

FEDERALE OVERHEIDSDIENST BINNENLANDSE ZAKEN

[C - 2014/00780]

21 DECEMBER 2013. — Wet houdende invoeging van Boek VI "Marktpraktijken en consumentenbescherming" in het Wetboek van economisch recht en houdende invoeging van de definities eigen aan Boek VI, en van de rechtshandhavingsbepalingen eigen aan Boek VI, in de Boeken I en XV van het Wetboek van economisch recht. — Duitse vertaling

De hierna volgende tekst is de Duitse vertaling van de wet van 21 december 2013 houdende invoeging van Boek VI "Marktpraktijken en consumentenbescherming" in het Wetboek van economisch recht en houdende invoeging van de definities eigen aan Boek VI, en van de rechtshandhavingsbepalingen eigen aan Boek VI, in de Boeken I en XV van het Wetboek van economisch recht (*Belgisch Staatsblad* van 30 december 2013, *err.* van 20 januari 2014, 18 maart 2014 en 24 maart 2014).

Deze vertaling is opgemaakt door de Centrale dienst voor Duitse vertaling in Malmédy.

SERVICE PUBLIC FEDERAL INTERIEUR

[C - 2014/00780]

21 DECEMBRE 2013. — Loi portant insertion du Livre VI "Pratiques du marché et protection du consommateur" dans le Code de droit économique et portant insertion des définitions propres au Livre VI, et des dispositions d'application au Livre VI, dans les Livres I^{er} et XV du Code de droit économique. — Traduction allemande

Le texte qui suit constitue la traduction en langue allemande de la loi du 21 décembre 2013 portant insertion du Livre VI "Pratiques du marché et protection du consommateur" dans le Code de droit économique et portant insertion des définitions propres au Livre VI, et des dispositions d'application au Livre VI, dans les Livres I^{er} et XV du Code de droit économique (*Moniteur belge* du 30 décembre 2013, *err.* des 20 janvier 2014, 18 mars 2014 et 24 mars 2014).

Cette traduction a été établie par le Service central de traduction allemande à Malmédy.

FÖDERALER ÖFFENTLICHER DIENST INNERES

[C - 2014/00780]

21. DEZEMBER 2013 — Gesetz zur Einfügung von Buch VI "Marktpraktiken und Verbraucherschutz" in das Wirtschaftsgesetzbuch und zur Einfügung der Buch VI eigenen Begriffsbestimmungen und der Buch VI eigenen Rechtsdurchsetzungsbestimmungen in die Bücher I und XV des Wirtschaftsgesetzbuches — Deutsche Übersetzung

Der folgende Text ist die deutsche Übersetzung des Gesetzes vom 21. Dezember 2013 zur Einfügung von Buch VI "Marktpraktiken und Verbraucherschutz" in das Wirtschaftsgesetzbuch und zur Einfügung der Buch VI eigenen Begriffsbestimmungen und der Buch VI eigenen Rechtsdurchsetzungsbestimmungen in die Bücher I und XV des Wirtschaftsgesetzbuches.

Diese Übersetzung ist von der Zentralen Dienststelle für Deutsche Übersetzungen in Malmédy erstellt worden.

FÖDERALER ÖFFENTLICHER DIENST WIRTSCHAFT, KMB, MITTELSTAND UND ENERGIE

21. DEZEMBER 2013 — Gesetz zur Einfügung von Buch VI "Marktpraktiken und Verbraucherschutz" in das Wirtschaftsgesetzbuch und zur Einfügung der Buch VI eigenen Begriffsbestimmungen und der Buch VI eigenen Rechtsdurchsetzungsbestimmungen in die Bücher I und XV des Wirtschaftsgesetzbuches

PHILIPPE, König der Belgier,

Allen Gegenwärtigen und Zukünftigen, Unser Gruß!

Die Kammern haben das Folgende angenommen und Wir sanktionieren es:

KAPITEL 1 - *Allgemeine Bestimmung*

Artikel 1 - Vorliegendes Gesetz regelt eine in Artikel 78 der Verfassung erwähnte Angelegenheit.

KAPITEL 2 - *Wirtschaftsgesetzbuch*

Art. 2 - In Buch I Titel 2 des Wirtschaftsgesetzbuches wird ein Kapitel 4 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

"KAPITEL 4 - *Begriffsbestimmungen Buch VI*

Art. I.8 - Für die Anwendung von Buch VI gelten folgende Begriffsbestimmungen:

1. **homogene Dienstleistungen:** Dienstleistungen, deren Merkmale und Modalitäten identisch oder ähnlich sind, unabhängig unter anderem von Zeitpunkt und Ort der Ausführung, vom Erbringer der Dienstleistung oder von der Person, für die sie erbracht werden,

2. **Etikettierung:** Angaben, Kennzeichnungen, Gebrauchsanweisungen, Marken, Abbildungen oder Zeichen, die sich auf eine Ware oder eine homogene Dienstleistung beziehen und auf der Ware selbst oder auf jeglicher Art von Verpackung, Schriftstück, Tafel, Etikett, Ring oder Verschluss angebracht sind und diese Ware oder diese Dienstleistung begleiten oder sich auf diese Ware oder diese Dienstleistung beziehen,

3. **Inverkehrbringen:** Einfuhr im Hinblick auf den Verkauf, Besitz im Hinblick auf den Verkauf, Anbieten zum Kauf, Verkauf, Anbieten von Waren zum Verleih und von Dienstleistungen, Verleih von Waren und Erbringen von Dienstleistungen, entgeltliche oder unentgeltliche Abtretung, wenn diese Geschäfte von einem Unternehmen vorgenommen werden,

4. **eingetragener Namen:**

a) für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel:

geschützte Ursprungsbezeichnung, geographische Angabe oder jede andere gleichwertige Bezeichnung, die in Bezug auf Agrarerzeugnisse und Lebensmittel in Anwendung der Bestimmungen der Europäischen Union, die ihren Schutz regeln, geltend gemacht werden können,

b) für andere Produkte:

- geschützte Ursprungsbezeichnung, die in Bezug auf Produkte geltend gemacht werden kann, deren Ursprung in einer bestimmten Gegend oder einem bestimmten Ort liegt und die ihre Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich den geographischen Verhältnissen einschließlich der natürlichen und menschlichen Einflüsse verdanken und die in dem abgegrenzten geographischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt wurden, wenn diese Ursprungsbezeichnung gemäß den anwendbaren regionalen Vorschriften anerkannt worden ist,

