

BAUSTEIN 4 DIE PARTNER – DER HANDEL UND SEINE KUNDEN


Inhaltsverzeichnis

4	Die Partner – Der Handel und seine Kunden	
4.1	Wer sind die Kunden des Handels? – Sozioökonomische Faktoren und Entwicklungen	81
4.2	Alles was recht ist – der Kaufvertrag	91
4.3	Nicht zu verwechseln – Gewährleistung und Garantie	92
4.4	Umweltschutz	96
	Literaturverzeichnis	98

4 DIE PARTNER – DER HANDEL UND SEINE KUNDEN

KAPITELÜBERSICHT

- Wer sind die Kunden des Handels? – Sozioökonomische Faktoren und Entwicklungen
- Alles was recht ist – der Kaufvertrag
- Nicht zu verwechseln – Gewährleistung und Garantie
- Umweltschutz



4.1 Wer sind die Kunden des Handels? – Sozioökonomische Faktoren und Entwicklungen

Wichtige sozioökonomische Faktoren für den Handel

- 3,4 Mio. Privathaushalte (2005)
- Anzahl der Singlehaushalte steigend
- Haushaltsgröße: 2,3 Personen (2005), (1971: 2,9 Personen)
- Steigendes Bildungsniveau
 - 8 % Universitätsabschluss
 - 24 % Pflichtschulabschluss (2003)
- Beschäftigungsquote: 68 % (2004)
- Steigendes monatliches Brutto-Einkommen
2004: rund EUR 1.970,00 (Frauen: rund EUR 750,00)
- Sparquote: rund 8 % (2004)
- Nominelle Kaufkraft pro Kopf: EUR 13.800,00 (2004)
- Kaufkraft in Ballungsräumen am höchsten
- Konsumausgaben 2003: 41 % in einzelhandelsrelevanten Ausgabenkategorien

Abbildung 1: Wichtige sozioökonomische Faktoren für den Handel

Quelle: Statistik Austria 2005

Die sozioökonomischen Merkmale einer Gesellschaft (zB Alter, Haushaltsgröße, Motorisierung, Einkommen der Bevölkerung etc.) haben maßgeblichen Einfluss auf die vorherrschende Situation und künftige Entwicklung im Einzelhandel.¹

Betrachtet man die Altersstruktur der österreichischen Bevölkerung, zeigt sich eine eindeutige Entwicklung: Die österreichische **Bevölkerung** wird im Durchschnitt **kontinuierlich älter**; dieser Trend beeinflusst soziale wie auch wirtschaftliche Parameter in bisher ungeahntem Ausmaß. Als die großen treibenden Kräfte hinter diesem Trend, welcher sowohl positive als auch negative Folgen hat, gelten die sinkende Geburtenrate und die steigende Lebenserwartung. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) charakterisiert diese Entwicklung als „stille Revolution“, welche alles verändern wird, von der Lebensgestaltung bis zum Finanzsektor, von der Arbeit bis zum Sozialsystem, von der Familie bis zur Wirtschaft, vor allem aber auch den Handel.²

Die Betrachtung der Alterspyramide Österreichs (Abb. 2) veranschaulicht, welche Herausforderungen aufgrund der Verschiebung der Alterstrukturen auf die österreichische Gesellschaft zukommen.³ Lag die durchschnittliche Lebenserwartung in Österreich bei den Frauen 1993 noch bei rund 77 Jahren und bei den Männern bei rund 74 Jahren, so liegt die durchschnittliche Lebenserwartung im Jahr 2005 bei den Frauen schon bei rund 82 Jahren und bei den Männern bei rund 76 Jahren.⁴

Bevölkerungspyramide 2001, 2030 und 2050

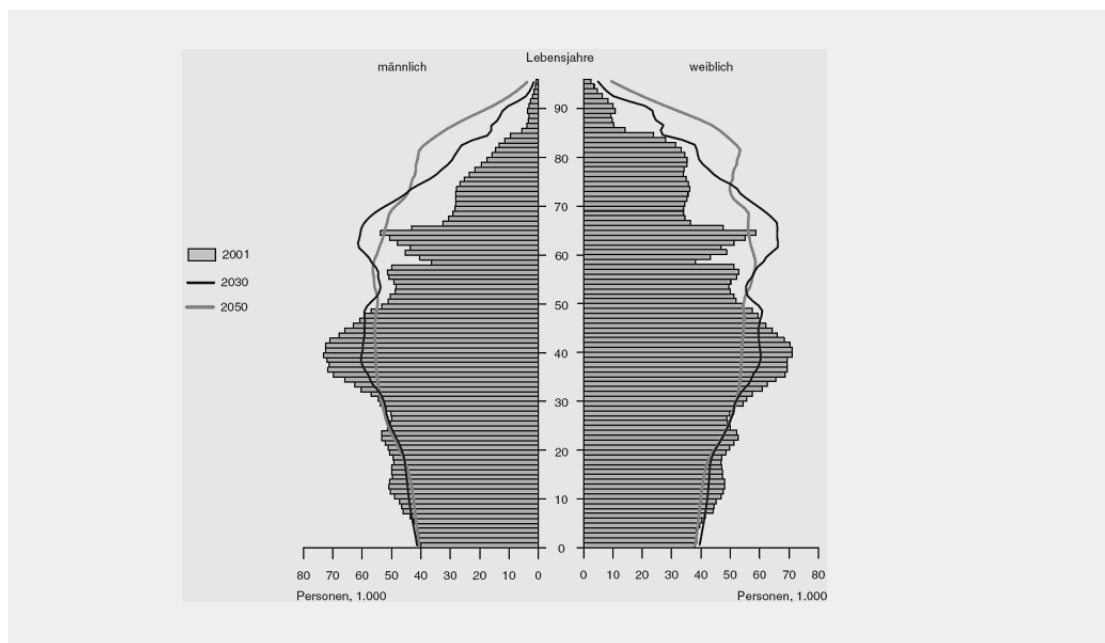


Abbildung 2: Bevölkerungspyramide 2001, 2030 und 2050⁵

Im Jahr 2050 werden mehr als 33 % der Österreicher 60 Jahre und älter sein (im Jahr 2001 waren es noch rund 21 %), während der Anteil der unter 15-jährigen zwischen 1991 und 2030 von rund 17 % auf knapp 14 % sinken wird.⁶

¹ Vgl. Voithofer/Gittenberger 2006, S. 117

² Vgl. Wallace 2005, S. 6

³ Vgl. Statistik Austria 2004, S. 49

⁴ Vgl. Statistik Austria 2004, S. 53 u. Hehenberger 1997, S. 61

⁵ Vgl. Statistik Austria 2004, S. 49

⁶ Vgl. Statistik Austria 2005, o.S.

Da die Gruppe der über 60-jährigen schon jetzt über das höchste frei verfügbare Haushaltseinkommen aller Altersklassen verfügt⁷, gelten die so genannten „**Best Ager**“ als die umsatzstärkste Nachfragegruppe des Handels, jedoch einhergehend mit einer deutlichen Verjüngung in den Einstellungen zum Konsum.⁸ So entspricht die Innovationsbereitschaft der „jungen Alten“ laut einem Vergleich der Verbraucheranalyse 1985 mit der von 1999 dem Zustimmungsniveau der damals 30- bis 50-jährigen.⁹

Im Jahr 2005 zählte man in Österreich rund 3,4 Mio. Privathaushalte. In mehr als einem Drittel lebte eine einzige Person. Die Anzahl der **Singlehaushalte** ist seit 1991 deutlich stärker gestiegen als die Anzahl der Mehrpersonenhaushalte. Die gestiegene Anzahl an Einpersonenhaushalten spiegelt sich zudem in der rückläufigen Durchschnittsgröße der österreichischen Haushalte wider: Im Jahr 1971 betrug die durchschnittliche Haushaltsgröße noch rund 2,9 Personen, diese lag im Jahr 2005 nur mehr bei rund 2,3 Personen pro Haushalt.¹⁰

Die Gründe für die sinkende durchschnittliche Haushaltsgröße sind eng mit dem Trend zur **Individualisierung**, mit **steigendem Wohlstand**, der **sinkenden Geburtenrate** und **steigenden Scheidungszahlen** verbunden.¹¹ Ein weiterer wesentlicher Grund für die immer kleiner werdende Haushaltsgröße liegt auch in der Tatsache, dass sich Generationen **immer stärker sozial und lokal** von einander **entfernen**.¹²

