



Herabsetzung § 7 UWG

- **Normzweck**
- **Regeltatbestand**
 - zu Zwecken des Wettbewerbs
 - Tatsachen
 - die unternehmensbezogen sind
 - behauptet oder verbreitet
 - Schädigungseignung
 - Beweislastumkehr



Herabsetzung § 7 UWG Tatsachen

- **Objektive Nachprüfbarkeit**
- **Tatsachenkern**
- **Mehrdeutigkeitsregel**
- **konkludente Äußerungen**
- **Beispiele**
- **reine Beschimpfungen und Verspottungen: § 1 UWG**

Herabsetzung § 7 UWG weitere Tatbestandsmerkmale

- Unternehmensbezug (geschäftliche Verhältnisse eines anderen)
- weite Auslegung
- Behaupten und Verbreiten der Tatsache
- Schädigungseignung

Herabsetzung

§ 7 UWG Beweislastumkehr

- **Beweislastumkehr entscheidendes Element**
 - Unterschied zum bürgerlichen Recht
 - § 1330 Abs 2 ABGB
 - Beweis der Wahrheit muss im Wesentlichen erbracht werden
 - Gutgläubigkeit schützt nicht
 - anders bei vertraulichen Mitteilungen (Abs 2)



Vergleichende Werbung I

- **Definition**
- **„Standort“: zwischen § 2 und § 7 und dem Schutz der Mitbewerberinteressen und der Verbraucherinteressen**
- **Geschichte**
- **RL der EG**

Vergleichende Werbung II

- **Grundsätzliche Zulässigkeit**
 - keine Irreführungen
 - keine Herabsetzungen
 - Sachlichkeit - Vorsicht: kaum „Schmäh“ zulässig
 - Spezielle Anforderungen: Ursprungsbezeichnungen

Zum Ende des Zugabenverbots und eines Großteils der Ausverkaufsreglementierung

- **§ 9a alt - Regelungsinhalt: Grobüberblick**
 - Zugaben an Verbraucher
 - Verschärftes Verbot bei Zugaben zu periodischen Druckwerken
 - Zugaben an Unternehmer
 - Ausnahmen vom Zugabenverbot Abs 2

Zugaben und Ausverkäufe II

- **Was ist eine Zugabe?**
 - Werbe oder Lockmittel
 - Nebenleistung
 - Gegenstand der Zugabe
 - Akzessorietät
 - Unentgeltlichkeit
 - Scheinpreis?

Zugaben und Ausverkäufe III

- **Normzwecke?**
 - Preisverschleierung
 - Sachlichkeitsgrundsatz
 - Schutz vor Übersteigerungen
 - Sondergesichtspunkte

Zugaben und Ausverkäufe IV

- **Das Zugabenverbot ist tot!**
 - EuGH 9.11.2010, Rs C-540/08 – Fußballer des Jahres
 - widerspricht UGP-RL
 - RL Vollharmonisierung
 - Zugabenverbot ist Per-se-Verbot
 - Nach RL sind das aber nur die Anhangverbote
 - OGH folgt dem in richtlinienkonformer Auslegung (15.2.2011, 4 Ob 208/10g – Fußballer des Jahres IV)

Zugaben und Ausverkäufe V

- **Gesetzgeber hebt das Zugabenverbot mit KaWeRÄG 2012 BGBl I 2013/13 auf**
 - Nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch gegenüber Unternehmern
 - Zugaben daher nur mehr dann verboten, wenn sie im Einzelfall irreführend oder aggressiv sind (oder sonst unlauter)
 - Auch besonders hoher Wert der Zugabe macht das Angebot nicht „aggressiv“
 - Vgl zB OGH 10.5.2011, 4 Ob 38/11h
 - Küche um 50.000,- dazu Kleinwagen um 11.800,-

Zugaben und Ausverkäufe VI

- **§§ 33a ff alt UWG**
- **Ausverkauf: Begriff**
- **Rechtsfolgen**
 - besonderer Grund erforderlich
 - Genehmigung der BVB
 - Sonstige: zB kein Nachschieben von Waren
- **Normzweck?**

Zugaben und Ausverkäufe VII

- **Wichtige Ausnahmen**
 - Saisonschlussverkäufe
 - in bestimmten Branchen übliche Sonderverkäufe („Weiße Woche“)

Zugaben und Ausverkäufe VIII

- **EuGH 17.1.2013, C-206/11 – Köck**
 - Auch die Regelung, dass Ausverkauf per se verboten ist, wenn er nicht zuvor bewilligt worden ist, widerspricht der UGP-RL
- **OGH 19.3.2013, 4 Ob 15/13d**
 - Auch hier teleologische Reduktion des Ausverkaufsverbots

Zugaben und Ausverkäufe IX

- **UWG Novelle 2013 BGBl I 2013/112**
 - § 33a neu UWG
 - Reduktion der Bewilligungspflicht auf das Per-se-Verbot gem Z 15 des Anhangs und
 - Anzeigepflicht gem § 33a Abs 6
 - Fragt sich nur, wozu?

Weitere Opfer der UGP-RL?

- § 9c UWG?
- § 30 UWG – hat das Schicksal schon ereilt
 - Ebenso Änderung von § 57 GewO
 - Werbeveranstaltungen in Privathaushalten
 - S oben

Sonstige „kundenfängerische“ Sondertatbestände

- **Schneeballsystem**
 - § 27 und Z 14 des Anhangs
 - Ausdrückliche Nichtigkeitssanktion in § 27 Abs 3
- **Glückspielartiger Warenvertrieb § 28**
 - Praktisch kein Anwendungsbereich