

## **IST DER KONSUMENT AUCH EIN MÜNDIGER BÜRGER?**

Der Konsumentenschutz wird in Europa grossgeschrieben. Die Motivation hierzu ist eine an sich sehr löbliche. Der Konsument trägt und treibt die Wirtschaft, sodass es wichtig ist, für ihn faire Rahmenbedingungen zu setzen. Er soll informiert werden, er soll geschützt werden vor der grösseren Macht von Anbietern, und er soll unter fairen Rahmenbedingungen unter verschiedenen Produkten auswählen können. Der Konsument wird daher vor unüberlegten Schritten geschützt.

Auch im Zusammenhang mit den neuen Kommunikationsmitteln wie e-mail, Internet etc. braucht es besondere Vorgaben, um den Kunden vor einer Überrumpfung oder mangelnder Information zu schützen. Ferner ist eine Frist für die Erfüllung des Vertrages vorzusehen. Die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen gegen Entgelt ohne vorherige Bestellung oder ohne ausdrückliches Einverständnis des Verbrauchers ist unzulässig. Jeder kennt die ärgerlichen e-mails, die ungefragt Werbung für Uhren, Medikamente (v.a. Viagra), aber auch Sexartikel und Pornographie an den Konsumenten herantragen. Auch dies wird durch das Fernabsatzgesetz (Gesetz vom 18. April 2002 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz) behandelt. Das Gesetz sieht vor, dass man jemandem nicht Werbung zusenden darf, wenn er dies nicht will. Viele Konsumenten verwenden daher auch Kleber an ihren Briefkästen, mit denen sie auf diesen Umstand hinweisen.

Weiters gibt es zahlreiche Bestimmungen im Gesetz über den unlauteren Wettbewerb (UWG), das die Konsumenten vor verschiedenen miesen Machenschaften schützt. Dazu gehört es bspw., wenn ein Händler den Kunden über den tatsächlichen Wert des Angebots täuscht, ihn durch besonders aggressive Werbe- oder Verkaufsmethoden in seiner Entscheidungsfreiheit beeinträchtigt oder die Beschaffenheit, die Menge, den Verwendungszweck, den Nutzen oder die Gefährlichkeit von Waren, falsch oder so unklar angibt, dass der Kunde getäuscht wird. Schliesslich ist auch noch das Konsumentenschutzgesetz (KSchG) zu erwähnen, in dem ein Rücktrittsrecht bei bestimmten Kaufverträgen und andere Regeln für den Konsumentenschutz aufgeführt sind. So kann der Konsument bei Haustürgeschäften oder sonst bei Geschäften, die ausserhalb der üblichen Verkaufsräumlichkeiten und Märkte durchgeführt wurden, ohne Angabe von Gründen binnen 7 Tagen vom Vertrag zurücktreten.

So weit, so gut. Leider wird dieser Konsumentenschutz manchmal bis zum Exzess getrieben. Es geht so weit, dass vergessen wird, dass der Konsument immer auch ein mündiger Bürger ist – oder sein sollte. Der Schutz vor Missbrauch ist meines Erachtens durchaus sinnvoll, weil ja verhindert werden soll, dass der Kunde überrascht und über den Tisch gezogen werden soll. Wenig erbaulich ist es aber, wenn im Rahmen der Gesetze auch Grosskunden, solange sie nur private Kunden sind, ge-

geschützt werden. So ist es schwer einsehbar, wieso jemand beim Kauf eines teuren Luxusobjektes gleich geschützt werden soll, wie jeder andere.

Einen gewissen „Overkill“ konnte man auch im Zusammenhang mit der ganzen MiFID-Umsetzung feststellen. MiFID brachte es mit sich, dass der Vermögensverwaltungskunde sehr extensiv über alle möglichen und unmöglichen Risiken, Chancen, Kosten und Unabwendbarkeiten aufgeklärt werden musste. Dies führte so weit, dass der entsprechende Kunde mehrere Seiten an Fragen über sich ergehen lassen darf und an mehreren Stellen unterschreiben muss. Diese Mehrzahl an Unterschriften hängt unter anderem auch damit zusammen, dass man damit den Kunden auch auffordern will, bestimmte Aspekte genau anzuschauen. Früher sprach man davon, den Kunden vor dem Kleingedruckten zu warnen. Kleingedruckt wird heute nur noch selten. Der Kunde wird dafür mit vielen Seiten regelrecht erschlagen. Um dann noch zu belegen, dass er dies oder jenes wirklich gelesen habe, wird an neuralgischen Stellen nochmals seine Unterschrift verlangt.

Ein ähnlicher Overkill läuft derzeit in der EU - und vor allem in Deutschland - im Zusammenhang mit den Vorgaben im Zusammenhang mit dem Abschluss von Lebensversicherungen ab. Auch hier muss oder darf der Kunde viel Papier unterschreiben, das er nie im Leben durchlesen wird.

Bisweilen staunt man, mit was für einer dämlichen Werbung Konsumenten zum Kauf von Ware beeinflusst werden sollen - und es auch werden. Die Frage stellt sich, wie weit der Staat und Gesetzgeber jeweils eingreifen soll und wie weit jeder und jede unter uns auch selber mündig genug sein sollte, um sich Gedanken über derartige Angebote zu machen. Wir amüsieren uns bisweilen, was man in den USA teilweise in die Gebrauchsanweisungen schreiben muss, um eine Haftung des Herstellers von Produkten zu vermeiden („keine Katzen zum Trocknen in den Microwellenherd“). Entsprechende Tendenzen sind auch in Europa zu erkennen. Diese Entwicklung ist für den mündigen Bürger gefährlich: er wird mit Informationen und Papier dermassen „zugemüllt“, das das Wesentliche untergeht. Übervorsorglichkeit für den Konsumenten sorgt für eine Entmündigung des Bürgers.

Dr. Mario Frick  
*Rechtsanwalt in Schaan*