Entwicklung der Ein- und Mehrpersonenhaushalte, 2005 – 2050

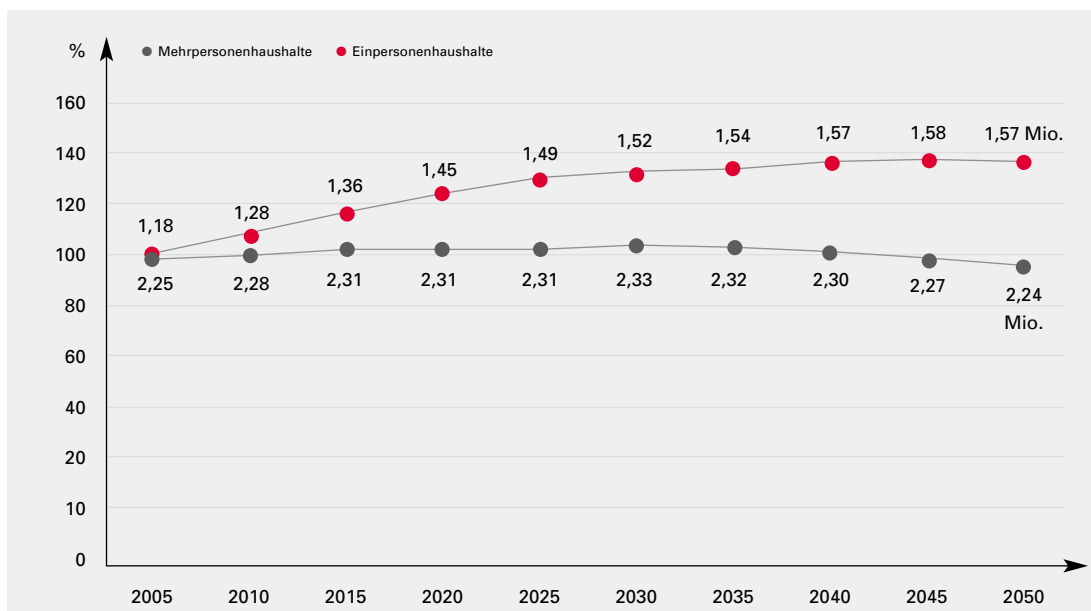


Abbildung 3: Entwicklung der Ein- und Mehrpersonenhaushalte, 2005 – 2050 (Index: 2005 = 100)¹³

Abbildung 3 zeigt die Entwicklung der Ein- und Mehrpersonenhaushalte der nächsten 45 Jahre. Ersichtlich ist, dass sowohl die Anzahl der Ein- als auch der Mehrpersonenhaushalte in Österreich bis ins Jahr 2040 kontinuierlich zunehmen wird; doch gerade die Singlehaushalte werden einen deutlich höheren Anstieg verzeichnen als die Mehrpersonenhaushalte. Die Prognosen zwischen 2040 und 2045 gehen von einer rückläufigen Zahl der Haushalte aus, welche ausschließlich auf die rückläufige Entwicklung der Mehrpersonenhaushalte zurückzuführen ist, da die Einpersonenhaushalte auch in diesem Zeitraum weiter ansteigen werden. Erst ab dem Jahr 2045 werden sowohl Ein- als auch Mehrpersonenhaushalte einen Rückgang verzeichnen.¹⁴

⁷ Vgl. Hehenberger 1997, S. 60 und Statistik Austria 2004, S. 50

⁸ Vgl. Maurer 2002, S. 32

⁹ Vgl. Maurer 2002, S. 32

¹⁰ Vgl. Statistik Austria 2005a, o.S.

¹¹ Vgl. Zentes/Swoboda 1998, S. 17

¹² Vgl. Eggert 1999, S. 21

¹³ Vgl. Statistik Austria 2005a, o.S.

¹⁴ Vgl. Statistik Austria 2005a, o.S.

Sieht man einmal von der anteilmäßigen Reduktion der „traditionellen“ Familienhaushalte ab, hängt mit dem Phänomen der Singleisierung das für den Lebensmitteleinzelhandel entscheidende Phänomen der **Auflösung gemeinsamer Ess- und Tischgewohnheiten** zusammen. Dies bedeutet einen **massiven Anstoß** für die **Angebotssituation im Handel**. Wenn in den Familien – zumindest an den Wochentagen – kein gemeinsames Mahl mehr konsumiert wird und die Mahlzeiten damit mehr und mehr individualisiert werden, sind die Folgen für den Einkauf im Lebensmitteleinzelhandel enorm. So werden **Vorratseinkäufe** an Bedeutung **verlieren** und die Einkaufsgewohnheiten verändern sich hinsichtlich der Einkaufsstätte, der Einkaufszeit, der Einkaufsmenge, der Einkaufsfrequenz sowie der Zusammensetzung des **Warenkorbes** (zB Tiefkühl- und Fertiggerichte, kleinere Verpackungs- und Gebindeeinheiten etc.). Gleichzeitig werden **alternative Vertriebskanäle** immer mehr angenommen, was **convenience-orientierte Betriebsformen**, wie Kioske, Buffets, Tankstellen, Rasthäuser und spezialisierte Fachgeschäfte immer mehr an Bedeutung gewinnen lässt.¹⁵

Eine weitere sozioökonomische Entwicklung stellt das **steigende Bildungsniveau** der Österreicher dar. Je ein Drittel der Bevölkerung Österreichs konnte im Jahr 2003 als höchsten Bildungsabschluss eine Pflichtschule bzw. eine Lehre vorweisen. Rund 12 % der Österreicher schlossen eine Mittlere oder eine Höhere Schule ab. Im Jahr 2003 verfügten rund 8 % der Bevölkerung über einen Universitäts- oder (Fach-) Hochschulabschluss. Der Anteil der Österreicher mit einer Pflichtschule als höchsten Abschluss sinkt seit zwei Dekaden, wobei dies bei gleichzeitig steigender Anzahl von Universitäts- und (Fach-) Hochschulabschlüssen ein Beleg dafür ist, dass das durchschnittliche Bildungsniveau in Österreich steigt.¹⁶

Anteil der Wohnbevölkerung (15 Jahre und älter) nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung

	1981	1991	2001	2002*	2003*
Pflichtschule	51,8	41,5	35,7	34,9	34,1
Lehre	27,1	32,1	33,9	34,1	34,5
Mittlere Schule	10,4	11,4	11,5	11,6	11,7
Höhere Schule**	7,2	9,8	11,4	11,7	11,7
Universität, (Fach-)Hochschule***	3,4	5,2	7,5	7,7	8,0

Tabella 1: Anteil der Wohnbevölkerung (15 Jahre und älter) nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung in %, 1981 – 2003¹⁷

* Hochrechnung der KMU FORSCHUNG AUSTRIA auf Basis Statistik Austria, Mikrozensus (aktuellste verfügbare Daten)

** Höhere Schule = Allgemein bildende und berufsbildende höhere Schulen

*** Universität, (Fach-)Hochschule = inkl. hochschulverwandte Lehranstalten

Mehr als zwei Drittel der Österreicher zwischen 15 und 64 Jahren waren im Jahr 2004 erwerbstätig. Es gingen drei Viertel der Männer bzw. fast 61 % der Frauen einer Beschäftigung nach. Der Vergleich zwischen den Jahren 1997 und 2000 zeigt eine Erhöhung der Erwerbsquoten. In dem Zeitraum zwischen 2002 – 2004 konnte eine rückläufige Erwerbsquote festgestellt werden, welche ausschließlich auf den Rückgang der Erwerbstätigkeit bei den Männern zurückzuführen war.¹⁸

¹⁵ Vgl. Maurer 2002, S. 21f

¹⁶ Vgl. Voithofer/Gittenberger 2006, S. 124f

¹⁷ Vgl. Statistik Austria 2004, o.S.

¹⁸ Vgl. Voithofer/Gittenberger 2006, S. 125

Beschäftigungsquoten in Österreich

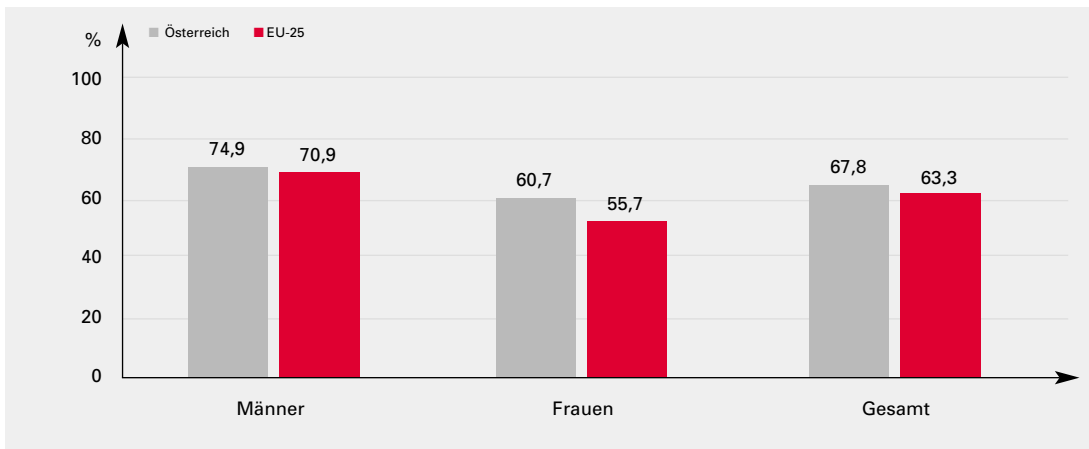


Abbildung 4: Beschäftigungsquoten*, Österreich, 1997 – 2004¹⁹

*= Anteil der Erwerbstätigen im Alter zwischen 15 und 64 Jahren an der Gesamtbevölkerung derselben Altersgruppe