- geschützte geographische Angabe, die in Bezug auf Produkte geltend gemacht werden kann, deren Ursprung in einer bestimmten Gegend oder einem bestimmten Ort liegt und bei denen sich eine bestimmte Qualität, das Ansehen oder eine andere Eigenschaft auf diesen geographischen Ursprung zurückzuführen ist und die in dem abgegrenzten geographischen Gebiet erzeugt und/oder verarbeitet und/oder hergestellt wurden, wenn diese geographische Angabe gemäß den anwendbaren regionalen Vorschriften anerkannt worden ist,

5. lose verkaufte Waren: Waren, die nicht vorher verpackt und vom Verbraucher selbst oder in seiner Anwesenheit abgemessen oder abgewogen werden,

6. pro Stück verkaufte Waren: Waren, die nicht geteilt werden können, ohne dass dadurch ihre Beschaffenheit oder ihre Eigenschaften verändert werden,

7. aufbereitete Waren: Waren, die geteilt, abgewogen, abgezählt beziehungsweise abgemessen werden - auch während der Herstellung - und danach eventuell verpackt werden mit dem Ziel, diese Arbeitsgänge im Augenblick des Anbieten zum Kauf überflüssig zu machen,

8. fertigverpackte Waren: aufbereitete Waren, die verpackt werden, bevor sie zum Kauf angeboten werden, unabhängig von der Art der Verpackung, die die Waren gänzlich oder teilweise bedeckt, jedoch auf solche Weise, dass der Inhalt nicht verändert werden kann ohne vorherige Öffnung oder Veränderung der Verpackung.

Darunter fallen:

a) in vorher festgelegten Mengen fertigverpackte Waren: Waren, die so fertigverpackt werden, dass die in der Verpackung enthaltene Menge einem vorher bestimmten Wert entspricht,

b) in variablen Mengen fertigverpackte Waren: Waren, die so fertigverpackt werden, dass die in der Verpackung enthaltene Menge keinem vorher bestimmten Wert entspricht,

9. Maßeinheit: in Buch VIII erwähnte Einheit,

10. Abfüllbetrieb: Person, die Waren im Hinblick auf das Anbieten zum Kauf tatsächlich fertigverpackt,

11. Aufbereiter: Person, die Waren im Hinblick auf das Anbieten zum Kauf aufbereitet,

12. Nennfüllmenge: auf einer Fertigpackung angegebenes Gewicht oder Volumen, das der Nettomenge entspricht, die diese Fertigpackung enthalten soll,

13. Werbung: Mitteilungen mit dem direkten oder indirekten Ziel, den Verkauf von Produkten zu fördern, ungeachtet des Ortes oder der verwendeten Kommunikationsmittel,

14. vergleichende Werbung: Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder Waren oder Dienstleistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht,

15. Fernabsatzvertrag: Vertrag, der zwischen dem Unternehmen und dem Verbraucher ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmens und des Verbrauchers im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- beziehungsweise Dienstleistungssystems geschlossen wird, wobei bis einschließlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses ausschließlich ein oder mehrere Fernkommunikationsmittel verwendet wird/werden,

16. Fernkommunikationsmittel: Kommunikationsmittel, das ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit des Unternehmens und des Verbrauchers für den Abschluss eines Vertrags zwischen diesen Parteien eingesetzt werden kann,

17. Betreiber eines Kommunikationsmittels: natürliche oder juristische Person des öffentlichen oder privaten Rechts, deren gewerbliche oder berufliche Tätigkeit darin besteht, Unternehmen ein oder mehrere Fernkommunikationsmittel zur Verfügung zu stellen,

18. Finanzdienstleistung: Bankdienstleistung und Dienstleistung im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung,

19. dauerhafter Datenträger: Medium, das es dem Verbraucher oder dem Unternehmen gestattet, an sie persönlich gerichtete Informationen derart zu speichern, dass sie sie in der Folge für eine für die Zwecke der Informationen angemessene Dauer einsehen können, und das die unveränderte Wiedergabe der gespeicherten Informationen ermöglicht,

20. Anbieter: Unternehmen, das Dienstleistungen aufgrund von Fernabsatzverträgen erbringt,

21. Kopplungsgeschäft: Angebot, bei dem der entgeltliche oder kostenlose Erwerb von Waren oder Dienstleistungen an den Erwerb anderer Waren oder Dienstleistungen gebunden ist,

22. missbräuchliche Klausel: Klausel beziehungsweise Bedingung in einem Vertrag zwischen einem Unternehmen und einem Verbraucher, die als solche oder zusammen mit einer oder mehreren anderen Klauseln oder Bedingungen ein offensichtliches Ungleichgewicht zwischen den Rechten und Verpflichtungen der Parteien zum Nachteil des Verbrauchers bewirkt,

23. Geschäftspraktiken: Handlung, Unterlassung, Verhaltensweise oder Erklärung, kommerzielle Mitteilung einschließlich Werbung und Marketing eines Unternehmens im Zusammenhang mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts,

24. wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers: Anwendung einer Geschäftspraxis, um die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und damit den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte,

25. berufliche Sorgfalt: Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt, bei denen billigerweise davon ausgegangen werden kann, dass das Unternehmen sie gegenüber dem Verbraucher gemäß den anständigen Handelsgewohnheiten in seinem Tätigkeitsbereich anwendet,

26. Aufforderung zum Kauf: kommerzielle Kommunikation, die die Merkmale des Produkts und den Preis in einer Weise angibt, die den Mitteln der verwendeten kommerziellen Kommunikation angemessen ist und den Verbraucher dadurch in die Lage versetzt, einen Kauf zu tätigen,

27. unzulässige Beeinflussung: Ausnutzung einer Machtposition gegenüber dem Verbraucher zur Ausübung von Druck, auch ohne die Anwendung oder Androhung von körperlicher Gewalt, in einer Weise, die die Fähigkeit des Verbrauchers zu einer informierten Entscheidung wesentlich einschränkt,

28. geschäftliche Entscheidung: Entscheidung eines Verbrauchers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er einen Kauf tätigen, eine Zahlung insgesamt oder teilweise leisten, ein Produkt behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit dem Produkt ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher beschließt, tätig zu werden oder ein Tätigwerden zu unterlassen,

