

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement
Herr Bundesrat Joseph Deiss
Bundeshaus Ost
3003 Bern

Zürich, 19. Oktober 2005

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

Sehr geehrter Herr Bundesrat
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 14. Juli 2005 haben Sie uns eingeladen, im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens zur Revision des KIG Stellung zu nehmen. Für die gebotene Gelegenheit zur Stellungnahme sowie für die vom Eidg. Büro für Konsumentfragen gewährte Fristerstreckung danken wir bestens.

Zusammenfassung:

Die Vorlage wird von den Schweizer Unternehmen abgelehnt und mit Nachdruck zurückgewiesen. Sie ist überflüssig, schafft Rechtsunsicherheit und ist volkswirtschaftlich schädlich.

Funktionierende Märkte beruhen auf Transparenz und Vertrauen und damit auf einem korrekten und klaren Informationsaustausch. Dafür sorgen heute sehr vielschichtige Instrumente. Es ist richtig, diese Instrumente regelmässig auf allfällige Lücken, Unklarheiten und Unnötigkeiten zu überprüfen. Für den E-KIG besteht aber eindeutig kein Regulierungsbedarf. Seine Vorschriften, sein unklarer Geltungsbereich, die zahlreichen Überlappungen und Multiplikationen bestehender Regeln sowie die unzähligen neuen Schnittstellen würden zu teuren Rechtsunsicherheiten führen. Das schweizerische Preisniveau würde weiter in die Höhe getrieben. Den Konsumenten würde letztlich ein Bärendienst erwiesen.

Wir fordern, dass allfällige Lücken in der Spezialgesetzgebung geschlossen und dort gleichzeitig auch unnötige, handelshemmende und damit preistreibende Vorschriften beseitigt werden. Anders als mit dem E-KIG würde ein solches Vorgehen den Konsumenten einen realen Nutzen bringen.

1. Anträge

- **Auf die in die Vernehmlassung geschickte Vorlage E-KIG ist nicht einzutreten.**
- **Allfällige Lücken bei den gesetzlichen Konsumenteninformationspflichten sind in der Spezialgesetzgebung zu schliessen. Die entsprechenden Gesetze und Verordnungen sind gleichzeitig auch um ihre zahlreichen handelshemmenden und preistreibenden Vorschriften zu bereinigen.**
- **Eine – nicht auf dem E-KIG basierende – Revision des geltenden KIG hat sich auf die Streichung von Art. 2 Abs. 6 („Die Deklarationen erfolgen in den Amtssprachen des Bundes“) zu beschränken. Zudem ist die Funktionsweise und die Notwendigkeit der Eidg. Kommission für Konsumentenfragen einer Überprüfung zu unterziehen.**

2. Starke Betroffenheit der Schweizer Unternehmen

Das E-KIG enthält eine Fülle neuer gesetzlicher Vorschriften für die Schweizer Unternehmen. Wie die Vernehmlassung zum VE-KISG ist deshalb auch die Vernehmlassung zum E-KIG bei unseren Mitgliedern auf ein starkes Interesse gestossen. Stellvertretend für die allgemeine Stossrichtung der Reaktionen leiten wir Ihnen im Anhang eine Auswahl von uns zugegangenen Stellungnahmen im vollen Wortlaut weiter. Es handelt sich dabei um die Stellungnahmen der Aargauischen Industrie- und Handelskammer, der Solothurner Handelskammer, der Industrie- und Handelskammer St. Gallen-Appenzell, der Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie, der Zürcher Handelskammer sowie der swissmem. Wir ersuchen Sie, den darin gemachten Überlegungen sowie auch den Ihnen direkt zugegangenen Positionen unserer Mitglieder beim Entscheid über das weitere Vorgehen Rechnung zu tragen.

3. Rück- und Ausblick

Bereits im letztjährigen Vernehmlassungsverfahren zum VE-KISG wurde die Überflüssigkeit der schon damals vorgeschlagenen gesetzlichen Waren- und Dienstleistungsdeklarationspflichten kritisiert. Offenbar hat diese Grundsatzkritik nichts gefruchtet. Zwar wurde der nun vorgelegte E-KIG im Verhältnis zum VE-KISG weitgehend abgespeckt, doch handelt es sich dabei offenbar um nichts anderes als um eine Taktik des etappierten Vorgehens. Aus dem VE-KISG wurde zwar der E-KIG, doch das „S“ betreffend Produktsicherheit wird schon bald in einer separaten Vorlage wieder auftauchen, wie dem Begleitbericht zu entnehmen ist. In Bezug auf die Informationspflichten ist im E-KIG mehr oder weniger alles so wie beim VE-KISG geblieben, weshalb wir zusätzlich zur vorliegenden Stellungnahme auch auf unsere Stellungnahme vom 12. Juli 2004 verweisen, welche weiterhin Gültigkeit hat.

Im Begleitbericht werden weitere Regulierungsprojekte in Aussicht gestellt wie z.B. die Anpassung des Schweizer Rechts an die europäische Fernabsatzrichtlinie, welche ebenfalls gesetzliche Informationspflichten und ein Widerrufsrecht vorsieht. In diesem Zusammenhang verweist der E-KIG auf Bestimmungen, deren Wortlaut den Vernehmlassungsteilnehmern heute noch gar nicht bekannt ist. Eine Gesamtschau fehlt.

Wir fordern eine bessere Koordination der diversen Gesetzgebungsarbeiten und eine fundierte Prüfung der gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen. Für die Wahrnehmung dieser Aufgaben ist das Eidg. Büro für Konsumentenfragen nicht geeignet. Die Federführung für die entsprechenden Arbeiten (und für den Fall der Weiterverfolgung der Vorlage auch für die Überarbeitung des E-KIG) ist vielmehr beim seco und/oder beim Bundesamt für Justiz anzusiedeln.

4. Mangelnder Regulierungsbedarf

Regulierungen sind auf die tatsächlich notwendigen Bereiche zu beschränken. Eine solche Notwendigkeit ist beim E-KIG ganz klar nicht vorhanden. Wenn keine Notwendigkeit für eine gesetzliche Regelung besteht, ist es notwendig, keine gesetzliche Regelung zu erlassen!

4.1 Heutige Instrumente sind vielfältig und genügend

Die heutigen – nachfolgend ohne Anspruch auf Vollständigkeit wiedergegebenen – Instrumente der Konsumenteninformation sind vielfältig und genügend.

- *Markt:*
Dafür, dass den Informationsbedürfnissen der Konsumenten Rechnung getragen wird, sorgen am besten funktionierende Märkte. Dies zeigen die heutigen zahlreichen freiwilligen Deklarationssysteme.
- *„Soft Law“ und Selbstregulierung:*
Das geltende KIG enthält einen zweistufigen Mechanismus für die Entwicklung von Deklarationsregeln. Dabei wird mit der Möglichkeit zum Abschluss privatrechtlicher Vereinbarungen vom Primat des Soft-Law-Ansatzes ausgegangen. Bei einem Versagen dieser ersten Stufe können staatliche Regulierungen zum Zug kommen. Im Bereich der Werbung existieren heute gut funktionierende Selbstregulierungsmechanismen, wie das Beispiel der Lauterkeitskommission zeigt.
- *Staatliche Regulierung mit geltendem KIG:*
Für den Fall des Versagens des Soft-Law-Ansatzes der privatrechtlichen Vereinbarungen, d.h. wenn innert angemessener Frist keine Vereinbarung zustande gekommen ist oder eine Vereinbarung unzureichend erfüllt wird, sieht bereits das geltende KIG in Artikel 4 die Möglichkeit des Erlasses von bundesrätlichen Deklarationsverordnungen vor.