Österreich kann eine höhere Beschäftigungsquote aufweisen als der EU-25-Durchschnitt. Jedoch ist die Bandbreite zwischen den Mitgliedstaaten der EU-25 sehr groß: In Ländern wie Dänemark, den Niederlanden, Schweden und dem Vereinigten Königreich lag 2004 der Anteil der Bevölkerung zwischen 15 und 64 Jahren, welche erwerbstätig waren, bei mehr als 70 %. Im Gegensatz dazu hatten Länder wie Polen und Malta eine Erwerbsquote von weniger als 55 %.²⁰

Für die **effektive Kaufkraft** der privaten Haushalte ist die sozioökonomische Größe des **verfügbaren Einkommens** entscheidend, das sich in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung aus dem Erwerbs- und Vermögenseinkommen inklusive entnommener Gewinne abzüglich der Schuldzinsen sowie dem Saldo der Übertragungen ergibt. Das verfügbare Haushaltseinkommen wird für den **privaten Verbrauch** bzw. zum **Sparen** verwendet und ist damit die entscheidende Basis für die **Gesamtnachfrage** innerhalb einer Volkswirtschaft und damit der Verkaufsmöglichkeiten von Industrie und Handel.²¹

Im Vergleichszeitraum 1999 – 2004 ist das **durchschnittliche monatliche Brutto-Einkommen** der Österreicher konstant gestiegen und lag 2004 bei rund **EUR 1.972,00**. Das durchschnittliche Monatseinkommen lag 2004 bei den Frauen rund **EUR 750,00** unter dem der Männer. Dies ist ua. auf **verstärkte Teilzeitbeschäftigung** von Frauen zurückzuführen.²²

Eine Analyse nach soziodemografischen Merkmalen, wie zB nach Haushaltstypus oder Erwerbsstatus, zeigt deutliche Unterschiede in der Einkommensverteilung. Diese starken Unterschiede in der Einkommensverteilung einer Gesellschaft bezeichnet man auch als **Einkommenspolarisierung**. So stehen am unteren Ende der Einkommensverteilung kinderreiche Haushalte, Haushalte von Alleinerziehern, sowie allein stehende Pensionisten, während die höchsten Einkommen von allein stehenden Männern und von kinderlosen Mehrpersonenhaushalten erzielt werden. Es sind Faktoren, wie die **Erwerbstätigkeit**, das **städtische Umfeld**, ein **hoher Bildungsgrad** sowie die österreichische oder eine **EU-/EFTA-Staatsangehörigkeit**, welche ein **überdurchschnittliches Einkommen** fördern.²³

¹⁹ Vgl. Eurostat 2005, o.S.

²⁰ Vgl. Eurostat 2005, o.S.

²¹ Vgl. Eggert 1999, S. 46

²² Vgl. Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger 2005, o.S.

²³ Vgl. Statistik Austria 2005b, S. 22

Abbildung 5 soll die wesentlichen Unterschiede durchschnittlicher Einkommen unterschiedlicher Haushaltstypen visualisieren.

Medianes Einkommen nach verschiedenen Haushaltstypen

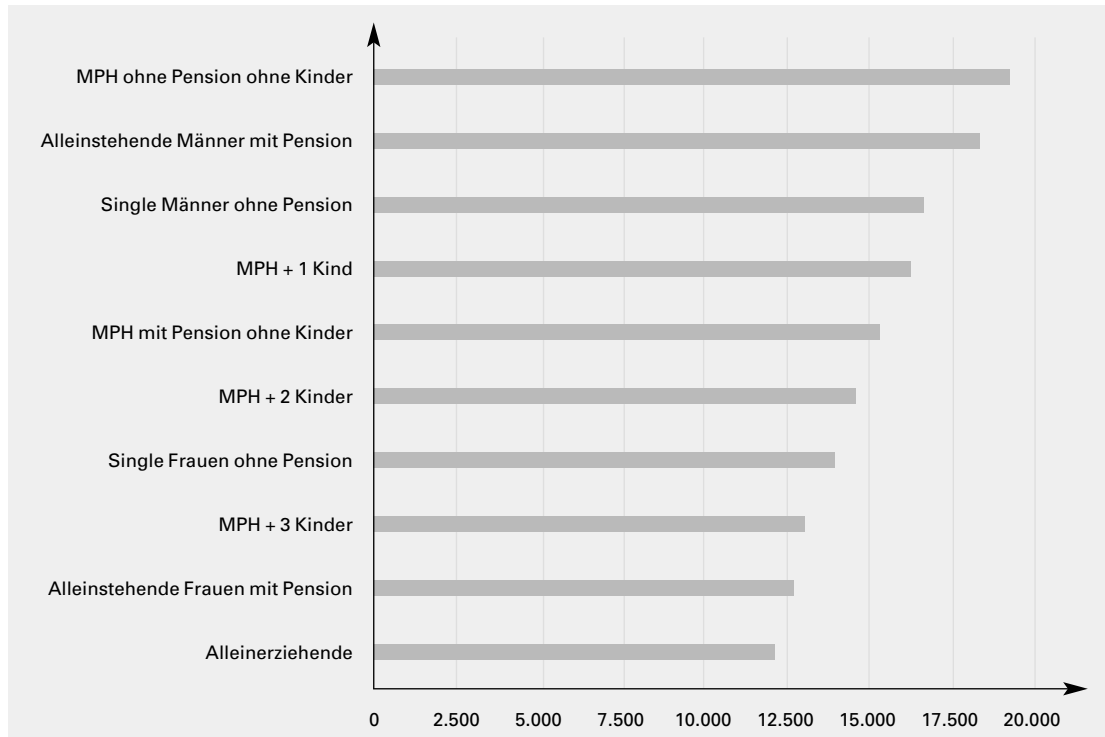


Abbildung 5: Medianes Einkommen nach verschiedenen Haushaltstypen in Österreich in EUR²⁴

Anmerkung: MPH = Mehrpersonenhaushalt

²⁴ Vgl. Statistik Austria 2005b, S. 18

Die **Sparquote** der privaten Haushalte verzeichnete seit dem Jahr 2001 einen **kontinuierlichen Anstieg** und laut Prognosen ist von weiteren Steigerungen der Sparquote auf rund 8,7 % des verfügbaren Einkommens für die Jahre 2005 und 2006 auszugehen.²⁵

Sparquote der privaten Haushalte

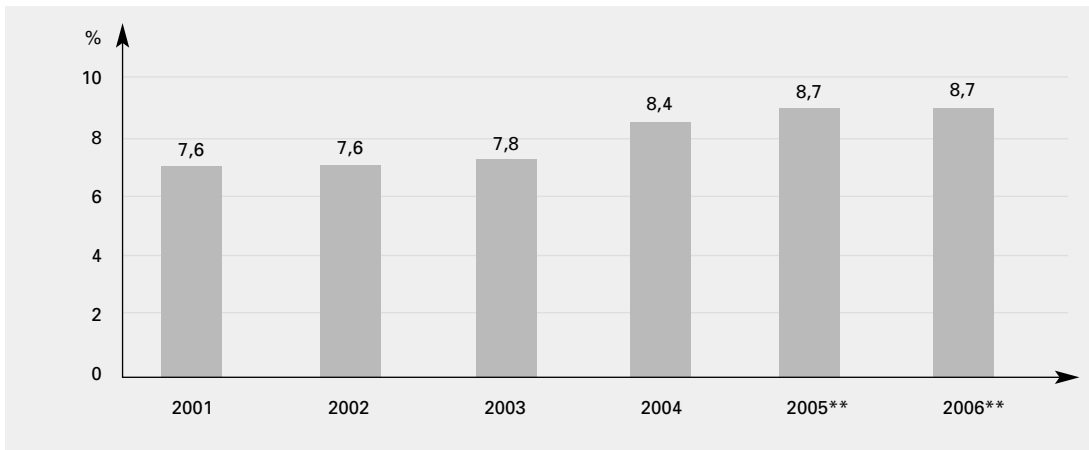


Abbildung 6: Sparquote der privaten Haushalte* in Prozent des verfügbaren Einkommens, 2001 – 2006²⁶

