



newsletter

Dr. Ivo Rungg / Dr. Stefan Albiez, Wien-Innsbruck, Dezember 2007



Alles neu beim UWG?

Nun ist es also soweit. Die EU Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG, RL-UGP) wurde durch eine Novelle des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in österreichisches Recht umgesetzt. Diese Novelle tritt mit 12. Dezember 2007 in Kraft und betrifft in erster Linie die Bestimmungen zum sittenwidrigen und irreführenden Verhalten. Obwohl der Novelle in Fachkreisen Diskussionen zur Notwendigkeit einer Änderung des UWG durch die RL-UGP vorausgegangen sind, ist nun doch eine durchgehende Neufassung der ersten beiden Paragraphen des UWG herausgekommen.

Stärkung des Verbraucherschutzes

Ziel der RL-UGP war neben einer Angleichung der Vorschriften über unlautere Geschäftspraktiken im EU-Binnenmarkt primär der Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher. Die Vorschriften des Konsumentenschutzgesetzes (KSchG) blieben aber durch die Umsetzung der RL-UGP unberührt.



„Schwarze Liste“ unlauterer Handlungen

Die UWG-Novelle sieht nun eine neue Generalklausel für unlautere Geschäftspraktiken vor, wobei zwischen Unternehmen und Verbrauchern als Adressaten unterschieden wird. Eine unlautere Praktik zum Nachteil von Unternehmen ist verfolgbar, wenn sie geeignet ist, den Wettbewerb nicht nur unerheblich zu beeinflussen. Im Hinblick auf Verbraucher ist eine unlautere Praktik verfolgbar, wenn sie den Erfordernissen beruflicher Sorgfalt widerspricht und bezüglich einem Produkt geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

In der Folge verbietet das UWG neu als Unterformen der unlauteren Geschäftspraktiken aggressive (bis dato sittenwidrige) und irreführende Geschäftspraktiken, deren Bestimmungen jeweils durch einen Katalog von

konkreten Beispielen ergänzt werden.

Damit dreht das UWG neu die Systematik der bisherigen Prüfung der Wettbewerbskonformität um. Künftig ist bei der Prüfung, ob eine Wettbewerbshandlung dem UWG entspricht, zuerst zu überprüfen, ob eines der Katalogbeispiele darauf zutrifft. Erst wenn das nicht der Fall ist, folgt eine Prüfung nach den allgemeinen Bestimmungen zu irreführenden oder aggressiven Geschäftspraktiken.

Schließlich muss noch geprüft werden, ob die Handlung nicht unter die Generalklauseln fällt, um sicher zu gehen, dass damit kein Wettbewerbsverstoß verbunden ist. Damit sollen die Bestimmungen zu irreführenden und aggressiven Geschäftspraktiken klarer und transparenter als bisher geregelt werden.

Der Beispielskatalog, auch als „schwarze Liste“ bezeichnet, umfasst eine Aufzählung von 31 unlauteren (irreführenden und aggressiven) Geschäftspraktiken. Danach sind beispielsweise irreführend

- unrichtige Behauptungen darüber, dass ein Produkt nur eine begrenzte Zeit erhältlich sei, um den Verbraucher zu einer sofortigen Kaufentscheidung zu verleiten;
- die Präsentation von dem Verbraucher gesetzlich zustehenden Rechten als Besonderheit des Angebots;
- unrichtige Behauptungen, dass ein Produkt Krankheiten heilen könne, oder unrichtige Behauptungen über Art oder Ausmaß einer Gefahr für die persönliche Sicherheit des Umworbene für den Fall, dass er das Produkt nicht kauft.

Aggressive Geschäftspraktiken sind etwa

- das Erwecken des Eindrucks, der Umworbene könne die Geschäftsräumlichkeiten ohne Vertragsabschluss nicht verlassen;
- hartnäckiges und unerwünschtes Ansprechen über Telefon, Fax oder E-Mail;
- direkte Aufforderung an Kinder, ein bestimmtes Produkt zu kaufen oder ihre Eltern zum Kauf des Produkts zu überreden.

Was eine aggressive oder irreführende Geschäftspraktik ist, bleibt im Wesentlichen unverändert, sodass auch die bestehende Judikatur weiterhin relevant bleibt.

Die gesetzlichen Bestimmungen zur Irreführung wurden durch die Novelle ausgebaut. So wird nun etwa geregelt, welche Informationen eine Aufforderung an Verbraucher zum Kauf enthalten muss. Und es gibt nun auch eine eigene Bestimmung zur Werbung mit (freiwilligen) Verhaltenskodizes. Danach handelt ein Unternehmer dann irreführend, wenn

er sich in der Werbung auf seine Verpflichtungen aus einem Verhaltenskodex beruft, diese aber dann nicht einhält.

Weitere Änderungen

Einer der heiß umkämpften Punkte der Novelle war der Auskunftsanspruch von klagsbefugten Einrichtungen gegenüber Unternehmen, die Post- oder Telekommunikationsdienste anbieten. Diese Unternehmer sind künftig auf begründetes Verlangen verpflichtet, über die Identität von Inhabern geheimer Rufnummern oder Postfächern Auskunft zu geben.

Entgegen dem europäischen Trend hat die Novelle keine Änderungen der österreichischen Zugabenregelungen gebracht. Das grundsätzliche Zugabenverbot bleibt damit aufrecht.

Fazit

Ziel der Novelle ist in erster Linie eine strukturelle und begriffliche Anpassung an die RL-UGP ohne weitgehende inhaltliche Änderungen. Inwieweit sich aus der Interpretation der durchgehend neu gefassten, für das Wettbewerbsrecht zentralen Bestimmungen des Verbotes unlauterer oder irreführender Geschäftspraktiken aber nicht doch auch weitergehende Auswirkungen auf die Werbepaxis ergeben, wird erst die Judikatur zu den neuen Bestimmungen zeigen.

Kontakt

Dr. Ivo Rungg / Dr. Stefan Albiez

www.bgnet.at

Hinweis: Dieser Newsletter stellt lediglich eine generelle Information und keineswegs eine Rechtsberatung von Binder Grösswang dar. Der Newsletter kann eine individuelle Rechtsberatung nicht ersetzen. Binder Grösswang übernimmt keine Haftung, gleich welcher Art, für Inhalt und Richtigkeit des Newsletter.



www.bgnet.at | [antwort](#) | [weiterleiten](#) | [impressum](#) | [abmelden](#)