

Erläuterungen

Allgemeiner Teil

Hauptgesichtspunkte des Entwurfes:

Im Mahnschreiben der Europäischen Kommission (EK) vom 26. September 2013 C(2013) 6080 final, Vertragsverletzungsverfahren Nr. 2013/2168, wird die Auffassung vertreten, dass die Republik Österreich ihre Verpflichtungen aus der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken (RL-UGP) nicht vollständig erfüllt habe.

Es ist nach Beurteilung aller Umstände davon auszugehen, dass die EK im laufenden Vorverfahren von dieser Meinung nicht abgehen und gem. Art. 258 Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), BGBl. III Nr. 86/1999 in der geltenden Fassung, eine Klage beim EuGH erheben wird. Mögliche Konsequenzen eines der Klage stattgebenden Urteils des EuGH werden in Art. 260 AEUV geregelt.

Es ist darüber hinaus nach Analyse der bisherigen EuGH-Entscheidungen zur Umsetzung der RL-UGP in nationales Recht davon auszugehen, dass in dem zu erwartenden EuGH-Verfahren den seitens Österreichs im bisherigen Schriftverkehr angeführten Argumenten, die sich an den österreichischen Legistischen Richtlinien orientieren, nicht gefolgt und die Klage der EK nicht abgewiesen werde. Zur möglichen Vermeidung eines wenig zielführenden Verfahrens vor dem EuGH sollte das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 (UWG) somit bereits jetzt entsprechend den Vorschlägen der EK abgeändert werden. Ein entsprechendes Mahnverfahren gibt es auch in Deutschland.

Finanzielle Auswirkungen:

Keine.

Kompetenzgrundlage:

Die Zuständigkeit des Bundes zur Umsetzung der gegenständlichen Richtlinie im Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 8 B-VG („Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes“).

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:

Keine.

Besonderer Teil

Zu Z 1 (§ 1a Abs. 2):

Die in § 1a Abs. 2 UWG nun neu aufgenommenen Tatbestände wurden ohnedies bereits vom ursprünglichen Gesetzeswortlaut abgedeckt und in der Judikatur jeweils geprüft. Dennoch werden diese in Art. 9 lit. a bis e RL-UGP angeführten Tatbestände, auf die bei der Feststellung aggressiver Geschäftspraktiken abzustellen ist, nun expressis verbis in das UWG übernommen.

Nach Erwägungsgrund 16 zur RL-UGP sollten die Bestimmungen über aggressive Geschäftspraktiken „solche Praktiken einschließen, die die Wahlfreiheit des Verbrauchers wesentlich beeinträchtigen. (...)“.

Unzulässig sind beispielsweise gem. § 1a Abs. 2 Z 5 „Drohungen mit rechtlich unzulässigen Handlungen“, da es sich dabei um Praktiken handelt, die sich der Belästigung, der Nötigung, einschließlich der Anwendung von Gewalt, und (konkret nur) der unzulässigen Beeinflussung bedienen.

Nach Ansicht der EK sei die ausdrückliche Umsetzung von Art. 9 lit. a bis c und e RL-UGP im UWG aus Gründen der Transparenz und Rechtssicherheit erforderlich.

Zu Z 2 und 3 (§ 2 Abs. 4 und 5):

Auch die vorgesehenen Ergänzungen in § 2 Abs. 4 und 5 des Entwurfs dienen nach Ansicht der EK der Klarstellung und Rechtssicherheit. Entsprechend ihrer Auffassung ist die weitergehende Umsetzung der Art. 7 Abs. 2 und 3 RL-UGP „von großer Bedeutung für die Beurteilung, ob eine Unterlassung als irreführend angesehen werden kann.“ Demnach sei der bisher gewählte übergeordnete Begriff in der nationalen Bestimmung nicht ausreichend für eine derartige Beurteilung. Daher wird der bisherige Tatbestand: „Vorenthalten einer wesentlichen Information“ durch § 2 Abs. 4 Z 2 konkretisiert. Ein derartiges „Vorenthalten“ liegt daher auch vor, wenn wesentliche Informationen verheimlicht, auf unklare, unverständliche, zweideutige Weise oder nicht rechtzeitig bereitgestellt werden oder ihr kommerzieller Zweck nicht kenntlich gemacht wird. Weiters ist laut EK in § 2 Abs. 4 Z 2 der Tatbestand