- *Preisbekanntgabeverordnung:*
Die Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung) regelt im Detail die Bekanntgabepflichten für Waren und bestimmte Dienstleistungen.
- *Lauterkeitsrecht:*
Das geltende Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) schützt Konsumenten vor täuschenden Informationen. Zentral sind vorliegend die Grundsatzklausel von Art. 2 UWG und die „Insbesondere-Bestimmung“ von Art. 3 lit. i UWG. Gemäss der Grundsatzklausel ist unlauter und widerrechtlich „jedes täuschende oder in anderer Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossende Verhalten oder Geschäftsgebaren, welches das Verhältnis zwischen Mitbewerbern oder zwischen Anbietern und Abnehmern beeinflusst“. Gemäss Art. 3 lit. i UWG handelt insbesondere unlauter, wer „die Beschaffenheit, die Menge, den Verwendungszweck, den Nutzen oder die Gefährlichkeit von Waren, Werken oder Leistungen verschleiern und dadurch den Kunden täuscht“.
- *Spezialgesetze:*
Spezifischen Informationsbedürfnissen wie z.B. gesundheitlicher oder wirtschaftlicher Art wird mit der bestehenden Spezialgesetzgebung Rechnung getragen. Beispiele dafür sind das Lebensmittelgesetz, das Konsumkreditgesetz und die weiteren auf Seite 6 des Begleitberichts aufgeführten Erlasse. Die dort gemachte Aufstellung ist übrigens nicht vollständig, es fehlt zum Beispiel das gesamte technische Recht (z.B. Verwendung von Konformitäts- und Prüfzeichen aufgrund des Bundesgesetzes über die Sicherheit von technischen Einrichtungen und Geräten (STEG) und die umgesetzten New Approach-Richtlinien der EU). Weil die Schutzbedürfnisse der Konsumenten je nach Lebenssachverhalt völlig unterschiedlich sind, wäre das KIG gar nicht geeignet, sämtliche Anforderungen genügend spezifisch zu umschreiben. Vor dem Hintergrund der sehr zahlreichen, in Spezialgesetzen geregelten Informationspflichten haben allfällige heute noch nicht abgedeckte Informationsbedürfnisse Ausnahmecharakter. Teilweise ist es offenbar auch so, dass vermeintlich nicht Abgedecktes bereits geregelt ist: So ist beispielsweise das im Begleitbericht auf Seite 10 erwähnte Bedürfnis der Konsumenten nach Information im Bereich technischer Produkte mit der erfolgten Übernahme der technischen EU-Richtlinien ins schweizerische Recht abgedeckt.

4.2 Zusätzliche staatliche Instrumentarien sind unnötig

4.2.1 Zuerst die Möglichkeiten von Art. 3 und 4 KIG ausschöpfen!

Das heutige KIG beruht in erster Linie auf einem Soft-Law Ansatz, wonach die betroffenen Organisationen der Wirtschaft und der Konsumenten vereinbaren, welche Waren in welcher Form und mit welchem Inhalt deklariert werden müssen. Dabei sind die internationalen Normen und der Grundsatz der Nichtdiskriminierung zu berücksichtigen (Art. 3 KIG). Subsidiär besteht zudem die Möglichkeit des Erlasses staatlicher Regulierungen: Wenn nämlich „innert angemessener Frist keine Vereinba-

zung zustande gekommen ist“ oder falls „eine Vereinbarung unzureichend erfüllt wird“ (Art. 4 KIG) können die Konsumentenorganisationen den Bundesrat zum Erlass entsprechender Verordnungen auffordern.

Im Begleitbericht zum E-KIG wird erwähnt, dass seit Bestehen der entsprechenden Möglichkeit erst zwei Vereinbarungen abgeschlossen worden seien. Daraus wird der – falsche – Schluss gezogen, dass der Soft-Law Ansatz für den Konsumentenschutz ungenügend sei. Völlig ausser Acht gelassen werden andere mögliche Schlussfolgerungen, nämlich dass entweder schlicht und einfach kein grosser Regelungsbedarf besteht oder dass die Konsumentenorganisationen gar nicht daran interessiert sind, mit den Anbietern nach einvernehmlichen Lösungen zu suchen, selbst wenn sie dafür (resp. für „Vorabklärungen, Bearbeitung, Experten und Verhandlungen“) gestützt auf Art. 5 Abs. 1 lit. c KIG sowie auf Art. 3 Abs. 3 und Art. 4 der Verordnung über Finanzhilfen an Konsumentenorganisationen auch noch staatliche Finanzhilfe zu Gute haben.

Dass das vielschichtige Instrumentarium von Art. 3 f. KIG von den Konsumentenorganisationen offenbar nicht gerne benutzt wird und diese lieber auf direkte staatliche Interventionen setzen, hat sich gerade kürzlich im Falle der Deklarationsforderung betreffend Convenience Food auf Speisekarten gezeigt.¹ Der Umstand, dass die Konsumentenorganisationen es sich sparen möchten, vor der Inanspruchnahme des Staates zuerst mit den betreffenden Anbietern nach geeigneten Lösungen zu suchen, darf sicher nicht ein Grund für die Abkehr vom bestehenden System sein.

Der Meinung, dass eine Abkehr des Systems von Art. 3 f. KIG hin zu allgemeinen Deklarationsvorschriften nicht sachgerecht ist, scheint auch das Büro für Konsumentenfragen zu sein. In der September-Ausgabe ihrer Publikation „Konsumentenpolitik“ ist zu lesen: „...ist es schwierig, eine einheitliche Deklarationsform zu finden. Können die Regelungen doch von Branche zu Branche, manchmal sogar von Produkt zu Produkt, variieren. Daher sieht das Konsumentengesetz (KIG) in seinen Artikeln 3 und 4 für bestimmte Produkte und Dienstleistungen die Form der Kennzeichnung durch eine Parteivereinbarung vor.“

¹ Bei ihrer Forderung nach einer Deklarationspflicht für Convenience Food auf Speisekarten haben die Konsumentenorganisationen im Mai 2005 direkt den Vorsteher des Departements des Innern zum Erlass staatlicher Vorschriften aufgefordert. Nachdem sie mit dieser Forderung abgeblitzt waren, hielten sie sich offenbar weiter an den Staat, statt – wie es das KIG vorsieht – zuerst einmal mit den Anbietern zu reden. Das führte schliesslich dazu, dass die Eidg. Kommission für Konsumentenfragen (EKK) den Konsumentenorganisationen das richtige Vorgehen gemäss Art. 3 f. KIG aufzeigen musste (siehe Pressemitteilung der EKK vom 8. September 2005). Aus dem Wortlaut dieser Pressemitteilung kann übrigens geschlossen werden, dass sich die EKK offenbar dazu veranlasst sah, quasi als Fürsprecherin der auf diesem Gebiet wohl eher ungewillten als unbeholfenen Konsumentenorganisationen gleich *selber* eine privatrechtliche Vereinbarung zu *fordern*. Das wäre eben gerade die Aufgabe der Konsumentenorganisationen gewesen.