* einschließlich Zunahme betrieblicher Versorgungsansprüche

** Prognose für 2005 und 2006

Das **Geldvermögen** der österreichischen **privaten Haushalte** erreichte Mitte 2005 rund **EUR 345 Mrd.** Davon entfiel **mehr als die Hälfte** auf **Bargeld** und **Spareinlagen**. Dies bedeutet ein Plus von rund 3,4 % im Vergleich zum Ende des Jahres 2004.²⁷

Einen wesentlichen Indikator für die Entwicklung des Handels stellt die **Kaufkraft** der österreichischen Haushalte dar. Das nominelle Kaufkraftvolumen²⁸ der österreichischen Bevölkerung ist 2004 im Vergleich zum Vorjahr um 2,6 % je Einwohner auf rund EUR 13.800,00 gestiegen und somit stärker als der Durchschnitt der Verbraucherpreise (+2,1 %). Im Vergleich zu den Jahren davor, war die Erhöhung der nationalen Kaufkraft dabei aber ungleicher auf die Bevölkerung verteilt (Einkommenspolarisierung). Dies drückte sich auch im gleichzeitigen Anstieg der staatlichen Aufwendungen für Arbeitslosengeld und Notstandshilfe aus. Insgesamt stieg das absolute Kaufkraftvolumen, ohne Berücksichtigung des Bevölkerungszuwachses, um rund 3,1 %.²⁹

Die nominelle Kaufkraft pro Kopf im Jahr 2004 lag bei den **Ballungsräumen** rund um die Landeshauptstädte Österreichs im **Spitzenfeld**. Jedoch wiesen die Umlandregionen der Landeshauptstädte, bedingt durch die voranschreitende Suburbanisierung ebenfalls hohe Kaufkraftvolumina auf. Eine höhere Kaufkraft als Wien zeigte sich sogar im **Wiener Umland** (Nord und Süd). Die Regionen mit der geringsten ausgewiesenen Kaufkraft waren der Lungau, Osttirol, Oststeiermark und Oberkärnten.³⁰

²⁵ Vgl. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung 2005, o.S.

²⁶ Vgl. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung 2005, o.S.

²⁷ Vgl. Österreichische Nationalbank 2005, o.S.

²⁸ Die Kaufkraftzahlen auf Basis der KMU FORSCHUNG AUSTRIA – Regionaldatenbank beschreiben das am Wohnsitz erfasste Nettoeinkommen der in Österreich lebenden Bevölkerung. Die Berechnung dieses Nettoeinkommens erfolgt auf Basis der jeweils aktuellen amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken, sowie offizieller Statistiken zu den bedeutendsten Transfereinkommen und der Schattenwirtschaft.

²⁹ Vgl. Voithofer/Gittenberger 2006, S. 138

³⁰ Vgl. Voithofer/Gittenberger 2006, S. 138f

Abbildung 7 zeigt die Kaufkraft in Österreich regional verteilt.

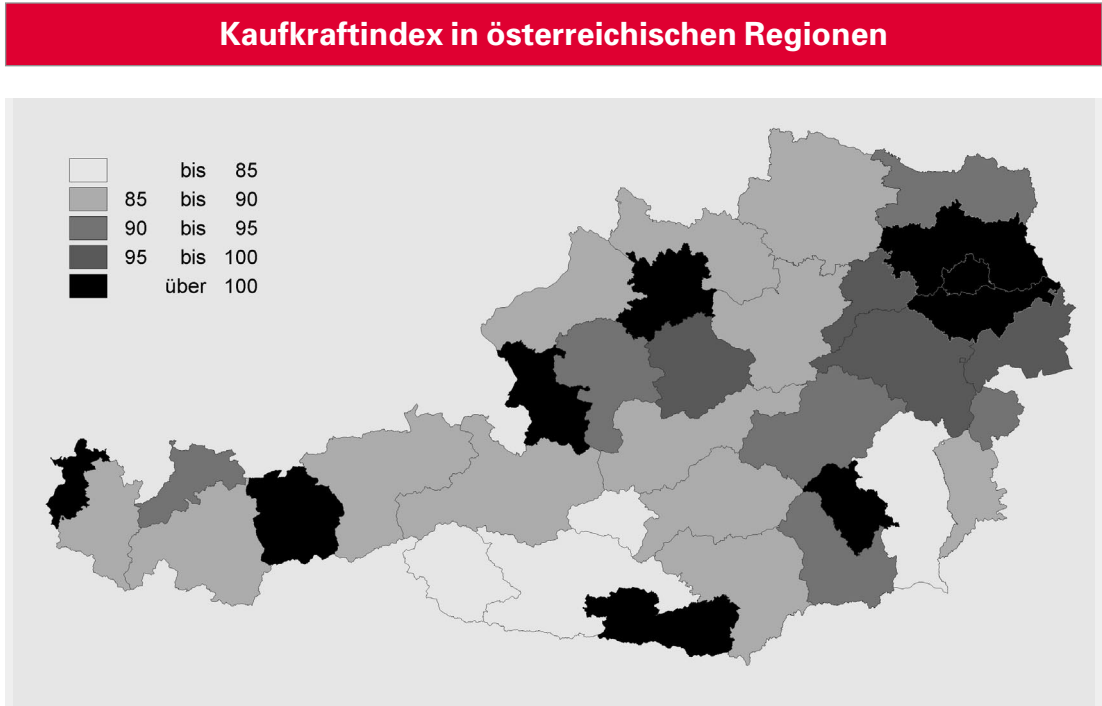


Abbildung 7: Kaufkraftindex in österreichischen Regionen (Index: Österreich = 100)³¹

Im Jahr 2003 wurde der größte Teil der österreichischen Konsumausgaben für Wohnung (ohne Heizkosten) und Verkehr bzw. Kommunikation verwendet. 41 % der Konsumausgaben tätigten die Österreicher in einzelhandelsrelevanten Ausgabenkategorien wie Ernährung, Körperpflege, Bekleidung und Einrichtung/Hausrat.³²

Hierbei ist jedoch einerseits zu berücksichtigen, dass gerade Produkte aus diesen Kategorien nicht unbedingt im Einzelhandel gekauft worden sind und andererseits ist es möglich, dass einzelhandelsrelevante Artikel in andere Kategorien miteinbezogen wurden.

³¹ Vgl. Voithofer/Gittenberger 2006, S. 138f
³² Vgl. BBE Data 2004, o.S.

Konsumausgaben der privaten Haushalte

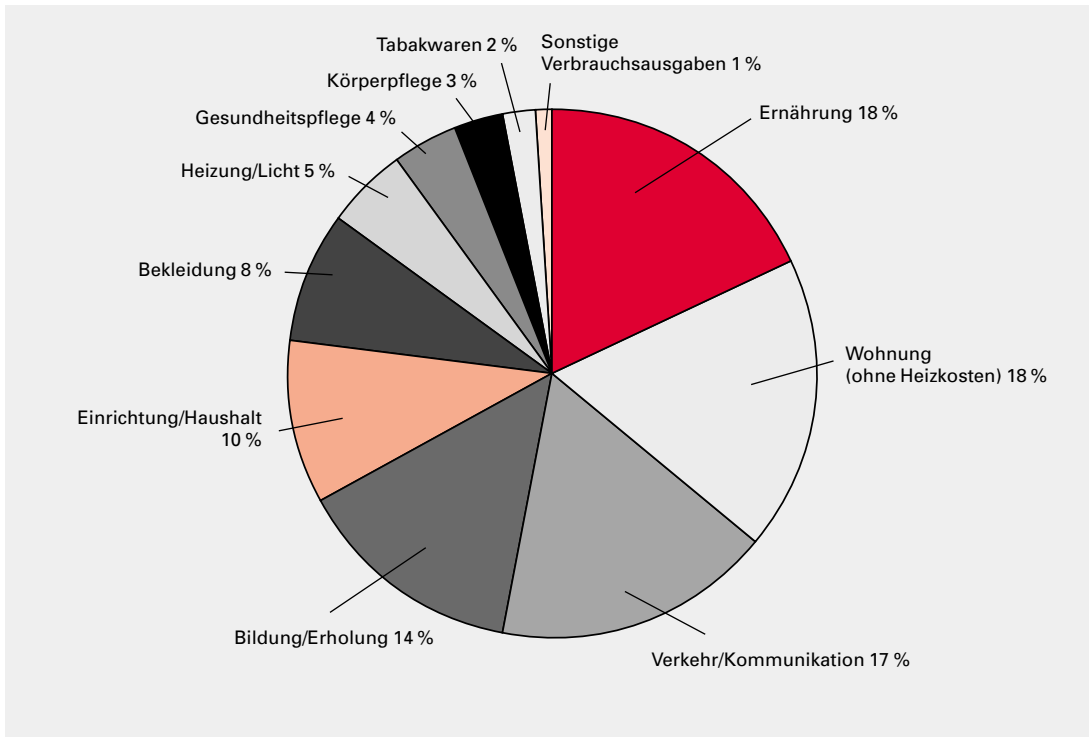


Abbildung 8: Konsumausgaben der privaten Haushalte in Prozent, 2003³³

In den nächsten Jahren ist mit einem **weiteren Rückgang** des **einzelhandelsrelevanten** Anteils am privaten Verbrauch zu rechnen. **Ausgabenerhöhungen** für den **Gesundheitsbereich, private Altersvorsorge, Freizeitaktivitäten, Bildung** und **Außer-Haus-Verzehr** gehen bei stagnierendem oder geringfügig steigendem privat verfügbarem Einkommen zu Lasten des Einzelhandelsumsatz am privaten Konsum.³⁴

Auch die **Mobilität** der österreichischen Bevölkerung ist ein entscheidender Einflussfaktor auf den österreichischen Handel, da der **Motorisierungsgrad** ausschlaggebend für die Wahl des Einkaufsortes ist. Einen wichtigen Indikator für die Motorisierung stellt der PKW-Bestand der österreichischen Bevölkerung dar.