29. kollektivem Verbraucherabkommen: innerhalb des Verbraucherrates zwischen den Verbraucherorganisationen und den Berufsorganisationen geschlossenes Abkommen, das die Beziehungen zwischen Unternehmen und Verbrauchern regelt, was Waren oder Dienstleistungen oder Kategorien von Waren oder Dienstleistungen betrifft,

30. nach Verbraucherspezifikation angefertigte Waren: Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Entscheidung durch den Verbraucher maßgeblich ist,

31. außerhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag: Vertrag zwischen dem Unternehmen und dem Verbraucher:

a) der bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmens und des Verbrauchers an einem Ort geschlossen wird, der kein Geschäftsraum des Unternehmens ist, oder

b) für den der Verbraucher unter den unter Buchstabe a) genannten Umständen ein Angebot gemacht hat oder

c) der in den Geschäftsräumen des Unternehmens oder durch Fernkommunikationsmittel geschlossen wird, unmittelbar nachdem der Verbraucher an einem anderen Ort als den Geschäftsräumen des Unternehmens bei gleichzeitiger körperlicher Anwesenheit des Unternehmens und des Verbrauchers persönlich und individuell angesprochen wurde, oder

d) der auf einem Ausflug geschlossen wird, der von dem Unternehmen in der Absicht oder mit dem Ergebnis organisiert wurde, dass er für den Verkauf von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen beim Verbraucher wirbt,

32. Geschäftsräume:

a) unbewegliche Gewerberäume, in denen das Unternehmen seine Tätigkeit dauerhaft ausübt, oder

b) bewegliche Gewerberäume, in denen das Unternehmen seine Tätigkeit für gewöhnlich ausübt,

33. Kaufvertrag: Vertrag, durch den das Unternehmen das Eigentum an Waren an den Verbraucher überträgt oder deren Übertragung zusagt und der Verbraucher hierfür den Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt, einschließlich von Verträgen, die sowohl Waren als auch Dienstleistungen zum Gegenstand haben,

34. Dienstleistungsvertrag: Vertrag, der kein Kaufvertrag ist und nach dem das Unternehmen eine Dienstleistung für den Verbraucher erbringt oder deren Erbringung zusagt und der Verbraucher hierfür den Preis zahlt oder dessen Zahlung zusagt,

35. digitale Inhalte: Daten, die in digitaler Form hergestellt und bereitgestellt werden,

36. öffentliche Versteigerung: eine Verkaufsmethode, bei der das Unternehmen Verbrauchern, die bei der Versteigerung persönlich anwesend sind oder denen diese Möglichkeit gewährt wird, Waren oder Dienstleistungen anbietet, und zwar in einem von dem mit dem öffentlichen Verkauf beauftragten Amtsträger durchgeführten, auf konkurrierenden Geboten basierenden transparenten Verfahren, bei dem der Bieter, der den Zuschlag erhalten hat, zum Erwerb der Waren oder Dienstleistungen verpflichtet ist,

37. gewerbliche Garantie: dem Verbraucher gegenüber zusätzlich zur gesetzlichen Gewährleistung eingegangene Verpflichtung des Unternehmens oder eines Herstellers, den Ankaufspreis zu erstatten oder die Waren auszutauschen oder nachzubessern oder Dienstleistungen für sie zu erbringen, falls sie nicht diejenigen Eigenschaften aufweisen oder andere als die Mängelfreiheit betreffende Anforderungen nicht erfüllen, die in der Garantierklärung oder der einschlägigen Werbung, wie sie bei oder vor dem Abschluss des Vertrags verfügbar war, beschrieben sind,

38. akzessorischer Vertrag: ein Vertrag, mit dem der Verbraucher Waren oder Dienstleistungen erwirbt, die im Zusammenhang mit einem Vertrag stehen und bei dem diese Waren oder Dienstleistungen von dem Unternehmen oder einem Dritten auf der Grundlage einer Vereinbarung zwischen diesem Dritten und dem Unternehmen geliefert oder erbracht werden.“

Art. 3 - In dasselbe Gesetzbuch wird ein Buch VI mit folgendem Wortlaut eingefügt:

“BUCH VI - MARKTPRAKTIKEN UND VERBRAUCHERSCHUTZ

TITEL 1 - Allgemeine Grundsätze

Art. VI.1 - § 1 - Vorliegendes Buch dient hauptsächlich der Regelung der Marktpraktiken und dem Verbraucherschutz unbeschadet der diesbezüglich in bestimmten Sektoren geltenden Sonderbestimmungen.

Es dient der Umsetzung der:

1. Richtlinie 76/211/EWG des Rates vom 20. Januar 1976 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Abfüllung bestimmter Erzeugnisse nach Gewicht oder Volumen in Fertigpackungen,

2. Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen,

3. Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse,

4. Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation),

5. Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinien 90/619/EWG, 97/7/EG und 98/27/EG des Rates,

6. Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums,

7. Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden (“Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz”),

8. Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (“Verordnung über unlautere Geschäftspraktiken”),

9. Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleierte Werbung (kodifizierte Fassung),

10. Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates.

§ 2 - In den in vorliegendem Buch erwähnten Angelegenheiten kann der König auf Vorschlag der für Wirtschaft, Verbrauch und Finanzen zuständigen Minister für eine oder mehrere Kategorien von Finanzdienstleistungen Sonderbestimmungen erlassen oder von der Anwendung der Bestimmungen des vorliegenden Buches abweichen.

Bevor der Minister einen Erlass zur Ausführung von Absatz 1 vorschlägt, konsultiert er den Verbraucherrat und die Autorität Finanzielle Dienste und Märkte (FSMA), wobei er die für die Abgabe der Stellungnahme angemessene Frist bestimmt. Nach Ablauf dieser Frist ist die Stellungnahme nicht mehr erforderlich.