4.2.2 Markt sorgt für gute und kundenorientierte Deklarationen: Praxisbeispiel

Es ist ein altes Gesetz des Marktes, dass die Anbieter sich an den Bedürfnissen ihrer Kunden orientieren müssen. Dazu gehören auch die Informationsbedürfnisse. Es scheint angezeigt, den Verfassern des E-KIG die Praxis anhand eines einfachen Beispiels aufzuzeigen. Für diesen Anschauungsunterricht kann das seit langem bewährte – und im internationalen Vergleich vorbildliche – System der freiwilligen Deklarationen im Textilbereich herangezogen werden, welches auf die Konsumentenbedürfnisse und auf eine internationale Harmonisierung ausgerichtet ist. Dazu zitieren wir aus der uns im Rahmen der internen Konsultation zugekommenen Stellungnahme des Textilverbands Schweiz vom 15. September 2005:

„Der textile Konsumentenschutz in der Schweiz ist gut und wird weltweit als vorbildlich anerkannt. Dies ist unter anderem ein Verdienst der von der schweizerischen Textilwirtschaft 1963 gegründeten SAR-TEX, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Textilkennzeichnung, Zürich, die sich erfolgreich für eine marktkonforme Transparenz des textilen Angebots und damit für den Konsumentenschutz einsetzt.

- **Pflegekennzeichnung**

*In Abstimmung mit Verbrauchern und Handel wurde in Westeuropa anfangs der sechziger Jahre die internationale **Pflegekennzeichnung** eingeführt, wobei unter schweizerischer Führung ein markenrechtlich geschütztes, sprachenübergreifendes Symbolsystem für den weltweiten Einsatz geschaffen wurde. Obwohl die Pflegekennzeichnung auf freiwilliger Ebene erfolgt, beträgt der Auszeichnungsgrad in der Schweiz 97%. Die Inhalte der Kennzeichnung werden laufend den technischen Entwicklungen und den Marktbedürfnissen angepasst. (...) Angesichts der dynamischen Entwicklung im textilen Sektor sind gesetzliche Regelungen (zu) schwerfällig. (...)*

- **Rohstoffkennzeichnung (Textilkennzeichnung)**

*Die zu Beginn der 70er Jahre in der Schweiz eingeführte **Rohstoffkennzeichnung** erfolgt ebenfalls auf freiwilliger Ebene. Der hiesige Kennzeichnungsgrad beläuft sich auf 95%. Die schweizerischen Richtlinien werden laufend mit den Vorgaben der EU-Richtlinie (96/74/EG + 96/73/EG) harmonisiert. Gemäss Studien möchten die Verbraucher insbesondere wissen, ob und welche natürlichen Fasern bei einem textilen Artikel verwendet wurden. (...)*

- **Grössenkennzeichnung**

*In Europa sind seit über 20 Jahren Bestrebungen für ein einheitliches **Grössensystem** im Gange. Die normativen Arbeiten für eine vierteilige EN bezüglich Kleidergrössen sind inzwischen zu 75% (...) abgeschlossen. (...) Ein entsprechender Vorschlag (...) ist bereits auf dem Tisch (...). Die definitive Weichenstellung für eine harmonisierte europäische (mutmasslich **dreistellige**) Grössenkennzeichnung dürfte in den kommenden ein bis drei Jahren erfolgen. (...)*

- **Sozialkennzeichnung**

(...) Auch ohne gesetzliche Regelungen dürften in Europa die freiwilligen Verhaltensregeln je nach Nachfrage oder Druck seitens der Verbraucher bzw. des Handels auf dem Markt eine gewisse Verbreitung finden. Eine Art Sozialkennzeichnung ist beispielsweise Öko-Tex 100plus oder das vom europäischen Textileinzelhandel unterstützte Soziallabel SA 8000 (Social Accountability).“

Diese kompetenten und praxisbezogenen Ausführungen aus erster Hand zeigen auf sehr anschauliche und nachvollziehbare Weise, dass die Mechanismen des Marktes

grundsätzlich selber für die von den Kunden geforderten Deklarationen sorgen. Zudem wird auch deutlich, dass privatrechtliche Lösungen besser auf die Dynamik der Kundenbedürfnisse und der internationalen Entwicklungen reagieren können als gesetzliche Regelungen.

4.3 E-KIG schiesst sogar über das überregulierte Europa-Recht hinaus

Beim Versuch, im Begleitbericht den angeblichen Regulierungsbedarf zu begründen, werden Äpfel mit Birnen vermischt und es wird den Vernehmlassungsadressaten suggeriert, dass es in der EU eine zum E-KIG analoge Regelung gebe. So heisst es in der einleitenden Übersicht, es sei immer schwieriger geworden, „die Übersicht zu behalten, und das Risiko, Opfer von Betrügereien zu werden und sich selbst, andere und die Umwelt zu gefährden“ habe zugenommen. „Die Europäische Union hat sich diesem sich wandelnden Umfeld angepasst und die wirtschaftlichen Auswirkungen der Konsumentenpolitik ins Zentrum ihrer Beschäftigungen gestellt.“ (Seite 2 des Begleitberichts). Einerseits wird hier die Thematik des E-KIG, nämlich die Regelung von Informationspflichten für die Allgemeinheit der grundsätzlich nicht betrügenden und nicht Menschen und Umwelt gefährdenden Anbieter mit den Themen Betrugsbekämpfung, Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz vermischt. Andererseits wird der täuschende Eindruck erweckt, in der EU gebe es eine zum E-KIG analoge Regelung. Dass es in der EU eine solche aber gar nicht gibt, erfährt nur, wer den Begleitbericht bis zum Ende resp. bis zur zweitletzten Seite durchliest. Ob der Begleitbericht damit selber irreführend ist, kann dahingestellt bleiben. Die behauptete Benachteiligung von Schweizer Konsumenten gegenüber EU-Konsumenten ist jedenfalls nicht belegt.

Dass die vorgeschlagenen Vorschriften mit Blick auf Europa unnötig sind, scheinen selbst die Verfasser des Begleitberichts kaum verhehlen zu können. Auf Seite 11 schreiben sie: „Im Allgemeinen ist das Konsumentenschutzniveau, das im Schweizer Recht festgelegt ist, im Vergleich zu dem der Europäischen Union gut“. Auf diese beruhigende Feststellung folgt eine Aufzählung von konsumentenspezifischen EU-Rechtsakten, welche die Schweiz noch nicht „umgesetzt“ (sic!) habe. Erwähnt werden dabei die Themen Fernabsatz, Garantie bei Mängeln, Produktsicherheit, die EG-Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz sowie das Time Sharing im Immobilienbereich. Die Ausführungen über diese „Umsetzungs“-Problematik gehen letztlich an der vorliegend zur Diskussion stehenden Sache vorbei. Auch unter den aufgeführten Themen lässt sich nämlich beim besten Willen nichts finden, was in Richtung der allgemeinen Deklarationspflichten, wie sie mit dem E-KIG vorgeschlagen werden, geht. Auf europäischer Ebene gibt es tatsächlich kein Pendant zum vorgeschlagenen Gesetzesentwurf.