Betrachtet man Abbildung 8, welche den Verlauf der Neuzulassungen von Personenkraftfahrzeugen in Österreich zeigt, so erkennt man einen langsamen aber stetigen, zyklischen Schwankungen unterworfenen Aufwärtstrend der Motorisierung in Österreich.³⁵

³³ Vgl. BBE Data 2005, o.S.

³⁴ Vgl. Zentes/Schramm-Klein/Neidhart 2005

³⁵ Vgl. Statistik Austria 2005c, o. S.

Neuzulassungen von PKW in Österreich

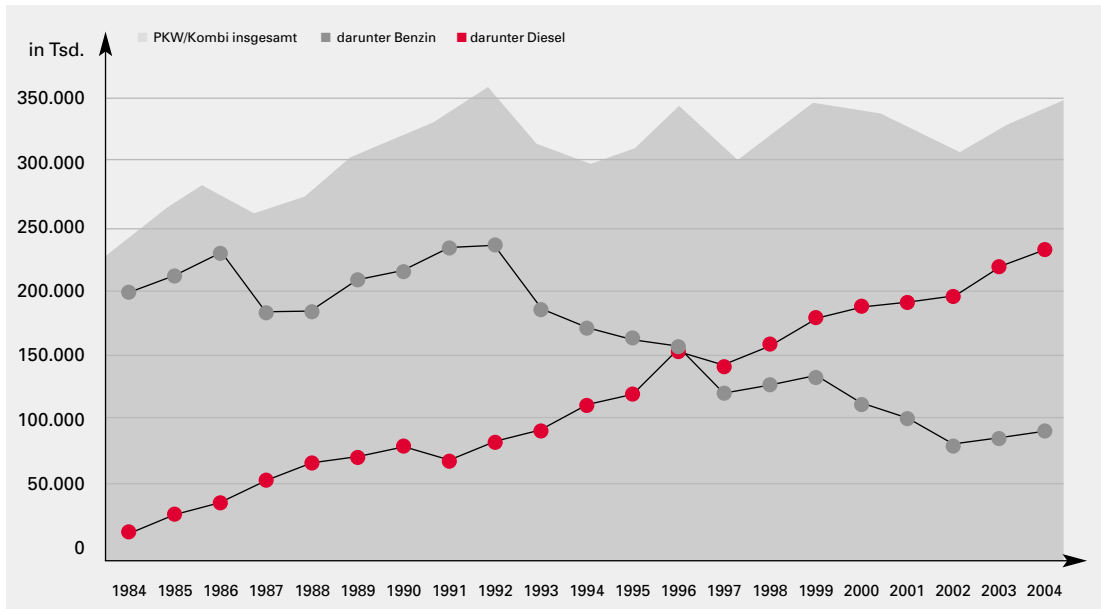


Abbildung 9: Neuzulassungen von PKW in Österreich³⁶

³⁶ Vgl. Statistik Austria 2005c, o. S.

4.2 Alles was recht ist – der Kaufvertrag³⁷

Das **Allgemeine Bürgerliche Gesetzbuch (ABGB)** stellt die zentrale Rechtsgrundlage des Privatrechts in Österreich dar. Das Privatrecht steht im Gegensatz zum öffentlichen Recht, welches immer dann zur Anwendung gelangt, wenn ein Mitglied mit Hoheitsgewalt in Ausübung dieser Hoheitsgewalt auftritt (zB der Staat). Das ABGB regelt zB die verschiedenen Verträge wie den **Kaufvertrag** und in diesem Zusammenhang etwa die **Gewährleistung**, den Werkvertrag, aber auch das **Schadenersatzrecht**, Angelegenheiten des Familienrechts oder des Erbrechts. Die Bestimmungen des ABGB gelten im gleichen Maße für Unternehmer und Verbraucher.³⁸

Gerade im Zusammenhang mit **Verbrauchergeschäften**³⁹ sind die Bestimmungen über den Kauf (§§ 1053ff ABGB), die Gewährleistungsrechte (§§ 922ff ABGB) oder die Bestimmungen über die Wirksamkeit von Vertragsbestimmungen in Form von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (insbesondere § 864a ABGB und § 879 Abs 3 ABGB) von Bedeutung. Besondere Regelungen für Verbrauchergeschäfte enthält das **Konsumentenschutzgesetz (KSchG)**.

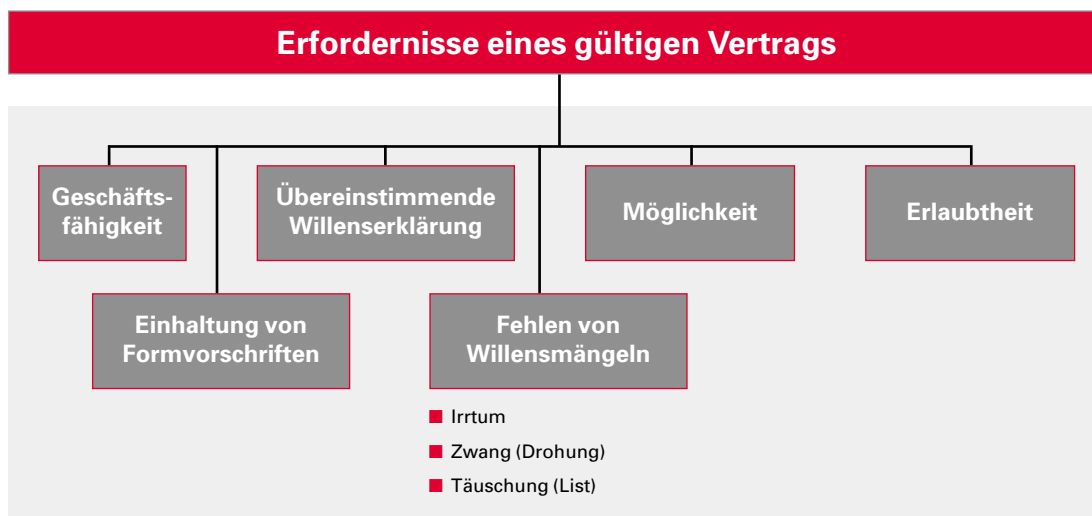


Abbildung 10: Erfordernisse eines gültigen Vertrags

Damit ein Vertrag, wie der Kaufvertrag (Veräußerungsvertrag) überhaupt seine Gültigkeit erlangt, müssen die folgenden „Erfordernisse eines gültigen Vertrages“ gegeben sein:⁴⁰

- Die **Geschäftsfähigkeit** der vertragsschließenden Parteien (§ 865 ABGB),
- eine **übereinstimmende Willenserklärung** (§ 869 ABGB),
- die **Möglichkeit** (§ 878 ABGB) des Vertragsinhalts,
- die **Erlaubtheit** (§ 879 ABGB) des Vertragsinhalts,
- die **Einhaltung von Formvorschriften** (§§ 883ff ABGB),
- und das **Fehlen von Willensmängeln** (§§ 870ff ABGB)
 - Irrtum
 - Zwang (Drohung)
 - Täuschung (List).

³⁷ Nähere Informationen und zahlreiche didaktische Anregungen und Strukturen zum Kaufvertrag finden sich im AWS-Medienpaket „Wirtschaft im Alltag“ (2005), <http://wko.at/aws>

³⁸ Vgl. VKI 2006, o.S.

³⁹ Verbrauchergeschäfte sind vereinfacht gesagt Geschäfte, die für den Verkäufer (Unternehmer) im Rahmen seines Betriebes abgewickelt werden, und bei denen der Käufer Konsument (Verbraucher) ist.

⁴⁰ Vgl. Leopold-Franzens Universität Innsbruck 2006, o. S.