betr. die Kenntlichmachung des „kommerziellen Zwecks“ dahingehend klarzustellen, dass eine irreführende Unterlassung durch das Vorenthalten einer wesentlichen Information auch dann vorliegt, wenn der Unternehmer nach Art. 7 Abs. 2 RL-UGP „den kommerziellen Zweck der Geschäftspraxis nicht kenntlich macht, sofern er sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und dies jeweils einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte.“ Damit ist der im UWG bereits bisher verankerte Grundsatz, wonach das Tarnen von Werbemaßnahmen dem Wahrheitsgrundsatz widerspricht (zB *Anderl/Appl in Wiebe/ G. Kodek*, Kommentar zum UWG (2012) § 2 Rz 502 f.) in § 2 Abs. 4 Z 2 nun ausdrücklich gesetzlich zu verankern.

Wie in § 2 Abs. 5 zweiter Satz ausdrücklich vorgesehen, ist im Rahmen der Beurteilung, ob bei der Geschäftspraxis im verwendeten Kommunikationsmedium Informationen vorenthalten wurden, bei der Berücksichtigung der Beschränkungen des Kommunikationsmediums die Prüfung der „räumlichen und zeitlichen“ Beschränkungen für eine hinreichende Umsetzung erforderlich. Wesentliches Tatbestandsmerkmal ist auch die Berücksichtigung aller Maßnahmen, die der Unternehmer „getroffen hat, um den Verbrauchern die Informationen anderweitig zur Verfügung zu stellen“.

Zu Z 4 (§ 2 Abs. 6 Z 6):

Da bei der Umsetzung von Richtlinien im Jahr 2007 im Bereich des Verbraucherschutzes der Begriff „Widerrufsrecht“ generell mit dem in Österreich gebräuchlichen Begriff „Rücktrittsrecht“ umgesetzt wurde, kann grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass in § 2 Abs. 6 Z 6 UWG nur die Rücktrittsrechte genannt werden müssen, wenngleich die UGP-RL auf Rücktritts- oder Widerrufsrechte Bezug nimmt.

Um Zweifelsfälle auszuschließen, die sich etwa bei Anwendbarkeit ausländischen Rechts ergeben könnten, sollen in Zukunft in § 2 Abs. 6 Z 6 UWG ausdrücklich auch die Widerrufsrechte erwähnt werden. Eine inhaltliche Änderung ist damit nicht verbunden.

Zu Z 5 (§ 2a Abs. 1 und 2):

Der Inhalt des § 2a Abs. 2 Z 2 a.F. UWG ist mit der RL-UGP und der Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung nicht mehr vereinbar und sollte daher aufgehoben werden.

Aufgrund dieser erforderlichen Streichung ergibt sich nun die formale Notwendigkeit, den Begriffsinhalt „vergleichender Werbung“ iSd Art. 2 lit. c Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung in Abs. 1 systematisch richtig einzupassen. Dies führt aber zu keiner inhaltlichen Änderung.

Zu Z 6: (§ 30 UWG):

Seitens der Kommission wird die Auffassung vertreten, dass sich § 30 UWG (Verbot des Hinweises auf eine Konkursmasse beim Verkauf von Waren) hins. Inhalt und Zweck dieser Bestimmung zwar mit Anhang I Nr. 7 RL-UGP überschneidet bzw. ein Unterfall dieser Ziffer ist, aber dennoch nicht in dieser Form per se verboten werden soll. Im Ergebnis werden daher praktische Fälle des Hinweises auf eine Konkursmasse beim Verkauf von Waren, obwohl diese aber nicht mehr zum Bestand der Konkursmasse gehören, voraussichtlich unter Ziffer 7 des Anhangs fallen oder unter dem generellen Verbot irreführender Geschäftspraktiken zu prüfen sein.

Zu Z 7 (§ 34 Abs. 2):

Diese Änderung dient einer redaktionellen Richtigstellung.

Zu Z 8 (§ 44 Abs. 9):

Hier wird die Außerkrafttretensbestimmung zu § 30 UWG verankert.