



Viele Vertragsabschlüsse

Im Laufe eines Konsumentenlebens spielen viele verschiedene Vertragsarten eine Rolle, wie z.B. Leasing-, Miet-, Dienstleistungs-, Versicherungs- oder Werkverträge. Der häufigste Vertragstyp ist jedoch der Kaufvertrag. Nahezu täglich schließen wir Verträge ab. Bei vielen Geschäften verlaufen diese Abschlüsse und deren Durchführung reibungslos. Es kann aber auch zu erheblichen Problemen diesbezüglich kommen.

Grundsätzlich besteht ein systematisches Ungleichgewicht zwischen Unternehmen und Konsument:innen und deswegen wird versucht, dieses durch gesetzliche Regelungen zu mildern. Weiters führen z.B. mangelnde Rechtskenntnisse, Unerfahrenheit oder psychologische Hemmnisse zu fehlender Ausgewogenheit zwischen Unternehmen und Verbraucher:innen. Oftmals können Verbraucher:innen ihre Interessen im täglichen Geschäftsleben nicht im selben Maße wahrnehmen wie Unternehmen. Nahezu täglich sind Konsument:innen mit unterschiedlichen Formen von Verträgen konfrontiert. Dabei ist ihnen des öfteren nicht bewusst, dass sie sich in einer Situation befinden, in der sie einen Vertrag abschließen und dadurch eine rechtliche Verpflichtung eingehen. Überdies werden nur schwer durchschaubare Werbestrategien eingesetzt, um Konsument:innen zu verschiedenen Kaufhandlungen zu verleiten. Mit Hilfe der modernen Medien sind potenzielle Kund:innen mittlerweile rund um die Uhr erreichbar. Um auf diese Unausgewogenheit zu reagieren, wurde in zahlreichen gesetzlichen Vorschriften z.B. im Konsumentenschutzgesetz (KSchG), Fernabsatz- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG), Versicherungsvertragsgesetz (VersVG), Zahlungsdienstegesetz (ZaDiG) eine Vielzahl von Regelungen festgelegt, die Konsument:innen aufgrund ihrer wirtschaftlichen Unerfahrenheit gegenüber Unternehmen schützen.

Wie kommt ein Vertrag zustande?

Ein Vertrag wird geschlossen, indem jemand ein Angebot (Offert) macht und dieses Angebot von einem:einer Vertragspartner:in angenommen wird. Es kann mündlich, schriftlich oder auch konkludent (= schlüssig), d.h. ohne Worte, erfolgen, indem man z.B. Ware auf das Förderband einer Supermarktkasse legt. Ein Offert im rechtlichen Sinn muss inhaltlich bestimmt und rechtlich verbindlich sein. So sind z.B. die angeschriebenen Preise von Produkten, die in einem Schaufenster ausgestellt sind oder in einem Katalog angeboten werden, nicht verbindlich. Sie gelten somit im rechtlichen Sinn nicht als Angebote, sondern sind lediglich eine Einladung zur Anbotstellung.

Bindungsfrist

Nach einer verbindlichen Anbotlegung sind Anbieter:innen für eine bestimmte Zeit daran gebunden. Diese Bindungsfrist wird in der Regel in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) vereinbart und darf laut Konsumentenschutzgesetz weder unangemessen lang noch ungenau festgelegt werden. Wird das Anbot von dem:der Vertragspartner:in vollinhaltlich angenommen, so entsteht ein Vertrag. Weichen jedoch Angebot und Annahme voneinander ab, weil z.B. die annehmende Person den Vertrag unter anderen Bedingungen schließen möchte, dann kommt kein Vertrag zustande.

Die Annahme kann schriftlich, mündlich oder schlüssig erfolgen. Erhält der:die Angebotler:in keine Annahmeerklärung innerhalb der Bindungsfrist, so ist auch in diesem Fall kein Vertrag zustande gekommen und keine rechtliche Verpflichtung gegeben.

Anmerkungen