Der Kauf ist heute wie damals praktisch das wichtigste und am häufigsten durchgeführte Rechtsgeschäft in der Wirtschaft. Der Kauf ist die endgültige rechtliche Übertragung einer Sache, nämlich des Kaufgegenstands.⁴¹ Durch einen Kaufvertrag wird eine Sache um eine bestimmte Summe Geld einem andern überlassen. Der Kaufvertrag gehört, wie der Tausch, zu den Titeln ein Eigentum zu erwerben. Der Eigentumserwerb erfolgt erst durch die Übergabe des Kaufgegenstandes. Bis zur Übergabe behält der Verkäufer das Eigentumsrecht. Dabei kommt der **Kaufvertrag** durch **bloße Willenseinigung (Konsens)** beider Vertragsparteien zustande. Zum gültigen Zustandekommen des Kaufvertrags braucht es nicht mehr. Ein realer Leistungsaustausch muss nicht erfolgen, dh. der Austausch von Kaufgegenstand und -preis hat keinen Einfluss auf das gültige Zustandekommen des Kaufvertrags.⁴²

Im Folgenden sollen die wichtigsten Kriterien eines Kaufvertrages noch einmal übersichtlich dargestellt werden:⁴³

- Der **Kaufvertrag** ist ein **Veräußerungsvertrag**.
- Es erfolgt laut § 1053 ABGB **Austausch der Ware gegen Geld**.
- Es ist ein **entgeltlicher, gegenseitiger Vertrag**.
- Praktisch ist er der **wichtigste Titel zum Eigentumserwerb**.
- Durch den Kaufvertrag **verpflichtet sich der Verkäufer zur Übergabe** und Übereignung einer Sache und der **Käufer zur Zahlung des Kaufpreises**.
- Kaufgegenstand können nur verkehrsfähige Sachen im Sinne des § 285 ABGB sein. Diese lassen sich in
 - körperliche oder unkörperliche Sachen (zB Forderungen)
 - bewegliche oder unbewegliche Sachen (zB Grundstücke)
 - Sachgesamtheiten (zB Unternehmen)einteilen.
- Der **Eigentumserwerb** setzt **Titel** (Kaufvertrag) und **Modus** (Übergabe/Grundbucheintragung/Zession) voraus.
- Der Kaufvertrag kommt **durch Einigung über Ware und Preis zustande** (Konsensualvertrag).
- Der Kaufvertrag benötigt keine bestimmte Form (**Formfreiheit**)⁴⁴.
- Der **Kaufpreis** darf **nicht unbestimmt** sein.

4.3 Nicht zu verwechseln – Gewährleistung und Garantie

Nach einem Kauf kann es passieren, dass neben den auf Anhieb zu erkennbaren Mängeln, es auch solche gibt, welche auch bei genauerer Prüfung der Ware nicht zu entdecken sind. Sollten Mängel⁴⁵ bei der Ware erst nach dem Kauf und bei späterer Prüfung auftauchen, kommt das **Gewährleistungsrecht** ins Spiel.

Wenn man eine Ware (zB ein Fernsehgerät) kauft oder einen Werkauftrag (zB das Aufstellen eines Kachelofens) beauftragt, kann man davon ausgehen, dass die Ware oder das Werk vereinbarungsgemäß und fehlerfrei übergeben wird. Die **Unternehmen** sind **bestrebt**, ihren Kunden die gekauften Güter in **einwandfreier Qualität** und zum **richtigen Zeitpunkt** zur Verfügung zu stellen. Natürlich kann manchmal „etwas passieren“. Dafür gelten dann die folgenden rechtlichen Regelungen.

⁴¹ Vgl. Leopold-Franzens Universität Innsbruck 2006, o. S.

⁴² Vgl. BKA/Rechtsinformationssystem 2006, o. S.

⁴³ Vgl. Gruber 2001, S. 3ff

⁴⁴ Notariatsaktspflicht besteht zB bei Kaufverträgen unter Ehegatten oder beim Erbschafts Kauf.

⁴⁵ Wer eine Ware oder eine Dienstleistung bestellt, geht davon aus, dass diese vereinbarungsgemäß (laut Vertrag, Werbeaussage, Gebrauchsanleitung) geliefert bzw. ausgeführt wird. Ist das nicht der Fall, spricht man von einem Mangel.

Das Recht der Gewährleistung ist das gesetzlich verankerte Recht vom Vertragspartner („dem Übergeber“) ein Einstehe für Mängel an der Sache zu fordern. Die Mängel müssen dabei zum **Zeitpunkt der Übergabe** der Sache **bereits vorhanden** gewesen sein.

Die Gewährleistung steht **jedem Konsumenten** (Verbraucher) gesetzlich zu und darf auch vom **Händler nicht eingeschränkt** werden, dh. der Übergeber kann dieses Recht gegenüber einem Verbraucher in keinem Vertrag (zB in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen, das „Kleingedruckte“) beschränken.⁴⁶ Der Übergeber (in der Regel der Händler), bei dem man kauft, muss **Verbesserung** oder **Austausch** kostenlos und in angemessener Frist erbringen. Gelingt dies nicht, kann der Konsument **Preisminderung** oder **Vertragsauflösung** (Ware zurück, Geld zurück) durchsetzen.⁴⁷

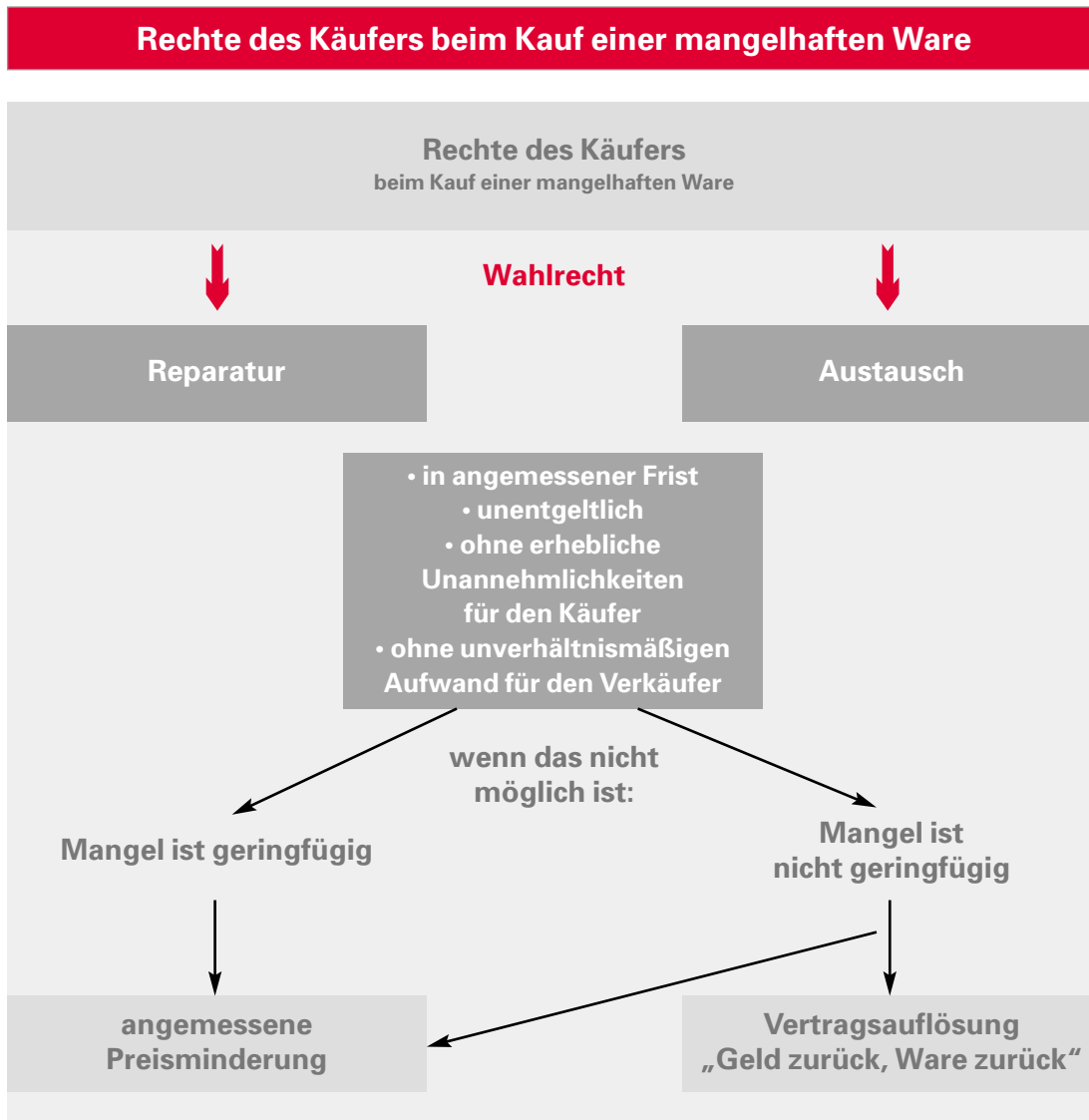


Abbildung 11: Rechte des Käufers beim Kauf einer mangelhaften Ware

⁴⁶ Einschränkungen lässt nur der § 9 Konsumentenschutzgesetz zu. Die Vereinbarung einer kürzeren als der gesetzlichen Gewährleistungsfrist ist unwirksam, doch kann bei der Veräußerung gebrauchter beweglicher Sachen die Gewährleistungsfrist auf ein Jahr verkürzt werden, sofern dies im Einzelnen ausgehandelt wird. Bei Kraftfahrzeugen ist eine solche Verkürzung nur dann wirksam, wenn seit dem Tag der ersten Zulassung mehr als ein Jahr verstrichen ist.