Selbst wenn es in der EU ein solches Pendant gäbe, bedürfte der Entscheid über das Ob und Wie eines autonomen Nachvollzugs einer sorgfältigen Abwägung sämtlicher Vor- und Nachteile. Europäische Überregulierungen einfach unbesehen nachzuvollziehen (resp. „umzusetzen“, wie sich die Verfasser des Begleitberichts ausdrücken würden), hiesse allfällige Chancen für die Schweiz nicht nutzen zu wollen.

Ein aktueller Blick nach Europa zeigt übrigens, dass sich dort die Erkenntnis durchgesetzt hat, dass in der letzten Zeit der Bogen überspannt und zu vieles überreguliert wurde. Deshalb wurde im März 2005 ein Massnahmenpaket zur besseren Rechtssetzung und zur Einschränkung von Bürokratie und Regelungswut angekündigt. Als erster Teil dieses Massnahmenpakets wurden gerade vor wenigen Tagen 68 Gesetzesvorschläge gestrichen. Diesem „Herbstputz“ fiel auch eine konsumentenpolitische Vorlage zum Opfer. Als nächster Schritt soll die Überprüfung und Vereinfachung der über 20,000 bestehenden Rechtsakte eingeleitet werden. Wenn in der oft als schwerfällig bezeichneten EU so ein „Putz“ möglich ist, sollte auch in der Schweiz der Mut vorhanden sein, unnötige Gesetzgebungsprojekte endgültig zu streichen, statt sie einfach in mehrere Etappen aufzuteilen und den Regulierungseifer mit der „verbraucherpolitischen Strategie 2002-2006 der EU“ zu rechtfertigen.

Die auf Seite 10 des Begleitberichts gemachten Ausführungen über die „Etablierung einer neuen wirtschaftlichen Dynamik und Modernisierung der europäischen Wirtschaft“ sind übrigens nicht die einzigen Hinweise darauf, dass es den Verfassern an jeglichem aktuellen Bezug zu den wirtschaftlichen Realitäten fehlt.

4.4 Doppelt geregelt hält schlechter und ist teurer

Die Verfasser des E-KIG und dessen Begleitberichts sind offenbar der Meinung, dass der Grundsatz „Doppelt genäht hält besser“ auch in der Gesetzgebung zutrefte. Anders kann man sich zum Beispiel die Ausführungen auf Seite 15 nicht erklären, wo es heisst: „Die Anforderungen der wahrheitsgemässen Deklaration bezweckt das Verbot von Täuschungen. Das KIG verfolgt in diesem Punkt dasselbe Ziel wie das UWG. Es unterscheidet sich nur im gewählten terminologischen Ansatz: Während das UWG die Notwendigkeit betont, nicht zu lügen, setzt das KIG den Schwerpunkt auf die Pflicht, die Wahrheit zu sagen.“ Kann es wirklich sein, dass man für derartig banale Umkehrschlüsse neue Gesetzesvorschriften machen muss? Wer diese Frage mit Ja beantwortet, ist sich des allgemeinen ökonomischen Grundsatzes „*There is no such thing as a free lunch*“ wohl ebenso wenig bewusst wie des Funktionierens des folgenden Mechanismus:

1. Jede Multiplikation von Bestimmungen führt zu unnötigen Abgrenzungsproblemen und erhöht die Rechtsunsicherheit.
2. Jede Erhöhung der Rechtsunsicherheit verursacht zusätzliche Kosten.
3. Die zusätzlichen Kosten zahlt letzten Endes der Konsument.

In den Unternehmen zieht jede Multiplikation von Vorschriften kostenintensive rechtliche Abklärungen nach sich. Diese würden sich vorliegend wegen der unübersichtlichen Ansiedelung der Vorschriften in den verschiedensten Erlassen denn auch nicht gerade einfach gestalten: Nebst der Konsultation der ihn betreffenden Spezialgesetze und Verordnungen müsste ein Anbieter das, worüber er seine Kunden informieren muss, welche Aussagen er nicht machen darf, welche AGB-Klauseln er zu verwenden hat und welche Konsequenzen ihm bei einer Verletzung der Vorschriften drohen, im OR, im KIG und im UWG zusammensuchen. Dass dies der Befolgung der Vorschriften sicher nicht förderlich ist, ist klar. Dass es für die Anbieter das Prozess- und das entsprechende Kostenrisiko erhöht, auch.

Die zusätzlichen Kosten der Unternehmen bezahlen durch die Überwälzung auf die Preise letzten Endes die Konsumenten. Berücksichtigt man darüber hinaus die potenziellen Kosten für die erhöhte Wahrscheinlichkeit von Rechtsstreitigkeiten, so liegt der Schluss nahe, dass jede unnötige Multiplikation von Vorschriften ein volkswirtschaftlicher Unsinn ist.

5. Auswirkungen auf die Wirtschaft ungenügend geprüft

Die Auswirkungen der Revision auf die Wirtschaft sind offenbar nur ungenügend geprüft worden. Das Thema Mehrkosten wird auf Seite 37 des Begleitberichts unter Prüfpunkt 2 in nur zwei Sätzen erledigt: „Die vorgesehene Sanktionierung dürfte die Unternehmen anhalten, der Deklarationspflicht vermehrte Aufmerksamkeit zu schenken. Daraus könnte für sie eine gewisse Mehrbelastung entstehen, die aber nur quantifizierbar wäre, wenn genau feststünde, wie diese Unternehmen der gesetzlichen Deklarationspflicht bisher genau nachgekommen sind.“ Von einer ernsthaften Prüfung der wirtschaftlichen Auswirkungen kann vor dem Hintergrund dieser Aussage wohl kaum die Rede sein. Zudem wird der falsche Eindruck erweckt, dass gar keine neuen Deklarationspflichten geschaffen werden.

Am Rande ist auch darauf hinzuweisen, dass der Hinweis auf die Unbekanntheit des Ausmasses der Nichtbefolgung bestehender Deklarationspflichten den an anderen Stellen im Begleitbericht gemachten Ausführungen über den Regulierungsbedarf in der Konsequenz widerspricht.

6. Tatsächlicher Handlungsbedarf: Beseitigung von Handelshemmnissen

Viele Vorschriften der unzähligen Spezialgesetze haben eine handelshemmende Wirkung. Als eines von vielen Beispielen wurden wir aus den Reihen unserer Mitglieder auf die Brennbarkeitsverordnung (SR 817.043.01) aufmerksam gemacht, welche einen Helvetismus darstelle, der im Ausland als technisches Handelshemmnis wahrgenommen werde. Das führt zum wahren Handlungsbedarf im Konsumentenrecht: Nicht neue und überflüssige Gesetzesvorschriften sind gefragt, sondern die Bereinigung der vielen Spezialerlasse. Mit der Beseitigung technischer Handelshemmnisse können die Preise tendenziell gesenkt werden, was im Interesse der Konsumenten ist.

