

---

## Zum Fernabsatzvertrag

### Description

#### Date Created

28.08.2023

#### Meta Fields

**Inhalt :** Verträge, die zwischen einem **Unternehmer** und einem **Verbraucher** über **Fernkommunikationsmittel** (typischerweise über das Internet) geschlossen werden, sind – ausgehend von der europäischen Richtlinie 2011/83/EU (*Verbraucherrechte-Richtlinie*) – in der österreichischen Rechtsordnung in dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) eigens geregelt. Sie sind regelmäßig Gegenstand gerichtlicher Auseinandersetzungen (siehe etwa OGH 6 Ob 36/20t: Kauf eines PKW von einem Händler per E-Mail). Kern des FAGG sind einerseits die **erhöhten Informationspflichten** des Unternehmers (§ 7 iVm § 4 FAGG), wonach der Verbraucher unter anderem über das Rücktrittsrecht des § 11 FAGG zu informieren ist; und andererseits das **Rücktrittsrecht** selbst, das der Verbraucher – abweichend von dem allgemeinen Zivilrecht – **ohne Angabe von Gründen** innerhalb von 14 Tagen (bei Kaufverträgen berechnet sich diese Frist grundsätzlich ab der Inbesitznahme des Kaufgegenstandes) ausüben kann. Unterbleibt die Informationserteilung, verlängert sich die Rücktrittsfrist um bis zu zwölf Monate. Aufgrund der **weitreichenden Implikationen** ist es aus unternehmerischer Sicht (etwa für Händler) entscheidend, einzuordnen, ob die eigene Geschäftstätigkeit dem Fernabsatz-Regime des FAGG unterliegt. Hinweise für die Praxis: Ein Fernabsatzvertrag liegt vor, wenn der konkrete Vertrag **ohne** gleichzeitige **körperliche Anwesenheit** zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebssystems geschlossen wird und bis zum Zustandekommen des Vertrages ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwendet werden (§ 3 Z 2 FAGG). **Anknüpfungspunkte** für die Beurteilung sind sowohl das **Verhandeln** und der **Abschluss** des Vertrages sowie die Ausrichtung des **Vertriebssystems** – zumindest auch – auf einen *regelmäßigen* Absatz per Fernabsatz. Nur wenn diese Elemente vorliegen, ist das FAGG einschlägig (OGH 2 Ob 44/23v). Auch das Vertriebssystem bezieht sich auf das Aushandeln und den Abschluss des Vertrages, nicht aber auf die Erfüllung des Kaufvertrages; ein organisiertes Versandsystem oä ist daher *keine* Voraussetzung für einen Fernabsatzvertrag. Der prototypische Fall eines in einem entsprechenden Vertriebssystem eingebetteten **Fernkommunikationsmittels** ist die Website des Händlers, wobei nicht jeder Betrieb einer Website zwingend das FAGG auf den Plan ruft: Dient die Homepage **nur** der **Information** über den Händler (Kontaktdaten etc) oder über die angebotene Ware, ist aber für das Verhandeln/den Abschluss des Vertrages persönlicher Kontakt notwendig, liegt kein Fernabsatzgeschäft vor (Erwägungsgrund 20 der *Verbraucherrechte-Richtlinie*). Allerdings ist darauf Bedacht zu nehmen, dass ein Fernabsatzgeschäft *keinen* standardisierten Geschäftsabschluss, etwa in einem **Webshop**, voraussetzt (OGH 9 Ob 39/22h); auch der Einsatz von **Telefon, Fax, SMS** oder **E-Mail** kann bei entsprechender organisatorischer Ausrichtung genügen. Der Wechsel zwischen den einzelnen Fernkommunikationsmitteln („Medienbruch“) hindert das Vorliegen eines Fernabsatzgeschäftes zudem nicht, solange nur bis einschließlich des Zustandekommens des Vertrages kein persönlicher Kontakt zwischen Händler und Kunde stattfindet.