



Kolumne von Mag. Nevena M. Shotekova-Zöchling

Rechtsanwältin – spezialisiert auf Unternehmensrecht,
Vertragsrecht und Gesellschaftsrecht

E-Mail: shotekova@advokat-wien.at | www.robathin.at

Rücktrittsrecht beim Verkauf auf einer Messe

Obwohl derzeit aufgrund der weitreichenden Einschränkungen zur Eindämmung der Covid19-Pandemie keine Messen stattfinden, wird folgende Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes bestimmt von Interesse für die Aussteller sein: Bereits im Jahr 2017 hat der EuGH in seiner Entscheidung C-485/17 festgestellt, dass die Richtlinie 2011/83/EU über die Rechte der Verbraucher dahingehend auszulegen ist, dass ein Messestand eines Unternehmers unter den Begriff »Geschäftsräume« fällt.

Obwohl der ausstellende Unternehmer seine gewerbliche Tätigkeit nur an wenigen Tagen im Jahr auf einer Messe ausübt und meistens nur zu reinen Werbezwecken, wird der Messestand trotzdem als Geschäftsraum angesehen, wenn ein normal informierter, durchschnittlich aufmerksamer und verständiger Verbraucher vernünftigerweise damit rechnen konnte, dass der betreffende Unternehmer ihn deswegen anspricht bzw. Informationen zu Werbezwecken unterbreitet, um einen Vertrag zu schließen.

Hintergrund dieser Regelung ist, dass dem Verbraucher bei Verträgen, die außerhalb eines Geschäftsraumes abgeschlossen werden, ein 14-tägiges Widerrufsrecht zusteht. Außerhalb von Geschäftsräumen steht der Verbraucher möglicherweise psychisch unter Druck oder ist einem Überraschungsmoment ausgesetzt, wobei es keine Rolle spielt, ob der Verbraucher den Besuch bzw. die Akquise des Unternehmers herbeigeführt hat oder nicht.

Als Geschäftsräume sollten insbesondere alle Arten von Räumlichkeiten (wie Geschäfte, Stände oder Lastwagen) gelten, an denen der Unternehmer sein Gewerbe gewöhnlich ausübt. Verkaufsstätten, in denen der Unternehmer seine Tätigkeit saisonal ausübt, beispielsweise während der Urlaubssaison an einem Skiort oder Badeort, sollten als Geschäftsräume angesehen werden, wenn der Unternehmer seine Tätigkeit in diesen Geschäftsräumen für gewöhnlich ausübt.

Der Öffentlichkeit zugängliche Orte wie Straßen, Einkaufszentren, Strände, Sportanlagen und öffentliche Verkehrsmittel, die der Unternehmer ausnahmsweise für seine Geschäftstätigkeiten nutzt, sowie Privatwohnungen oder Arbeitsplätze sollten hingegen nicht als Geschäftsräume gelten, sodass der Verbraucher an letztgenannte Orten sein Rücktrittsrecht bekommt.

In seiner weiteren Entscheidung C-465/19 geht der EuGH nun noch weiter und stellt fest, dass die genannte Richtlinie 2011/83/EU dahin auszulegen ist, dass es sich bei einem Vertrag, der an einem Messestand abgeschlossen wird, unmittelbar nachdem der Verbraucher am Gang zwischen den Messeständen vom besagten Unternehmer angesprochen wurde, um einen „außerhalb von Geschäftsräumen abgeschlossenen Vertrag“ handelt. Diesfalls steht dem Verbraucher wiederum ein 14-tägiges Rücktrittsrecht zu.

Damit wird aber eine gewisse rechtliche Unsicherheit ins Leben gerufen, zumal der Unternehmer, der an einer Messe teilnimmt, selbstverständlich Kunden anspricht, die Interesse an seinen Produkten oder Dienstleistungen zeigen. Steht nun dem Kunden in jedem Fall ein 14-tägiges Rücktrittsrecht zu oder nur dann, wenn er am Gang angesprochen wird oder wo genau ist die Grenze? Denn der Messestand gilt ja grundsätzlich als Geschäftsraum, was das 14-tägige Rücktrittsrecht entsprechend ausschließt.

Daher wird empfohlen, zu unterscheiden, ob man Mitarbeiter ausschickt, die in den Gängen entsprechend Werbung machen und Kunden ansprechen: bei einem darauffolgenden Vertragsabschluss am Messestand steht dem Kunden das Rücktrittsrecht zu. Wenn jedoch Kunden von selbst aktiv auf den Messestand zugehen und dort einen Vertrag abschließen, würde dieses Verhalten das Rücktrittsrecht entsprechend ausschließen.