7. Stellungnahme zu einzelnen Artikeln

Trotz der entschiedenen Ablehnung der Vorlage als Ganzes ist es uns ein Anliegen, nachfolgend auch Kommentare zu ausgewählten Artikeln der Revisionsvorlage anzubringen.

Artikel 1 E-KIG: Unklarheiten, Doppelspurigkeiten Rechtsunsicherheit

Auch wenn der heutige Vorbehalt der „Kennzeichnungspflicht nach andern Bundesvorschriften“ von Artikel 2 Absatz 5 KIG weiter gilt, sollen die neuen Deklarationspflichten gemäss den im Begleitbericht auf Seite 14 gemachten Ausführungen offenbar „grundsätzlich für alle Waren- und Dienstleistungsangebote gelten“. Damit wären Unklarheiten bei der Abgrenzung zwischen dem KIG und dessen konkretisierenden Verordnungen sowie den Spezialgesetzen und deren Verordnungen vorprogrammiert. Gelten die Vorschriften des E-KIG nur, wenn keine sektoriellen Vorschriften bestehen oder kommen sie ergänzend im Falle von Lücken in den sektoriellen Vorschriften zum Zug? Die Problematik wird mit dem Wortlaut „Minimalvorschriften“ in Abs. 1 Abs. 1 lit. a E-KIG noch verschärft: Daraus könnte nämlich der Schluss gezogen werden, dass der Vorrang der Spezialgesetzgebung nur insoweit gilt, als diese strengere Vorschriften enthält.

Je nach Produkt oder Dienstleistung können auch an Minimalvorschriften sehr unterschiedliche Anforderungen gestellt sein. Mit Blick auf die Hochpreisinsel-Diskussion ist zudem darauf hinzuweisen, dass auch als „Minimalvorschriften“ bezeichnete Regulierungen Handelshemmnisse darstellen und zu einer kostentreibenden Binnenmarktabstottung führen können.

Wenn an der verfehlten Konzeption des E-KIG festgehalten würde, müssten zumindest jene Waren und Dienstleistungen, für welche in anderen Bundesgesetzen spezielle Deklarationsvorschriften bestehen, gänzlich vom Anwendungsbereich des KIG ausgenommen werden. Sonst resultieren völlig unklare Schnittstellen.

Der in Art. 1 Abs. 1 lit. a E-KIG sowie auch in den nachfolgenden Artikeln benutzte Begriff „Dienstleistung“ ist unklar. Was ist noch eine Dienstleistung, was nicht? Die konsequente Verwendung rechtstechnischer Begriffe würde die Eindeutigkeit erhöhen.

Artikel 2 E-KIG: Überflüssige Pflichten und unklare Begriffe

Artikel 2 Absatz 1

Gemäss Artikel 2 Abs. 1 E-KIG müssen die Anbieter objektiv, wahrheitsgetreu und in leicht verständlicher Weise informieren.

- „objektiv“:
Das Wort „objektiv“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch als Gegenteil von „subjektiv“, somit als Gegenteil von „einseitig“, „partiisch“ oder „unsachlich“ benutzt. Demgegenüber ist die Definition des Kriteriums „objektiv“ auf Seite 15 des Begleitberichts grammatikalisch ziemlich abenteuerlich und in der Sache verwirrend: „Objektive Informationen enthalten sind eindeutig und so vollständig wie möglich“ (sic!). Offen bleibt, was uns damit gesagt werden will. Weiter wird im Begleitbericht ausgeführt, dass alle Informationen zu liefern seien, „die den Konsumenten oder die Konsumentin beeinflussen können, namentlich in Bezug auf die Auswahl oder die Verwendung einer Ware oder Dienstleistung“. Möchte ein

Anbieter dieser Pflicht nachkommen, müsste er hellseherische Fähigkeiten haben. Solche müsste auch der Bundesrat haben, wenn er in Anwendung von Art. 3 E-KIG konkretisierende Informationspflichten erlassen würde.

- „wahrheitsgetreu“
Weshalb es ein Unsinn ist, neben dem lauterkeitsrechtlichen „Du sollst nicht lügen“ zusätzlich eine KIG-Pflicht „Du sollst die Wahrheit sagen“ einzuführen, wurde bereits weiter vorne begründet.
- „in leicht verständlicher Weise“
Dieses Kriterium ist gegenüber der heutigen Bestimmung zu begrüssen. Die geltende Bestimmung von Art. 2 Abs. 6 KIG, wonach die Deklarationen in den Amtssprachen des Bundes erfolgen, stellt ein Handelshemmnis dar und ist deshalb zu streichen. „Leichte Verständlichkeit“ heisst unseres Erachtens nicht, dass die Deklaration in jedem Fall in einer Amtssprache zu erfolgen hat. Vielmehr muss sich das Kriterium nach dem spezifischen Adressatenkreis richten, in welchem beispielsweise durchaus auch Englisch leicht verständlich sein kann. Eine Änderung im KIG erspart es allerdings nicht, sämtliche sektoriellen Gesetze und Verordnungen auf unnötige Sprachvorschriften durchzukämmen.

Art. 2 Abs. 1 lit. a E-KIG verpflichtet den Anbieter zur Information über seine Identität. Gegen eine solche sinnvolle Pflicht lässt sich nichts einwenden. Die auf Seite 16 des Begleitberichts gemachten Ausführungen sind aber einer von vielen Hinweisen darauf, wie schlecht abgestimmt die Vorlage mit anderen konsumentenpolitischen Vorlagen wie i.c. der angekündigten Fernabsatz-Vorlage ist: „Die Angabe der Identität der Anbieterin oder des Anbieters (Bst. a) ist vor allem im Fernabsatz (z.B. bei Käufen via Internet) von Bedeutung und steht im Zusammenhang mit Absatz 2 Buchstabe c, wonach die Information so zu erfolgen hat, dass die Konsumentinnen und Konsumenten ihre Rechte wahrnehmen können.“ An welche Vorschriften sich ein Betreiber eines Online-Shops in Zukunft halten müsste, ob an jene des revidierten KIG oder an jene des nach den Vorschlägen der Fernabsatz-Vorlage revidierten Obligationenrechts, scheint selbst den Verfassern des vorliegenden Entwurfs nicht ganz klar zu sein.

Art. 2 Abs. 1 lit. b und c E-KIG verpflichten die Anbieter unter anderem zur Information über die „Gefährlichkeit“ einer Ware resp. einer Dienstleistung. Was damit gemeint ist, wird offen gelassen. „Gefährlichkeit“ ist ein sehr dehnbarer und vielfältig interpretierbarer Begriff. Zudem ist die Relevanz dieses Kriteriums je nach Waren- oder Dienstleistungsgruppe völlig unterschiedlich. Ob und in welcher Form entsprechende Hinweise anzubringen sind, ist weiterhin in der einschlägigen Spezialgesetzgebung zu regeln. Das KIG ist dazu nicht geeignet.