TITEL 2 - *Information des Marktes*

KAPITEL 1 - *Allgemeine Pflicht zur Information der Verbraucher*

Art. VI.2 - Bevor der Verbraucher durch einen anderen als einen Fernabsatzvertrag, einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder einen in Artikel VI.66 erwähnten Vertrag gebunden ist, informiert das Unternehmen den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes, sofern sich diese Informationen nicht bereits unmittelbar aus den Umständen ergeben:

1. wesentliche Merkmale der Produkte in dem für das Kommunikationsmittel und die Produkte angemessenen Umfang,
2. Identität des Unternehmens, unter anderem seine Unternehmensnummer, seinen Handelsnamen und Anschrift des Ortes, an dem es ansässig ist, sowie seine Telefonnummer,
3. Gesamtpreis der Produkte einschließlich aller Steuern und Abgaben und Kosten aller Dienstleistungen, die der Verbraucher gezwungenermaßen zusätzlich bezahlen muss, oder in Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit des Produkts vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, Art der Preisberechnung und gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder in Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können,
4. gegebenenfalls Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, Termin, bis zu dem sich das Unternehmen verpflichtet, die Produkte zu liefern, und Verfahren des Unternehmens hinsichtlich des Umgangs mit Beschwerden,
5. zusätzlich zu dem Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren gegebenenfalls Bestehen und Bedingungen von Kundendienstleistungen nach dem Verkauf und gewerblichen Garantien,
6. gegebenenfalls Laufzeit des Vertrags oder Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
7. gegebenenfalls Verkaufsbedingungen unter Berücksichtigung des vom Verbraucher zum Ausdruck gebrachten Informationsbedarfs und des vom Verbraucher mitgeteilten oder vernünftigerweise zu erwartenden Gebrauchs,
8. gegebenenfalls Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,
9. gegebenenfalls - soweit wesentlich - Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software und anderen Dienstleistungen, soweit diese dem Unternehmen bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein dürfte.

KAPITEL 2 - *Angabe der Preise*

Art. VI.3 - § 1 - Außer bei öffentlichem Verkauf gibt ein Unternehmen, das Verbrauchern Waren zum Kauf anbietet, den Preis für diese Waren schriftlich und unzweideutig an.

Falls Waren zum Verkauf ausgelegt werden, ist der Preis außerdem lesbar und sichtbar angegeben.

§ 2 - Ein Unternehmen, das Verbrauchern homogene Dienstleistungen anbietet, gibt den Preis für diese homogenen Dienstleistungen schriftlich, lesbar, sichtbar und unzweideutig an.

Art. VI.4 - Der angegebene Preis ist der von Verbrauchern zu zahlende Gesamtpreis einschließlich Mehrwertsteuer, aller sonstigen Abgaben und der Kosten aller Dienstleistungen, die der Verbraucher gezwungenermaßen zusätzlich bezahlen muss.

Art. VI.5 - Preise für Verbraucher werden mindestens in Euro angegeben.

Art. VI.6 - An Verbraucher gerichtete Werbung, in der ein Preis angeführt wird, führt diesen Preis gemäß den Vorschriften der Artikel VI.4 und VI.5 und der Bestimmungen zur Ausführung von Artikel VI.7 Nr. 1 an.

Art. VI.7 - Der König kann für Produkte beziehungsweise Kategorien von Produkten, die Er bestimmt:

1. besondere Modalitäten für die Angabe der Preise vorschreiben,
2. bei Ausstellung zum Verkauf von der Verpflichtung befreien, den Preis sichtbar anzugeben,
3. für Dienstleistungen beziehungsweise Kategorien von Dienstleistungen, die keine homogenen Dienstleistungen sind, festlegen, in welchen Fällen und gemäß welchen Modalitäten Verbrauchern ein Kostenvoranschlag auszustellen ist, sofern sie dies beantragen und das Unternehmen bereit ist, die Dienstleistung zu erbringen.

KAPITEL 3 - *Bezeichnung, Zusammensetzung und Etikettierung von Waren und Dienstleistungen*

Art. VI.8 - Etikettierungsangaben, die durch vorliegendes Buch, seine Ausführungserlasse oder Erlasse zur Ausführung des Gesetzes vom 9. Februar 1960, das den König ermächtigt, die Verwendung der Bezeichnungen, unter denen Waren vermarktet werden, zu regeln, des Gesetzes vom 14. Juli 1971 über die Handelspraktiken und des Gesetzes vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher vorgeschrieben sind, Gebrauchsanweisungen und Garantiescheine müssen zumindest in einer für den Durchschnittsverbraucher verständlichen Sprache abgefasst sein in Anbetracht des Sprachgebiets, in dem die Waren oder Dienstleistungen den Verbrauchern entgeltlich oder unentgeltlich angeboten werden.

Wenn die Etikettierung Pflicht ist, muss sie sichtbar und lesbar sein, in der Form und mit dem Inhalt vorgenommen werden, die durch die anwendbaren Vorschriften festgelegt sind, und sich von Werbung deutlich unterscheiden.

Art. VI.9 - § 1 - Der König kann unbeschadet der ihm im Bereich der Volksgesundheit übertragenen Zuständigkeit zur Gewährleistung der Redlichkeit der Wirtschaftsgeschäfte oder des Schutzes der Verbraucher:

1. für Waren beziehungsweise Kategorien von Waren, die Er bestimmt, die Etikettierung vorschreiben und deren Angaben und sonstige Merkmale festlegen,
2. Zusammensetzungs-, Beschaffenheits-, Präsentations-, Qualitäts- und Sicherheitsbedingungen festlegen, denen Waren entsprechen müssen, um unter einer bestimmten Bezeichnung oder ohne bestimmte Bezeichnung in Verkehr gebracht werden zu dürfen,
3. verbieten, dass Waren unter einer bestimmten Bezeichnung in Verkehr gebracht werden,
4. die Verwendung einer bestimmten Bezeichnung für in Verkehr gebrachte Waren auferlegen,

Bei einem Ausverkauf dürfen jedoch auch Waren zum Kauf angeboten beziehungsweise verkauft werden, die zum Zeitpunkt der in Artikel VI.22 Nr. 1 erwähnten gerichtlichen Entscheidung, des in Artikel VI.22 Nr. 2 erwähnten Todes der Person, die ein Unternehmen betrieben hat, des in Artikel VI.22 Nr. 7 erwähnten Schadensfalls oder der in Artikel VI.22 Nr. 8 erwähnten Beeinträchtigung Gegenstand einer unter Berücksichtigung des Umfangs und des Aufgabedatums als normal anzusehenden Bestellung waren.

Betreibt ein Unternehmen mehrere Verkaufsniederlassungen, so dürfen ohne Erlaubnis des Ministers oder des vom Minister zu diesem Zweck bestimmten Beamten keine Waren von einer Niederlassung zu der Stelle überführt werden, an der der Ausverkauf stattfindet.

