

Unverzichtbare positive Informationspflichten

*Von Alexander Brunner**

1981 haben Volk und Stände in einer denkwürdigen Volksabstimmung eine wichtige Norm der Wirtschaftsverfassung angenommen (heute Artikel 97 BV), womit die Rechte der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten als Marktteilnehmer besser gewahrt werden sollten. Gestützt auf diese Verfassungsnorm, wurde neun Jahre später das Konsumenteninformationsgesetz (KIG) erlassen, womit Marktinformation und -transparenz im Verhältnis zwischen gewerbmässigen Anbietern (Unternehmen) und privaten Abnehmern von Waren und Dienstleistungen (Privathaushalte bzw. Konsumenten) abgesichert werden sollten. Der Gesetzgeber wählte dabei im KIG die umstrittene Methode des sogenannten «soft law», was bedeutet, dass die notwendigen Informations-Standards am Markt nicht durch Gesetz, sondern durch Deklarations-Vereinbarungen zwischen Anbieter- und Konsumentenorganisationen gewährleistet werden.

Intensive Auseinandersetzung

Das KIG als Kerngesetz nach der Verfassungsabstimmung von 1981 blieb damit toter Buchstabe, sind doch seit 1990 nur zwei solche Deklarations-Vereinbarungen bekannt geworden, eine davon jene über den Benzinverbrauch zwischen dem TCS und den Auto-Importeuren. Dieser auch verfassungsrechtlich unbefriedigende Zustand führte 2003 zu einer Empfehlung der Eidgenössischen Kommission für Konsumentenfragen an den Bundesrat, eine Totalrevision dieses Kerngesetzes auszuarbeiten. Der Bundesrat hat in der Folge den eingeholten Expertenentwurf in zwei Teile aufgeteilt, jenen über die Informationsrechte der Konsumenten und jenen über die Sicherheit von Waren und Dienstleistungen (Produktsicherheit); vorliegend geht es nur um die Konsumenteninformation. Die entsprechende Vernehmlassungsvorlage ist das Ergebnis einer intensiven Auseinandersetzung aller massgeblichen Experten der Bundesverwaltung im Rahmen einer interdepartementalen Arbeitsgruppe.

Der Revisionsentwurf geht von folgenden entscheidenden Grundlagen aus: Die Totalrevision des Kartellrechts (KG 2004) wird den Wettbewerb beleben, der Produzenten- und Konsumenten-Renten gleichermassen steigern und damit die Gesamtwirtschaft fördern soll. Die angestrebten Konsumenten-Renten werden jedoch durch erhöhte Transaktionskosten (Produktvergleiche am Markt) zunichte gemacht, wenn die Markttransparenz mangelhaft ist. Die positiven Effekte des Wettbewerbsrechts fallen damit ins Leere. KG und KIG ergänzen sich notwendigerweise.

Die EU hat diese Zusammenhänge für den Binnenmarkt im Verhältnis zwischen Anbietern und Konsumenten erkannt. Artikel 7 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken verbietet das Unterlassen von Informationen, die für den Marktentscheid im Nachfragemarkt erforderlich sind. Diese positive Informa-

tionspflicht erhöht die Markttransparenz und senkt damit übermässige Transaktionskosten. Das tatsächlich bessere Produkt hat eine tatsächlich bessere Chance, nachgefragt zu werden.

Das Schweizer Gegenstück, d. h. Artikel 1 und 2 der Vorlage zur Teilrevision des KIG, ist gemäss guter Landestradiation bescheidener: «Dieses Gesetz bezweckt, die Information der Konsumenten zu fördern durch Minimalvorschriften über die Waren- und Dienstleistungsdeklaration.» Anbieter sollen gegenüber Konsumenten «wahrheitsgetreu und in leicht verständlicher Weise informieren über: die Identität; die wesentlichen

(Fortsetzung nächste Seite)

* Der Autor ist Vizepräsident der Eidgenössischen Kommission für Konsumentenfragen und Oberrichter am Handelsgericht Zürich. Er vertritt hier seine persönliche Meinung.

Eigenschaften, die Menge, den Verwendungszweck und die Gefährlichkeit einer Ware; die ... Nutzungsbedingungen sowie die Gefährlichkeit einer Dienstleistung; den auf eine Grundmenge oder eine Dienstleistungseinheit bezogenen und den tatsächlich zu bezahlenden Preis; den wesentlichen Inhalt der allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Bestandteil des Vertrags werden sollen». – Diese positiven Informationspflichten im Verhältnis zwischen Anbietern und Konsumenten sind im Hinblick auf die geltende Wirtschaftsverfassung und einen funktionierenden Markt unverzichtbar. Bundesrat und Parlament stehen in der Pflicht. Sie sind eingeladen, das Gesamtinteresse im Auge zu behalten. Es ist daran zu erinnern, dass die Gesamtheit der Privathaushalte rund 60 Prozent der Inlandnachfrage ausmacht.

Raum für Debatten

Meinungsverschiedenheiten sind andererseits legitim bei der Frage nach den Sanktionen bei Unterlassung minimaler Informationen. Soll es ein Widerrufsrecht geben? Ist das Klagerecht von

Konsumenten und Mitbewerbern im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu verbessern? Sollen die Strafsanktionen verschärft werden? Hier ist Raum für die Debatte des Parlaments.

Seit über dreissig Jahren beschäftigt sich der Gesetzgeber schliesslich mit stets neuen Vorstössen zu einer massvollen Regelung des Rechts der allgemeinen Geschäftsbedingungen. Für Konsumenten des europäischen Binnenmarkts gilt heute die Richtlinie von 1993 über missbräuchliche Klauseln. Daran müssen sich auch Schweizer Anbieter halten, wenn sie in der EU auftreten. Auch hier tritt die Teilrevision zum KIG gemäss guter Landestradiation bescheiden auf; sie will lediglich die bisherige Rechtsprechung des Bundesgerichts in das schweizerische Obligationenrecht aufnehmen. Dieser Schritt ist überfällig. Der Bürger soll nicht erst nach langem Studium der Rechtsprechung wissen, was Gesetz ist. Das soll wenn möglich im Gesetz stehen. Auch hier ist Raum für eine Debatte des Parlaments. Die Öffentlichkeit ist gespannt darauf.

Publikation in:

Welche Konsumenteninformation ist nötig?