⁴⁷ Vgl. VKI/Konsument.at 2006, o. S.

Bemerkt der Konsument bei der Übergabe der Ware, dass diese einen **sichtbaren Mangel** aufweist, so sollte er die fehlerhafte Ware/Leistung **nicht entgegen nehmen**. Ein **sichtbarer Mangel** muss **sofort beanstandet** werden, da der Konsument sonst keine Gewährleistungsansprüche geltend machen kann. Sollte der Konsument die Ware bereits übernommen haben und den Mangel erst später entdecken, so kann er seine Rechte aus der gesetzlichen Gewährleistung gegen den Händler geltend machen. Sollte ein Mangel innerhalb von **sechs Monaten** ab Übergabe auftreten, so ist davon auszugehen, dass der Mangel auch **schon bei der Übergabe** der Ware vorhanden war. Der **Händler** trägt die **Beweislast** und muss beweisen, dass der Mangel bei Übergabe noch nicht vorhanden war. Kann der Händler dies nicht, so können die Gewährleistungsansprüche des Konsumenten gegen ihn geltend gemacht werden.⁴⁸



Abbildung 12: Gewährleistungsfristen

⁴⁸ Vgl. Arbeiterkammer Österreich 2004, o.S.

Die Gewährleistungsfrist läuft:

- bei **beweglichen** Sachen: **zwei Jahre**
- bei **beweglichen gebrauchten Sachen**: **mindestens ein Jahr** (wenn ausgehandelt)
- bei **unbeweglichen Sachen**: **drei Jahre** ab Übergabe
- bei **Abzahlungsgeschäften**: bis zur **Fälligkeit der letzten Teilzahlung**.

Ein **Beispiel** für den Fall der Gewährleistung wäre ein defekter Bildschirm eines Flachbildmonitors, welcher bereits beim Kauf defekt ist, und somit kein ruhiges Bild liefert.

Wie hat der Konsument in so einem Fall vorzugehen? Der Konsument sollte den erst nach der Übergabe entdeckten Mangel **sofort** dem Händler **schriftlich** (möglichst eingeschrieben) mitteilen und den Händler so auffordern **den Mangel zu beheben**. Hierbei sollte eine **konkrete Frist** von zB 14 Tagen gesetzt werden. Sollte der Konsument noch nicht den vollen Kaufpreis bezahlt haben, so kann er bis zur endgültigen Mangelbehebung einen Teil oder den gesamten noch offenen Betrag zurück behalten. Sollte der Konsument so keine außergerichtliche Einigung erzielen können, bleibt ihm nur noch die Klage bei Gericht. Diese Klage muss aber noch innerhalb der Gewährleistungsfrist bei Gericht eingebracht werden, sonst verfallen die Ansprüche des Konsumenten.

Doch welche **Gewährleistungsansprüche** gibt es für den Konsumenten? Sollte man ein defektes Produkt erworben haben, kann man vom Handelsunternehmen zunächst entweder kostenlose Verbesserung (zB **Reparatur**) oder **Austausch** der mangelhaften Sache verlangen. Das Unternehmen hat so eine zweite Chance, den vertragsgemäßen Zustand des Produktes herzustellen.

Eine Preisminderung oder eine Wandlung des Vertrages (dh. Geld zurück – Ware zurück) kann vom Konsumenten nur gefordert werden:

- Wenn die Reparatur des Produktes oder der Austausch nicht möglich ist,
- wenn die Reparatur oder der Austausch für das Unternehmen mit einem zu hohen Aufwand verbunden wäre,
- wenn das Unternehmen die Reparatur oder den Austausch in angemessener Frist nicht durchführt oder die Verbesserung fehlschlägt,
- wenn das Unternehmen die Reparatur oder den Austausch verweigert,
- wenn die Reparatur oder der Austausch für den Kunden mit erheblichen Unannehmlichkeiten verbunden wären, oder
- wenn die Reparatur oder der Austausch seitens des Händlers aus triftigen Gründen unzumutbar ist.⁴⁹

Das Recht auf Wandlung steht dem Konsumenten zudem nur dann zu, wenn es sich nicht bloß um einen geringfügigen Mangel handelt (§ 932 ABGB).

Im Gegensatz zur Gewährleistung ist die **Garantie** ein **vertraglich eingeräumtes Versprechen**, welches in der Regel vom **Hersteller** des Produktes (und nicht des Vertragspartners wie zB dem Handel) eingeräumt wird – für Mängel, die an einer Sache bzw. einem Produkt, welche während der Garantiezeit auftreten, entsprechend der Garantieerklärung einzustehen. Dies bedeutet jedoch keineswegs, dass alle Garantieleistungen kostenlos sind. Daher ist das Versprechen einer „Garantie“ **nie ein Ersatz** für das **Gewährleistungsrecht**, das im Gesetz steht, sondern die **Garantie gilt zusätzlich**.⁵⁰ Meistens beschränkt sich die Garantie auf die **Verlängerung der gesetzlichen Gewährleistungsansprüche**, häufig steht aber der Veräußerer auch dafür ein, dass innerhalb des Garantiezeitraumes keine Mängel auftreten. Im Gegensatz zur Gewährleistung muss der **Käufer nicht beweisen**, dass der **Mangel** schon bei der Ablieferung **vorhanden** war, wenn die erworbene Sache innerhalb der vereinbarten Garantiefrist mangelhaft wird.⁵¹

⁴⁹ Vgl. Arbeiterkammer Österreich 2004, o. S.

⁵⁰ Vgl. Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz 2004, o. S.

⁵¹ Vgl. Welsch/Welsch 1996, S. 57

4.4 Umweltschutz

Um die ökologisch orientierten Verbraucherwünsche zu erfüllen muss sich die Wirtschaft einer ökologisch, sozial orientierten Marktwirtschaft annähern, um so die Durchsetzung eines Wertstoff-Kreislaufs durchzusetzen. Dieser beinhaltet:

- Die Abfallvermeidung,
- die Abfallreduktion sowie
- die Abfallverwertung (zB Wiederaufbereitungs-Werkstätten im Handel).⁵²

Nach Paragraph 3 Absatz 1 der Verpackungsverordnung 1996 sind „Hersteller, Importeure, Abpacker und Vertreiber (dh. der Händler) von Transport- oder Verkaufsverpackungen [...] verpflichtet, Transportverpackungen sowie Verkaufsverpackungen nach Gebrauch unentgeltlich zurückzunehmen [...].

Absatz 3 desselben Paragraphen regelt, dass „Hersteller, Importeure, Abpacker und Vertreiber verpflichtet sind, vom Letztverbraucher gebrauchte Verkaufsverpackungen in oder im Bereich der Abgabestelle unentgeltlich zurückzunehmen. Diese Verpflichtung beschränkt sich auf Verpackungen der gleichen Art, Form und Größe von Waren und Gütern, die jeweils in Verkehr gesetzt werden.“

Paragraph 4 Absatz 1 beinhaltet **spezielle Bestimmungen** für den **Einzelhandel**: „Wer Transport- oder Verkaufsverpackungen auch an Letztverbraucher abgibt, hat jedenfalls für diese Verpackungen **nachweislich** an einem **Sammel- und Verwertungssystem teilzunehmen** [...] soweit nicht bereits ein vorgelagerter Hersteller, Importeur, Abpacker oder Vertreiber nachweislich für die jeweils übergebenen Verpackungen an einem Sammel- und Verwertungssystem teilnimmt und dies schriftlich bestätigt.“⁵³

Die Umweltorientierung im Handel setzte erst mit zeitlicher Verzögerung ein. Ein Grund dafür liegt in der Tatsache, dass der Handel, von der Handelsmarkenproduktion einmal abgesehen, nicht als Produzent auftritt und damit auch keine größeren Mengen an Rohstoffen verbraucht und so die Umwelt durch Emissionen belastet.

Heutzutage hat sich der Handel in Österreich aber prinzipiell an bestimmte Verpflichtungen zur Verpackungsmaterial-Wiederverwertung zu halten. So wurde in Österreich bereits 1993 die Altstoff Recycling Austria AG (**ARA**) gegründet. Das System der ARA basiert auf der Grundidee, dass Unternehmen die jeweiligen Verpflichtungen, welche durch die Verpackungsverordnung anfallen, im Rahmen eines Lizenzvertrages an die ARA abgeben.⁵⁴

Die Experten sind sich einig: Es soll **nur so viel Verpackung eingesetzt werden**, wie auch nötig ist. Durch das ARA System konnten im Jahr 2004 743.750 Tonnen an gebrauchten Verpackungen eingesammelt und davon 687.493 Tonnen wiederverwertet werden.