Die Erlaubnis muss unter Angabe der Umstände, die den Antrag rechtfertigen, per Einschreiben beantragt werden. Über diesen Antrag wird innerhalb zehn Werktagen befunden. Wenn innerhalb dieser Frist keine mit Gründen versehene Ablehnung erfolgt, gilt die Überführung der Waren als genehmigt.

§ 4 - Außer in dem in Artikel VI.22 Nr. 1 vorgesehenen Fall müssen im Ausverkauf angebotene Waren im Preis herabgesetzt werden im Vergleich zum Referenzpreis, der der tiefste Preis ist, der im Laufe des Monats, der dem ersten Tag des Ausverkaufs vorangeht, vom Unternehmen selbst oder von der verstorbenen Person oder dem übertragenden Unternehmen für die gleichen Waren verlangt worden ist.

Bei Vermerk des Preises, zu dem Waren im Ausverkauf verkauft werden, wird ebenfalls der Referenzpreis vermerkt oder die angegebenen Informationen ermöglichen es dem Durchschnittsverbraucher, diesen Referenzpreis sofort und leicht zu berechnen.

Wendet das Unternehmen auf Waren oder Kategorien von Waren einen einheitlichen Rabattsatz an, so darf es den Referenzpreis allein vermerken. Auf der Ankündigung muss angegeben sein, ob die Preisermäßigung bereits angewandt worden ist.

§ 5 - Die Beweislast für die Einhaltung aller Bedingungen, die in Bezug auf in vorliegendem Abschnitt erwähnte Ausverkäufe festgelegt sind, obliegt der Person, die einen solchen Verkauf vornimmt.

Art. VI.24 - Der König kann besondere Modalitäten für die Notifizierung vor Beginn des Ausverkaufs bestimmen.

Abschnitt 3 - Schlussverkäufe

Art. VI.25 - § 1 - Damit ehrliche Marktpraktiken zwischen Unternehmen gewährleistet werden, sind Kaufangebote und Verkäufe unter der Bezeichnung "Schlussverkauf", "Soldes", "Opruiming" oder "Solden" oder jeder anderen gleichwertigen Bezeichnung nur für Kaufangebote und Verkäufe von Waren zu herabgesetzten Preisen in folgenden Zeiträumen erlaubt:

1. vom 3. Januar bis zum 31. Januar; fällt der 3. Januar auf einen Sonntag, so beginnt der Zeitraum am 2. Januar,
2. vom 1. Juli bis zum 31. Juli; fällt der 1. Juli auf einen Sonntag, so beginnt der Zeitraum am 30. Juni.

§ 2 - Der König kann den in § 1 erwähnten Zeitraum ändern, ohne dass dieser jedoch mehr als einen Monat betragen darf.

§ 3 - Der König kann ergänzende Bestimmungen für Kaufangebote und Verkäufe von Waren unter der in § 1 erwähnten Bezeichnung festlegen.

Art. VI.26 - § 1 - Nur Waren, die ein Unternehmen zu Beginn der in Artikel VI.25 erwähnten Zeiträume in ihrem Besitz hat und zuvor während mindestens dreißig Tagen zum Kauf angeboten hat, dürfen unter den in Artikel VI.25 § 1 erwähnten Bezeichnungen angeboten werden.

§ 2 - Werden Waren unter den in Artikel VI.25 § 1 erwähnten Bezeichnungen zum Kauf angeboten, müssen sie im Vergleich zu ihrem Referenzpreis im Preis herabgesetzt werden.

Dieser Referenzpreis ist:

1. der tiefste Preis, zu dem die Ware im Laufe des Monats, der dem Beginn der in Artikel VI.25 festgelegten Zeiträume vorangeht, zum Kauf angeboten worden ist, sofern die Ware während dieses ganzen Monats in derselben Verkaufsstelle oder im Rahmen derselben Verkaufstechnik zum Kauf angeboten worden ist,
2. in allen anderen Fällen der tiefste Preis, den das Unternehmen zuvor in einer Verkaufsstelle oder im Rahmen einer Verkaufstechnik angewandt hat.

§ 3 - Der ermäßigte Preis wird gemäß den Bestimmungen von Artikel VI.18 vermerkt.

Art. VI.27 - Das Unternehmen darf Werbung für Kaufangebote und Verkäufe unter den in Artikel VI.25 § 1 erwähnten Bezeichnungen vor Beginn der in Artikel VI.25 erwähnten Zeiträume machen, vorausgesetzt, in dieser Werbung wird ihr Anfangsdatum angegeben.

Art. VI.28 - Die Beweislast für die Einhaltung der Bedingungen, die in Bezug auf Kaufangebote und Verkäufe unter den in Artikel VI.25 § 1 erwähnten Bezeichnungen festgelegt sind, obliegt dem Unternehmen, das solche Angebote und Verkäufe vornimmt.

Art. VI.29 - § 1 - Für die Bekleidungs-, Lederwaren- und Schuhbranche ist es verboten, Preisermäßigungen anzukündigen, die in der Wartezeit wirksam werden.

Das in Absatz 1 erwähnte Verbot beinhaltet ebenfalls das Verbot, Berechtigungsscheine zu verteilen, die während der Wartezeit Anrecht auf eine Preisermäßigung geben.

§ 2 - Die Wartezeit ist der Zeitraum von einem Monat, der dem Beginn der in Artikel VI.25 erwähnten Zeiträume vorangeht.

§ 3 - Der König kann Waren oder Kategorien von Waren bestimmen, auf die das in § 1 erwähnte Verbot keine Anwendung findet.

§ 4 - Das in § 1 erwähnte Verbot gilt nicht für Kaufangebote und Verkäufe anlässlich Handelsveranstaltungen, die während der Wartezeit durchgeführt werden, vorausgesetzt, diese Veranstaltungen werden von örtlichen Unternehmensvereinigungen oder mit ihrer Beteiligung organisiert und dauern höchstens vier Tage pro Wartezeit.

Der König kann zusätzliche Bedingungen festlegen, unter denen diese Veranstaltungen stattfinden dürfen.

§ 5 - Die in § 1 erwähnte Wartezeit gilt nicht für die gemäß den Artikeln VI.22 bis VI.24 vorgenommenen Ausverkäufe.