Art. 2 Abs. 2 lit. b und c E-KIG verpflichten unter anderem auch dazu, die Konsumenten über die „wesentlichen Eigenschaften“ einer Ware oder Dienstleistung zu informieren. Mit dieser schwammigen Vorschrift würde eine weitere Rechtsunsicherheit geschaffen, zumal es absehbar ist, dass in einem Streitfall die Meinungen darüber, was unter „wesentlichen Eigenschaften“ zu verstehen ist, sehr weit auseinander gehen würden.

Art. 2 Abs. 1 lit. e E-KIG verpflichtet die Anbieter zur Information über „den wesentlichen Inhalt der allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Bestandteil des Vertrags werden sollen“. Der unbestimmte Begriff „wesentlicher Inhalt“ lässt jede Interpretation offen. Um die Vorschrift nicht zu verletzen, würden die Anbieter wohl lieber zu viel als zu wenig tun und die gesamten AGB in jeden einzelnen Vertrag aufnehmen. Das ist unpraktikabel und führt zu Mehraufwand, der dem Konsumenten am Schluss gar nichts nützt, weil ein Zuviel an Information die Information zunichte macht. Eine überbordende Fülle von Informationen auf unzähligen Beizetteln etc. führt dazu, dass die wesentlichen Informationen gar nicht mehr wahrgenommen werden.

Artikel 2 Absatz 2 E-KIG

Art. 2 Abs. 2 lit. a E-KIG verlangt, dass das Angebot mit anderen Angeboten verglichen werden kann. Vorerst geht eine solche Vorschrift von der falschen Annahme aus, dass es zu jeder auf dem Markt angebotenen Ware oder Dienstleistung ein nahezu identisches Pendant gibt. Da dem nicht so ist, wäre es schon zum Voraus gar nicht für alle Anbieter möglich, die Vorschrift einzuhalten. Bei gleichen oder vergleichbaren Waren oder Dienstleistungen müssten sich die Anbieter untereinander über die Vereinheitlichung von Art und Weise der Präsentation absprechen, oder der Staat müsste entsprechende Vorschriften erlassen. Ersteres wäre rechtlich wohl kaum zulässig, letzteres würde einen unzulässigen Staatseingriff in einen zentralen Mechanismus der Marktwirtschaft darstellen. Die Freiheit, Waren und Dienstleistungen derart auf den Markt bringen zu können, dass neue und einzigartige Eigenschaften auch als solche präsentiert und feilgeboten werden können, ist ein wichtiger Anreiz für Kreativität und Innovation, worauf die Schweizer Wirtschaft und damit letztlich unser Wohlstand zu einem wichtigen Teil basieren.

Art. 2 Abs. 2 lit. b E-KIG verlangt, dass die Informationen es ermöglichen müssen, „die Risiken zu erkennen, die von der Verwendung der Ware oder der Nutzung der Dienstleistung ausgehen“. Die denkbaren Interpretations- und Umsetzungsmöglichkeiten sind unbeschränkt. Im Begleitbericht heisst es dazu: „Als solche Risiken fallen in erster Linie die Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit der Benutzerinnen und Benutzer, aber auch die Gefährdung ihrer wirtschaftlichen Interessen in Betracht“. Um eine Verletzung dieser Vorschrift und die vielfältigen Folgen (Qualifizierung als unlauteres Handeln, Klagerecht der Konsumentenorganisationen, Widerrufsrecht) möglichst zu verhindern, müssten die Anbieter auch hier nach der Maxime „lieber zu viel als zu wenig“ handeln. Dass diese Unsicherheiten und die entsprechenden Aufwendungen nicht gratis sind und auf die Konsumentenpreise überwältigt würden, liegt auf der Hand. Zudem gilt auch hier, dass eine überbordende Anzahl an Informationen ab einem bestimmten Punkt einen kontraproduktiven Effekt hat: Eine Liste mit Hinweisen auf alle nur denkbaren Gefahren würde inhaltlich umso weniger wahrgenommen, je länger sie wäre. Informationspflichten zu gefährlichen Produkten sind schliesslich völlig „artspezifisch“ und deshalb – wie bis anhin – in der Spezialgesetzgebung (z.B. LMG, Chemikaliengesetz, KKG etc.) zu regeln.

Art. 2 Abs. 2 lit. c E-KIG verlangt, dass die Informationen es den Konsumenten ermöglichen müssen, „ihre Rechte auszuüben“. Aufgrund der Ausführungen auf Seite 16 des Begleitberichts kann vermutet werden, dass damit Informationen über die Identität des Anbieters gemeint sein könnten. Auch wenn das nirgends steht, so wird vermutungsweise auch der Hinweis auf das Widerrufsrecht dazu gehören. Es kann aber kaum die Aufgabe eines Anbieters sein, einem Konsumenten zusammen mit jedem Geschäftsabschluss eine eigentliche Rechtsmittelbelehrung abzugeben. Welche Informationen ein Anbieter aufgrund dieser Vorschrift genau machen muss, ist unbekannt. Trotz dieser Unbekanntheit müsste ein Anbieter, der diese Vorschrift verletzt, mit einschneidenden Konsequenzen rechnen.

Art. 2 Abs. 2bis E-KIG

Für „Waren des alltäglichen Gebrauchs, deren Verwendungszweck sich von selbst ergibt und die keine besonderen Gefahren bergen“ sowie bei „alltäglichen Dienstleistungen, die keine besonderen Gefahren bergen“ muss gemäss Absatz 2bis nur der „Grundpreis“ und der „tatsächlich zu bezahlende Preis“ angegeben werden. Die unter diese Kategorie fallenden Waren und Dienstleistungen dürften im Massenkonsum des Alltags wohl die Regel darstellen. Laut Begleitbericht sollen sie aber die Ausnahme sein: „Es wird Sache des Bundesrats sein, diese Ausnahmefälle näher zu umschreiben.“ Angesichts der praktisch unbegrenzten Anzahl von unter diese Kategorie fallenden Waren und Dienstleistungen würde der Bundesrat mit einer unlösbaren Aufgabe beauftragt. Viel logischer und einfacher ist es, wenn wie bis anhin diejenigen Produkte identifiziert werden, für welche z.B. aus Sicherheitsgründen ein besonderes Informationsbedürfnis ausgewiesen ist, um danach die für die entsprechenden Produkte passenden Informationspflichten zu definieren.

Das System, wonach die unter Abs. 2bis E-KIG fallenden Produkte Ausnahmen darstellen sollen, würde sodann zu unzähligen Abgrenzungsfragen führen. Könnte z.B. eine Rasierklinge deshalb nicht in den Ausnahmekatalog aufgenommen werden, weil von ihr bei unsachgemäßem Gebrauch eine besondere Gefahr ausgehen kann? Weitere Abgrenzungsfragen würden sich auch im Verhältnis zur bestehenden Spezialgesetzgebung stellen.

Artikel 3 E-KIG: Ausschliesslichkeit der Spezialgesetze statt Unklarheiten

Wie schon weiter vorne ausgeführt, sind die konkreten Informationspflichten weiterhin im notwendigen Detaillierungs- und Differenzierungsgrad in der Spezialgesetzgebung zu regeln.