⁵² Vgl. Eggert 1999b, S. 120

⁵³ Vgl. BGBl. II Nr. 440/2001

⁵⁴ Vgl. KMU FORSCHUNG AUSTRIA/WU/WKO/IHS 2003, S. 73

Gerade wenn es um das Thema Verpackung geht, sind Industrie und Handel immer wieder heftiger Kritik ausgesetzt. Im Jahr 2002 wurde von der Österreichischen Bundesregierung die „Österreichische Nachhaltigkeitsstrategie“ als Antwort auf die europäische „Strategie für die nachhaltige Entwicklung“ beschlossen. Seither hat sich im Bereich der Verpackungsoptimierung vieles getan, was zu einer **Ressourcenschonung** und **Abfallvermeidung** führt und so dem Anspruch auf Nachhaltigkeit nachkommt. Spricht man von Nachhaltigkeit, reicht es aber nicht aus, eine einzelne Stufe im Distributionssystem zu betrachten, vielmehr muss die **gesamte Wertschöpfungskette ganzheitlich vom Hersteller zum Letztverbraucher bis hin zur Entsorgung betrachtet werden**, damit Nachhaltigkeit auch ökonomisch Sinn macht, denn Maßnahmen im gesamten Distributionssystem senken letztendlich Kosten für jedes einzelne Glied entlang dieser Kette.⁵⁵

In Deutschland begegnete man der Thematik rund um die ökologische Nachhaltigkeit mit der Einführung eines Pfand-Systems für jegliche Gebindearten. Laut Schätzungen hat die Einführung dieses Systems in Deutschland mit rund EUR 1,5 Mrd. sehr hohe Kosten an Investitions- und Betriebskosten verursacht, da das gesamte System über den Handel läuft. Aufgrund des **Erfolgs des ARA Systems** in Österreich, welches effizient betrieben wird, ist nicht davon auszugehen, dass ein ähnliches System auch hier eingeführt wird.⁵⁶

⁵⁵ Vgl. ARA System 2005, S. 5ff

⁵⁶ Vgl. KMU FORSCHUNG AUSTRIA/WU/WKO/IHS 2003, S. 73

LITERATURZEICHNIS

- **ARA System (2005):** Heute für Morgen. In: TRENNT. Das Magazin des ARA Systems. 2005 (4), S. 5-7.
- **Arbeiterkammer Österreich (2004):** Konsumenteninfo. Konsumentenrecht. Online im Internet: <http://www.arbeiterkammer.com/pictures/Konsumentenrecht.pdf> (Stand: 06. 2004; Abfrage: 24.01.2006; [MEZ]; 15:30), S. 1-36.
- **BBE Data (2005):** Verbraucherausgaben der privaten Haushalte.
- **BKA/Rechtsinformationssystem (2006):** Bundesrecht. Online im Internet: <http://www.ris.bka.gv.at/bundesrecht/> (Stand: 24.01.2006; Abfrage: 24.01.2006; [MEZ]; 15:20 Uhr).
- **Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (2004):** Richtig Reklamieren. Gewährleistung und Garantie. Online im Internet: <https://broschuerenservice.bmsg.gv.at/PubAttachments/REKLAMIEREN.pdf> (Stand: 01.2004; Abfrage: 24.01.2006; [MEZ]; 15:40 Uhr), S. 1-8.
- **Eggert, Ulrich (1999a):** Konsumenten-Trends. Worauf Sie sich einstellen müssen, um Erfolg zu haben. Regensburg/Düsseldorf: Metropolitan.
- **Eggert, Ulrich (1999b):** Mega-Trends im Verkauf. Was sich in Gesellschaft, Handel und Vertrieb ändert. Regensburg/Düsseldorf: Metropolitan.
- **Eurostat (2005):** Online-Datenbank. Beschäftigungsquote.
- **Gruber, Michael (2001):** Besonderes Vertragsrecht. Online im Internet: http://www.sbg.ac.at/oep/lehrveranstaltungen/burgerliches_recht_ii/vlgruber/fohlen_kaufvertrag.ppt (Stand: 09.09.2001; Abfrage: 11. Dezember 2005 [MEZ]; 11:30 Uhr).
- **Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger (2004):** Monatliches Bruttoeinkommen der Österreicher/innen.
- **Hehenberger, Christian (1997):** Die Zukunft fest im Griff. Trends, die unser Leben und die Wirtschaft verändern. Eine weltweit einzigartige Umsetzung von Trends in Unternehmens- und Marketingkonzepte. 3. Auflage, Pregarten: Institut für Marketing und Trendanalysen.
- **KMU FORSCHUNG AUSTRIA/WU/WKÖ/IHS (2003):** Handelsstudie. Perspektiven für den österreichischen Handel. Analysen, Fallstudien, wirtschaftspolitische Implikationen. Wien: Kremayer & Scheriau.
- **Leopold-Franzens Universität Innsbruck (2005):** Zivilrecht Online. Kapitel 2. Online im Internet: http://www2.uibk.ac.at/zivilrecht/buch/kap2_0.xml#Abschluss%20desKaufvertrags (Stand: 2006; Abfrage: 24.01.2006; [MEZ] 15:00).
- **Maurer, Rudolf (2002):** Die Zukunft des Handels. Teil1. In: Horx, Matthias (Hrsg.): Die Zukunft des Handels. Wien: Zukunftsinstitut.

- **Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (2005):** Sparquote der privaten Haushalte.
- **Österreichische Nationalbank (2005):** Geldvermögen.
- **Statistik Austria (2004):** Statistisches Jahrbuch Österreichs 2005. Wien: Statistik Austria.
- **Statistik Austria (2005a):** Haushalte, Familien. Trend zum Singlehaushalt, in Wien mit durchschnittlich 1,96 Personen kleinste Haushaltsgröße Österreichs. Online im Internet: http://www.statistik.at/fachbereich_03/haushalt_txt.shtml (Stand: 22.06.2004; Abfrage: 28.11.2005; [MEZ] 12:00Uhr).
- **Statistik Austria (2005b):** Einkommen, Armut und Lebensbedingungen – Ergebnisse aus EU-SILC 2003 in Österreich. Wien: Statistik Austria.
- **Statistik Austria (2005c):** Kfz-Bestand. Neuzulassungen 1983-2004. Online im Internet: <http://www.statistik.at/raumwirtschaft/kfzgrafik3.shtml> (Stand: 26.01.2005; Abfrage: 28.09.2005; [MEZ] 12:20 Uhr).
- **VKI (2006):** Verbraucherrecht.at. Online im Internet: <http://www.verbraucherrecht.at> (Stand: 27.03.2006; Abfrage: 27.03.2006; [MEZ] 13:20).
- **VKI/Konsument.at (2006):** Gewährleistung 2002. Früher sechs Monate, jetzt zwei Jahre. Online im Internet: <http://www.konsument.at/konsument/detail.asp?category=&id=11127&text=text1> (Stand: 24.01.2006; Abfrage: 24.01.2006; [MEZ]; 15:30 Uhr).
- **VKI/Verbraucherrecht.at (2006):** Allgemeines Konsumentenrecht. Rechtsgrundlagen. Online im Internet: <http://www.verbraucherrecht.at/development/typo/test/index.php?id=537> (Stand: 2006; Abfrage: 28. Februar 2006 [MEZ]; 11:10 Uhr).
- **Voithofer, Peter/Gittenberger, Ernst (2006):** Der österreichische Handel 2005. Daten – Fakten – Analysen. Frankfurt/Main: Peter Lang.
- **Wallace, Paul (2005):** Das Altersbeben. In: GDI_ IMPULS, 2005 (1), 6-12.
- **Welser, Rudolf/Welser, Irene (1996):** Die Haftung aus Kaufvertrag und Werkvertrag. Gewährleistung, Garantie, Schadensersatz, Produkthaftung. 1. Auflage, Wien: Creditanstalt-Bankverein.
- **Zentes, Joachim/Swoboda, Bernhard (1998):** Trends & Visionen: Wo wird im Jahre 2005 Handel „gemacht“? In: Zentes, Joachim/Liebmann, Hans-Peter (Hrsg.) HandelsMonitor II/98. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag, 1-147.
- **Zentes, Joachim/Schramm-Klein, Hanna/Neidhart, Michael (2005):** Expansion, Konsolidierung, Rückzug. Trends, Perspektiven und Optionen im Handel. In: Zentes, Joachim/ Liebmann, Hans-Peter (Hrsg.): HandelsMonitor 2005/06. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag, 1-179.