Art. VI.30 - Bevor der Minister einen Erlass zur Ausführung der Artikel VI.25 und VI.29 vorschlägt, konsultiert er den Verbraucherrat und den Hohen Rat für Selbständige und KMB. Er bestimmt die für die Abgabe der Stellungnahme angemessene Frist. Nach Ablauf dieser Frist ist die Stellungnahme nicht mehr erforderlich.

Art. VI.60 - § 1 - Anbieter sind Verbrauchern gegenüber für die Einhaltung der Verpflichtungen aus den Artikeln VI.55 bis VI.57 verantwortlich.

§ 2 - Bei Nichteinhaltung der Verpflichtungen aus den Artikeln VI.55 § 1 Nr. 2 und 3, VI.56 und VI.57 können Verbraucher den Vertrag innerhalb einer angemessenen Frist ab dem Zeitpunkt, zu dem ihnen bekannt war oder hätte sein müssen, dass diese Verpflichtungen nicht eingehalten werden, durch ein mit Gründen versehenes Einschreiben kündigen, ohne dass ihnen daraus Kosten entstehen oder sie eine Vertragsstrafe zahlen müssen.

Art. VI.61 - Die Zusendung von Waren und Berechtigungsscheinen für Dienstleistungen erfolgt immer auf Gefahr der Person, die einen Vertrag mit dem Verbraucher geschlossen hat.

Abschnitt 3 - Gemeinsame Bestimmungen für das vorliegende Kapitel

Art. VI.62 - Die Beweislast für die Erfüllung der Verpflichtungen des Unternehmens zur Unterrichtung des Verbrauchers, für die Einhaltung der Fristen und für die Zustimmung des Verbrauchers zum Vertragsabschluss und gegebenenfalls zur Durchführung des Vertrags innerhalb der Widerrufsfrist liegt beim Unternehmen.

Art. VI.63 - Klauseln und Bedingungen beziehungsweise Kombinationen von Klauseln und Bedingungen, mit denen bezweckt wird, die Beweislast für die Erfüllung aller oder eines Teils der in vorliegendem Abschnitt erwähnten Verpflichtungen des Unternehmens beziehungsweise im Fall von Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen des Anbieters dem Verbraucher aufzuerlegen, sind verboten und nichtig.

Klauseln, aufgrund deren der Verbraucher auf die Rechte, die ihm durch vorliegenden Abschnitt zuerkannt werden, verzichtet, gelten als ungeschrieben.

Eine Klausel, durch die das Gesetz eines Staates, der nicht Mitgliedstaat der Europäischen Union ist, Anwendung auf den Vertrag findet, ist für die in vorliegendem Abschnitt geregelten Angelegenheiten verboten und nichtig, wenn in Ermangelung dieser Klausel das Gesetz eines Mitgliedstaates der Europäischen Union anwendbar wäre und dieses Gesetz in den vorerwähnten Angelegenheiten ein höheres Schutzniveau für die Verbraucher gewährleistet.

KAPITEL 3 - Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge

Art. VI.64 - § 1 - Bevor der Verbraucher durch einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag gebunden ist, informiert das Unternehmen den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes:

1. wesentliche Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen, in dem für das Kommunikationsmittel und die Waren oder Dienstleistungen angemessenen Umfang,

2. Identität des Unternehmens, unter anderem seine Unternehmensnummer, seinen Handelsnamen,

3. Anschrift des Ortes, an dem das Unternehmen ansässig ist, und gegebenenfalls seine Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse, damit der Verbraucher schnell Kontakt zu ihm aufnehmen und effizient mit ihm kommunizieren kann, sowie gegebenenfalls geographische Anschrift und Identität des Unternehmens, in dessen Auftrag es handelt,

4. falls diese von der gemäß Nr. 3 angegebenen Anschrift abweicht, Geschäftsanschrift des Unternehmens und gegebenenfalls Geschäftsanschrift des Unternehmens, in dessen Auftrag es handelt, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann,

5. Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in Fällen, in denen der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, Art der Preisberechnung und gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten, oder in Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, Tatsache, dass solche zusätzliche Kosten anfallen können. Im Falle eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags umfasst der Gesamtpreis die pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten. Wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden, umfasst der Gesamtpreis ebenfalls die monatlichen Gesamtkosten. Wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben,

6. Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem sich das Unternehmen verpflichtet, die Waren zu liefern oder die Dienstleistung zu erbringen, und gegebenenfalls Verfahren des Unternehmens hinsichtlich des Umgangs mit Beschwerden,

7. im Falle des Bestehens eines Widerrufsrechts Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts gemäß Artikel VI.69 § 1 sowie Muster-Widerrufsformular gemäß Anlage 2 zu vorliegendem Buch,

8. gegebenenfalls Hinweis, dass der Verbraucher im Widerrufsfall die Kosten für die Rücksendung der Waren zu tragen hat,

9. Hinweis, dass, falls der Verbraucher das Widerrufsrecht nach Erklärung eines Verlangens gemäß Artikel VI.65 § 2 Absatz 2 ausübt, der Verbraucher verpflichtet ist, dem Unternehmen einen angemessenen Betrag gemäß Artikel VI.71 § 3 zu leisten,

10. in Fällen, in denen gemäß Artikel VI.73 kein Widerrufsrecht besteht, Hinweis, dass der Verbraucher nicht über ein Widerrufsrecht verfügt, oder gegebenenfalls Umstände, unter denen der Verbraucher sein Widerrufsrecht verliert,

11. Hinweis auf das Bestehen eines gesetzlichen Gewährleistungsrechts für die Waren,

12. gegebenenfalls Hinweis auf Bestehen und Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und gewerblichen Garantien,

13. gegebenenfalls Hinweis auf bestehende einschlägige Verhaltenskodizes und darauf, wie Exemplare davon erhalten werden können,

14. gegebenenfalls Laufzeit des Vertrags oder Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,

15. gegebenenfalls Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,

16. gegebenenfalls Hinweis auf die Tatsache, dass das Unternehmen vom Verbraucher die Stellung einer Kautionsleistung oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen,

17. gegebenenfalls Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,

18. gegebenenfalls - soweit wesentlich - Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmen bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein dürfte,

19. gegebenenfalls Möglichkeit des Zugangs zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem das Unternehmen unterworfen ist, und Voraussetzungen für diesen Zugang.

