bestimmungen

Die Art. 9 bis 16 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb sind sinngemäss anwendbar.

V. Schlussbestimmung

Art. 15

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tage der Kundmachung in Kraft. Es ist auf Verträge, die vor diesem Zeitpunkt abgeschlossen wurden, nicht anzuwenden.

5.2 Abänderung Fernabsatzgesetz

Gesetz

vom …..

über die Abänderung des Fernabsatzgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 18. April 2002 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (Fernabsatzgesetz; FAG), LGBl. 2002 Nr. 71, wird wie folgt abgeändert:

Art. 2 Abs. 2 Bst. b

b) Finanzdienstleistungen nach dem Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz;

II.

Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften

Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2003 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG (EWR-Rechtssammlung: Anh. IX – 30d.01).

III.

In-Kraft-treten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz vom … über … in Kraft. Es ist auf Verträge, die vor diesem Zeitpunkt abgeschlossen wurden, nicht anzuwenden.

5.3 Abänderung Konsumentenschutzgesetz

Gesetz

vom …..

über die Abänderung des Konsumentenschutzgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 23. Oktober 2002 zum Schutz der Konsumenten (Konsumentenschutzgesetz, KSchG), LGBl. 2002 Nr. 164, wird wie folgt abgeändert:

Art. 18 Abs. 1 Bst. d

d) des Schutzes bei Vertragsabschlüssen nach dem Fernabsatzgesetz und dem Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz.

II.

Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften

Dieses Gesetz dient der Umsetzung:

a) der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (EWR-Rechtssammlung: Anh. XIX - 3a.01);

b) der Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG (EWR-Rechtssammlung: Anh. IX – 30d.01).

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz vom … über … in Kraft. Es ist auf Verträge, die vor diesem Zeitpunkt abgeschlossen wurden, nicht anzuwenden.

5.4 Abänderung Versicherungsvertragsgesetz

Gesetz

vom …..

über die Abänderung des Versicherungsvertragsgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 16. Mai 2001 über den Versicherungsvertrag (Versicherungsvertragsgesetz, VersVG), LGBl. 2001 Nr. 128, wird wie folgt abgeändert:

Art. 65 Abs. 1

1) Schliesst der Versicherungsnehmer einen Einzel-Lebensversicherungsvertrag ab, so kann er von diesem Vertrag, wenn dessen Laufzeit sechs Monate übersteigt, innerhalb von 30 Tagen seit Kenntnis des Vertragsabschlusses zurücktreten.

II.

Umsetzung von EWR-Rechtsvorschriften

Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG (EWR-Rechtssammlung: Anh. IX – 30d.01).

III.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz vom … über … in Kraft. Es ist auf Verträge, die vor diesem Zeitpunkt abgeschlossen wurden, nicht anzuwenden.