Artikel 4 E-KIG: Ausweitung der Verbandsklage und unsinniges Widerrufsrecht

Artikel 4 Absatz 1 E-KIG

Gemäss der heutigen Rechtslage besteht im Fall der Verletzung des UWG die Möglichkeit der Verbandsklage. Die vorliegend zentrale Bestimmung ist dabei Art. 3 lit. i UWG, wonach unlauter handelt, wer die Beschaffenheit, die Menge, den Verwendungszweck, den Nutzen oder die Gefährlichkeit von Waren, Werken oder Leistungen verschleiert und dadurch den Kunden täuscht. Neu soll es gemäss Art. 4 Abs. 1 E-KIG für die Einleitung einer Verbandsklage ausreichen, dass „die Informationspflichten verletzt“ werden. Das Klagerecht wird demnach eindeutig ausgeweitet, auch wenn auf Seite 17 des Begleitberichts versucht wird, den Eindruck zu erwecken, dass es ein derartiges Klagerecht bereits heute gebe. Zwischen einer aktiven Täuschung und einer Verletzung der sehr schwammigen Informationspflichten von Art. 2 f. E-KIG (z.B. wegen Unvollständigkeit) besteht ein sehr grosser Unterschied. Die Ausweitung des Klagerechts ist nicht gerechtfertigt. Damit würden vor allem Klagen zur Profilierung einzelner Organisationen gefördert. Im Umweltschutz- und Raumplanungsbereich wurde die Problematik der Verbandsklagen inzwischen erkannt. Es wäre unverständlich, wenn im Konsumentenbereich die gleichen Fehler gemacht würden.

Artikel 4 Absatz 2 E-KIG

Das vorgeschlagene Widerrufsrecht für den Fall der Verletzung der teilweise sehr unklaren Informationspflichten betreffend die „wesentlichen Eigenschaften, die Gefährlichkeit oder den Preis eines Angebots“ ist verfehlt und wird vehement abgelehnt. Die Wirtschaft kann nur funktionieren, wenn die Vertragsparteien grundsätzlich von der Rechtsverbindlichkeit ihrer vertraglichen Vereinbarungen ausgehen können. Das Widerrufsrecht wäre eine weitere Aufweichung des für einen funktionierenden Markt zentralen Grundsatzes *pacta sunt servanda*.

Die bestehenden Bestimmungen des OR sind genügend, und für die klassische Dienstleistung im Auftragsrecht besteht bereits heute ein gesetzliches Widerrufsrecht. In Bezug auf letzteres würde sich eine weitere unklare Abgrenzungsfrage stellen. Die Kosten der in Art. 4 Abs. 2 E-KIG vorgeschlagenen unnötigen und damit unsinnigen Regelung würden letztlich den Konsumenten überbürdet.

Artikel 5 E-KIG: Einseitige Bevorzugung mit Steuergeldern

Zur Frage der staatlichen Finanzierung der Konsumentenorganisationen verweisen wir insbesondere auf die grundsätzlichen Ausführungen in unserer Stellungnahme vom 12. Juli 2004 (S. 9 f.). Konsumentenorganisationen sind Interessenorganisationen, welche ihre Tätigkeiten grundsätzlich selbst finanzieren müssen.

Die im Begleitbericht auf Seite 18 zum vorgeschlagenen Instrumentarium der Leistungsvereinbarungen gemachten Ausführungen sind alarmierend:

„Es geht insbesondere darum, eine gesteigerte Zusammenarbeit zwischen den gewichtigsten Konsumentenschutzorganisationen, deren Aktivität von nationaler Bedeutung ist, in Bereichen wie dem Informationsaustausch, der Erarbeitung von gemeinsamen Positionen über Fragen von allgemeinem Interesse und der Zusammenlegung von Ressourcen im Bereich der Kommunikation mit der Öffentlichkeit zu fördern. Überdies wird das Abschliessen von Leistungsvereinbarungen die Position und die Vertretung der Organisationen verstärken.“

Die Unterstützung von Konsumentenorganisationen für die genannten Aktivitäten ist nicht Aufgabe des Staates. Das unverhohlen ausgesprochene **Ziel der Stärkung der Position und der Vertretung der Konsumentenorganisationen durch staatliche Finanzbeiträge ist rechtsstaatlich äusserst bedenklich**. Das wäre nichts anderes als eine unzulässige Bevorzugung einer politischen Interessengruppe mit Steuergeldern. Vor dem Hintergrund solcher Intentionen müssen sämtlichen Versuchen eines Ausbaus von Finanzhilfen über den heutigen Stand hinaus eine klare Abfuhr erteilt werden.

Artikel 9 E-KIG: Überprüfung von Funktionsweise und Notwendigkeit der EKK

Gemäss Reglement der Eidgenössischen Kommission für Konsumentenfragen liegt deren Aufgabe in der Beratung des Bundesrats und der Departemente in allen konsumentenpolitischen Angelegenheiten, die ihr zur Stellungnahme vorgelegt werden. Sie kann auch von sich aus einschlägige Empfehlungen unterbreiten. Zudem kann die Kommission mit den interessierten Wirtschaftskreisen gemeinsame Lösungen von Konsumentenfragen fördern. Bereits in unserer letztjährigen Stellungnahme haben wir bemängelt, dass die EKK in ihrer heutigen Form und Zusammensetzung diese Aufgaben nicht erfüllt. Zur Förderung von gemeinsamen Lösungen mit interessierten Wirtschaftskreisen müssen diese auch in der EKK genügend vertreten sein. Dies ist zumindest seit der letzten Reduktion nicht der Fall. Zudem verringern sich mit der zunehmenden Ablösung von Selbstregulierung und Soft-Law-Ansätzen durch staatliche Vorschriften auch die Möglichkeiten gemeinsamer Lösungen.

Die Zusammensetzung und die Aktivitäten der EKK werden der zentralen Aufgabe der Beratung der Exekutive nicht gerecht. Für die sachgerechte Auswertung und Gewichtung einer Beratung müssten die Beratenen, d.h. der Bundesrat oder die Departemente, wissen, wie der erhaltene Ratschlag zustande gekommen ist und wer genau dahinter steht. Da keine Minderheitsstimmen kommuniziert werden, ist dies nicht möglich. Damit verliert die Beratung ihren Wert.

Die EKK ist eher ein ausserparlamentarisches Gremium für politische Interessenträger als ein beratendes Organ von Experten. Sie versteht sich als Sprachrohr einer Interessengruppe und vermischt ihr Selbstverständnis mit den Aufgaben von Konsumentenorganisationen. Das Funktionieren, die Zusammensetzung sowie die Notwendigkeit der EKK müssen deshalb überprüft und anschliessend konsequent die notwendigen Schritte unternommen werden, wobei auch die Option der Abschaffung der EKK nicht ausgeschlossen werden darf. Wegen der enormen Vielfältigkeit der Fachbereiche, in denen konsumentenspezifische Fragen auftauchen, wäre es allenfalls sinnvoller, wenn für die Beratung der Exekutive jeweils einzelgeschäftsbegle-

ne ad hoc Expertengruppen gebildet würden.