17. falsche Behauptung, ein Produkt könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildung heilen,
18. Erteilung sachlich falscher Informationen über die Marktbedingungen oder die Möglichkeit, das Produkt zu finden, mit dem Ziel, den Verbraucher dazu zu bewegen, das Produkt zu weniger günstigen Bedingungen als den normalen Marktbedingungen zu kaufen,
19. Anbieten im Rahmen einer Geschäftspraxis von Wettbewerben und Preisausschreiben, ohne dass die beschriebenen Preise oder ein angemessenes Äquivalent vergeben werden,
20. Beschreibung eines Produkts als "gratis", "umsonst", "kostenfrei" oder Ähnliches, obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf das Angebot und für die Abholung oder Lieferung des Produkts unvermeidbar sind,
21. Beifügung einer Rechnung oder eines ähnlichen Dokuments mit einer Zahlungsaufforderung an Werbematerialien, die dem Verbraucher den Eindruck vermitteln, dass er das beworbene Produkt bereits bestellt hat, obwohl dies nicht der Fall ist,
22. fälschliche Behauptung oder Erwecken des Eindrucks, dass das Unternehmen nicht für die Zwecke seiner Berufstätigkeit handelt, oder fälschliches Auftreten als Verbraucher,
23. Erwecken des falschen Eindrucks, dass der Kundendienst im Zusammenhang mit einem Produkt in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union verfügbar sei als demjenigen, in dem das Produkt verkauft wird.

Abschnitt 4 - Aggressive Geschäftspraktiken

Art. VI.101 - Eine Geschäftspraxis gilt als aggressiv, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände die Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Durchschnittsverbrauchers in Bezug auf das Produkt durch Belästigung, Nötigung, einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt, oder durch unzulässige Beeinflussung tatsächlich oder voraussichtlich erheblich beeinträchtigt und dieser dadurch tatsächlich oder voraussichtlich dazu veranlasst wird, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Art. VI.102 - Bei der Feststellung, ob im Rahmen einer Geschäftspraxis die Mittel der Belästigung, der Nötigung, einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt, oder der unzulässigen Beeinflussung eingesetzt werden, ist abzustellen auf:

1. Zeitpunkt, Ort, Art oder Dauer des Einsatzes,
2. Verwendung drohender oder beleidigender Formulierungen oder Verhaltensweisen,
3. Ausnutzung durch das Unternehmen von konkreten Unglückssituationen oder Umständen von solcher Schwere, dass sie das Urteilsvermögen des Verbrauchers beeinträchtigen, worüber sich das Unternehmen bewusst ist, um die Entscheidung des Verbrauchers in Bezug auf das Produkt zu beeinflussen,
4. finanziell belastende oder unverhältnismäßige Hindernisse nichtvertraglicher Art, mit denen das Unternehmen den Verbraucher an der Ausübung seiner vertraglichen Rechte zu hindern versucht, wozu auch das Recht gehört, den Vertrag zu kündigen oder zu einem anderen Produkt oder einem anderen Unternehmen zu wechseln,
5. Drohungen mit rechtlich unzulässigen Handlungen.

Art. VI.103 - Unter allen Umständen gelten folgende aggressive Geschäftspraktiken als unlautere Geschäftspraktiken:

1. Erwecken des Eindrucks, der Verbraucher könne die Räumlichkeiten ohne Vertragsabschluss nicht verlassen,
2. Nichtbeachtung der Aufforderung des Verbrauchers bei persönlichen Besuchen in dessen Wohnung, diese zu verlassen beziehungsweise nicht zurückzukehren, unbeschadet der Gesetzes- oder Ordnungsbestimmungen, die dies zulassen, um eine vertragliche Verpflichtung durchzusetzen,
3. Werbung von Kunden durch hartnäckiges und unerwünschtes Ansprechen über Telefon, Fax, E-Mail oder sonstige für den Fernabsatz geeignete Medien, unbeschadet:
 - a) der Gesetzes- oder Ordnungsbestimmungen, die dies zulassen, um eine vertragliche Verpflichtung durchzusetzen,
 - b) des Artikels VI.110 und
 - c) des Artikels XII.13,
4. an einen Verbraucher gerichtete Aufforderung, der eine Versicherungspolice in Anspruch nehmen möchte, Dokumente vorzulegen, die vernünftigerweise nicht als relevant für die Gültigkeit des Anspruchs anzusehen sind, oder systematische Nichtbeantwortung einschlägiger Schreiben, um so den Verbraucher von der Ausübung seiner vertraglichen Rechte abzuhalten,
5. Einbeziehung einer direkten Aufforderung an Kinder in eine Werbung, die beworbenen Produkte zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Produkte für sie zu kaufen,
6. an einen Verbraucher gerichtete Aufforderung zur sofortigen oder späteren Bezahlung oder zur Rücksendung oder Verwahrung von Produkten, die das Unternehmen geliefert, der Verbraucher aber nicht bestellt hat,
7. ausdrücklicher Hinweis gegenüber dem Verbraucher, dass der Arbeitsplatz der betreffenden Person oder die Existenz des Unternehmens gefährdet sind, falls der Verbraucher das Produkt oder die Dienstleistung nicht erwirbt,
8. Erwecken des falschen Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen, werde einen Preis gewinnen oder werde durch eine bestimmte Handlung einen Preis oder einen sonstigen Vorteil gewinnen:
 - obwohl es in Wirklichkeit keinen Preis oder sonstigen Vorteil gibt oder
 - die Möglichkeit des Verbrauchers, Handlungen in Bezug auf die Inanspruchnahme des Preises oder eines sonstigen Vorteils vorzunehmen, in Wirklichkeit von der Zahlung eines Betrags oder der Übernahme von Kosten durch den Verbraucher abhängig gemacht wird.

Verstöße gegen die Bestimmungen der Erlasse zur Ausführung des Gesetzes vom 9. Februar 1960, das den König ermächtigt, die Verwendung der Bezeichnungen, unter denen Waren vermarktet werden, zu regeln, des Gesetzes vom 14. Juli 1971 über die Handelspraktiken und des Gesetzes vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher werden gemäß den Büchern XV und XVII des Wirtschaftsgesetzbuches ermittelt, festgestellt und bestraft.

KAPITEL 5 - Befugniszuweisung

Art. 11 - Für bestehende Gesetze und Ausführungserlasse, in denen auf die in Artikel 8 erwähnten Bestimmungen verwiesen wird, gilt, dass sie auf die entsprechenden Bestimmungen des Wirtschaftsgesetzbuches so wie durch vorliegendes Gesetz eingefügt verweisen.

Art. 12 - Der König kann in bestehenden Gesetzen oder Königlichen Erlassen Verweise auf die in Artikel 8 erwähnten Bestimmungen und gegebenenfalls auf das Gesetz vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher und das Gesetz vom 14. Juli 1971 über die Handelspraktiken durch Verweise auf die entsprechenden Bestimmungen des Wirtschaftsgesetzbuches so wie durch vorliegendes Gesetz eingefügt ersetzen.

Art. 13 - Der König kann die Bestimmungen des Wirtschaftsgesetzbuches so wie durch vorliegendes Gesetz eingefügt mit Bestimmungen, durch die sie bis zum Zeitpunkt der Koordinierung explizit oder implizit abgeändert worden sind, koordinieren.

Zu diesem Zweck kann Er:

1. die Reihenfolge, die Nummerierung und im Allgemeinen die Gestaltung der zu koordinierenden Bestimmungen ändern,
2. die Verweise in den zu koordinierenden Bestimmungen ändern, damit sie mit der neuen Nummerierung übereinstimmen,
3. den Wortlaut der zu koordinierenden Bestimmungen ändern, um die Übereinstimmung der Bestimmungen zu gewährleisten und die Terminologie zu vereinheitlichen, ohne die in diesen Bestimmungen enthaltenen Grundsätze zu beeinträchtigen.

KAPITEL 6 - Inkrafttreten

Art. 14 - Der König bestimmt das Datum des Inkrafttretens jeder der Bestimmungen des vorliegenden Gesetzes und jeder der durch vorliegendes Gesetz in das Wirtschaftsgesetzbuch eingefügten Bestimmungen.

Artikel 9 tritt am Tag nach der Veröffentlichung des vorliegenden Gesetzes im *Belgischen Staatsblatt* in Kraft.

Wir fertigen das vorliegende Gesetz aus und ordnen an, dass es mit dem Staatssiegel versehen und durch das *Belgische Staatsblatt* veröffentlicht wird.

Gegeben zu Brüssel, den 21. Dezember 2013

PHILIPPE

Von Königs wegen:

Der Minister der Wirtschaft und der Verbraucher

J. VANDE LANOTTE

Der Minister der Finanzen

K. GEENS

Die Ministerin des Mittelstands, der KMB und der Selbständigen

Frau S. LARUELLE

Mit dem Staatssiegel versehen:

Die Ministerin der Justiz

Frau A. TURTELBOOM

„Anlage 1 zu Buch VI des Wirtschaftsgesetzbuches

MUSTER-WIDERRUFSBELEHRUNG

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag (1).

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns (2) mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. (3)

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

1. Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. (4)

(5)

(6)

2. Gestaltungshinweise:**(1) Fügen Sie einen der folgenden in Anführungszeichen gesetzten Textbausteine ein:**

a) im Falle eines Dienstleistungsvertrags oder eines Vertrags über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, von Fernwärme oder von digitalen Inhalten, die nicht auf einem körperlichen Datenträger geliefert werden: "des Vertragsabschlusses."

b) im Falle eines Kaufvertrags: ", an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat."

c) im Falle eines Vertrags über mehrere Waren, die der Verbraucher im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat und die getrennt geliefert werden: ", an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat."

d) im Falle eines Vertrags über die Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken: ", an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Teilsendung oder das letzte Stück in Besitz genommen haben bzw. hat."

e) im Falle eines Vertrags zur regelmäßigen Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg: ", an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die erste Ware in Besitz genommen haben bzw. hat."

(2) Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, soweit verfügbar, Ihre Telefonnummer, Faxnummer und E-Mail-Adresse ein.

(3) Wenn Sie dem Verbraucher die Wahl einräumen, die Information über seinen Widerruf des Vertrags auf Ihrer Webseite elektronisch auszufüllen und zu übermitteln, fügen Sie Folgendes ein: "Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite [Internet-Adresse einfügen] elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich auf einem dauerhaften Datenträger (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln."

(4) Im Falle von Kaufverträgen, in denen Sie nicht angeboten haben, im Fall des Widerrufs die Waren selbst abzuholen, fügen Sie Folgendes ein: "Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist."

(5) Wenn der Verbraucher Waren im Zusammenhang mit dem Vertrag erhalten hat:**a) Fügen Sie ein:**

- "Wir holen die Waren ab." oder

- "Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an uns oder an ... [hier sind gegebenenfalls der Name und die Anschrift der von Ihnen zur Entgegennahme der Waren ermächtigten Person einzufügen] zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden."

b) Fügen Sie ein:

- "Wir tragen die Kosten der Rücksendung der Waren."

- "Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren."

- Wenn Sie bei einem Fernabsatzvertrag nicht anbieten, die Kosten der Rücksendung der Waren zu tragen und die Waren aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können: "Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren in Höhe von ... EUR [Betrag einfügen].", oder wenn die Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können: "Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Die Kosten werden auf höchstens etwa ... EUR [Betrag einfügen] geschätzt." oder

- wenn die Waren bei einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht normal mit der Post zurückgesandt werden können und zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zur Wohnung des Verbrauchers geliefert worden sind: "Wir holen die Waren auf unsere Kosten ab." und

c) Fügen Sie ein: "Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist."

(6) Im Falle eines Vertrags zur Erbringung von Dienstleistungen oder der Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, oder von Fernwärme **fügen Sie Folgendes ein:** "Haben Sie verlangt, dass die Dienstleistungen oder Lieferung von Wasser/Gas/Strom/Fernwärme [Unzutreffendes streichen] während der Widerrufsfrist beginnen soll, so haben Sie uns einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie uns von der Ausübung des Widerrufsrechts hinsichtlich dieses Vertrags unterrichten, bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.""

"Anlage 2 zu Buch VI des Wirtschaftsgesetzbuches

MUSTER-WIDERRUFSFORMULAR

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

- An [hier ist der Name, die Anschrift und gegebenenfalls die Faxnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmens durch das Unternehmen einzufügen]:

- Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) geschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*)/ die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)

- Bestellt am (*)/erhalten am (*)

- Name des/der Verbraucher(s)

- Anschrift des/der Verbraucher(s)

- Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)

- Datum

(*) Unzutreffendes streichen."