Artikel 9a E-KIG: Neue Fachstelle für Konsumenteninformation und -schutz

Gemäss Art. 9a Abs. 1 E-KIG soll der Bund eine „Fachstelle“ einsetzen, „die im allgemeinen Interesse die Information und den Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten fördert.“

Aufgaben mit Bezug auf den „**Schutz**“ der Konsumenten sind nicht vom KIG abgedeckt. Die in Art. 9a Abs. 1 E-KIG verwendete Aufgabenbeschreibung ist wohl bereits ein Vorgeschmack auf das Endergebnis der nun in zwei Etappen geplanten Umsetzung des in der letztjährigen Vernehmlassung gescheiterten KISG.

Mit der Aufgabe der „**Förderung**“ von Information (und Schutz) sollen offenbar nicht nur über neue gesetzliche Pflichten, sondern auch über neue Verwaltungsaufgaben ständige Quellen für eine anhaltende konsumentenpolitische Regulierung institutionalisiert werden. Aus grundsätzlichen, politischen und auch aus finanziellen Gründen lehnen wir diese Entwicklung entschieden ab. Trotz der umfangreichen Ausführungen im Begleitbericht wird nicht klar, weshalb das heutige Büro für Konsumentenfragen durch eine Fachstelle ersetzt werden soll. Letztlich droht eine Aufblähung des Verwaltungsapparats.

Art. 11 E-KIG: Verzehnfachung der Bussen für Fahrlässigkeitsdelikte

Gegen eine Bussenerhöhung wegen notwendiger Anpassungen und aus Gründen der Erhöhung des Präventionseffekts lässt sich prinzipiell nichts einwenden. Das Ausmass der Erhöhung der Bussen für Fahrlässigkeitsdelikte von heute CHF 2,000 auf CHF 20,000 ist aber doch erstaunlich gross. Die Frage nach dem Grund dieser Verzehnfachung der Strafandrohung wird im Begleitbericht nicht schlüssig beantwortet, insbesondere ist nicht klar, was mit dem „Blick auf heutige Gegebenheiten“ gemeint ist.

Änderungen im OR: Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Dass unter dem Titel „Konsumenteninformation“ neue Gesetzesvorschriften über AGB im OR eingeführt werden, welche zum Teil auch unter Geschäftsleuten Geltung haben sollen, geht weit über das Thema der Revision hinaus. Diese Thematik betrifft die Unternehmen in ihrem Geschäftsverkehr untereinander sehr stark. Somit hätten auch weitere Wirtschaftsverbände wie z.B. die swissmem oder der Versicherungsverband als Adressaten der Vernehmlassung angeschrieben werden müssen. Dass letzteres nicht geschah, ist nicht zuletzt deshalb erstaunlich, weil auf Seite 21 des Begleitberichts ausgeführt wird: „Schliesslich hat eine zentrale Regelung der AGB im OR den Vorteil, dass es sich erübrigt, in diversen Spezialgesetzen (wie etwa im Versicherungsgesetz) Sonderregelungen einzufügen.“ In Bezug auf letzteres besteht übrigens gar kein Handlungsbedarf, zumal die herrschende und klare Auslegungsre-

gel zu Art. 33 VVG sich in der Praxis schon seit sehr langer Zeit gerade im Sinne des Schutzes der Versicherungsnehmer bestens bewährt. Schliesslich würde ein solches Gesetzgebungsprojekt zur Regelung von zwischen Unternehmen anwendbaren AGB eher in den Zuständigkeitsbereich des EJPD als in denjenigen des EVD fallen.

Von der Sache her wäre grundsätzlich nichts gegen die Kodifizierung von gefestigter Praxis und Lehre einzuwenden. Ob der vorgeschlagene Wortlaut zur Erhöhung der Rechtssicherheit beiträgt, ist aber zweifelhaft. Schwammige Begriffe wie „klar und deutlich“ erhöhen die Klarheit und Eindeutigkeit nicht. Zudem bleiben wesentliche Fragen offen wie z.B. die umstrittene Problematik der „battle of the forms“. In Art. 10a E-OR ist unklar, was mit dem Hinweis auf Vertragsbedingungen, die eine Urkundsperson einbringt, gemeint ist. Der Allgemeine Teil des OR ist denn auch nicht der richtige Platz für Bestimmungen über das Urkundsrecht.

Art. 20a E-OR würde zu einer problematischen Überschneidung mit dem UWG führen. Die Tatbestände des unlauteren Handelns setzen prinzipiell eine Irreführung und damit eine subjektive Absicht voraus, was auch in Art. 8 UWG konkretisiert wird. Art. 20a E-OR sieht hingegen eine objektive Inhaltskontrolle der AGB vor. Damit ist eine Häufung von Auseinandersetzungen vorprogrammiert. Die Rechtsunsicherheit wird erhöht durch unklare Ausdrücke wie „sinngemäss anwendbare gesetzliche Ordnung“ oder „erheblich“. So kann z.B. ein Haftungsausschluss erheblich, durch einen tiefen Preis aber durchaus gerechtfertigt sein. Mit der vorgeschlagenen Regelung besteht das Risiko einer Einschränkung der Vertragsfreiheit in einem unbestimmbaren, jedenfalls aber tief greifenden Ausmass.

Änderungen im UWG

Mit der in Art. 3 lit. i E-UWG vorgesehenen Qualifizierung der Verletzung der in Art. 2 f. E-KIG unklar formulierten Informationspflichten als unlauteres Handeln soll auf das Erfordernis des UWG-typischen, gezielt täuschenden bzw. irreführenden Verhaltens verzichtet werden. Damit würde bereits die Tatsache einer unvollständigen oder unachtsamen Information allein als unlauteres Handeln gelten. Ein derartiger Systemwechsel wäre unvertretbar. Unverständlich ist, wie vor diesem nicht nur eindeutig neuen, sondern auch untypischen Lauterkeitstatbestand auf Seite 27 des Begleitberichts geschrieben werden kann: „Bei der UWG-Änderung geht es nicht um die Schaffung neuer Unlauterkeitstatbestände“.

In Bezug auf den die Amtshilfe betreffenden Teil der zur Revision vorgeschlagenen UWG-Bestimmungen verweisen wir auf die detaillierten Ausführungen in der Stellungnahme der Schweizerischen Bankiervereinigung, welche Ihnen direkt zugestellt wurde.

Wir danken Ihnen, sehr geehrter Herr Bundesrat, für die Berücksichtigung unserer Anliegen und verbleiben

mit freundlichen Grüßen
economiesuisse

Thomas Pletscher
Mitglied der Geschäftsleitung

Urs Furrer
Issue Manager

Beilagen:

Kopien der Stellungnahmen der

- Aargauischen Industrie- und Handelskammer
- Solothurner Handelskammer
- Industrie- und Handelskammer St. Gallen-Appenzell
- Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie
- Zürcher Handelskammer sowie der
- swissmem

Cc: Eidg. Büro für Konsumentenfragen, Bern