

## 965 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen des Nationalrates XVIII. GP

Ausgedruckt am 25. 2. 1993

# Regierungsvorlage

### **Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 geändert wird (UWG-Novelle 1993)**

Der Nationalrat hat beschlossen:

Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 — UWG, BGBl. Nr. 448, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. Nr. 147/1992, wird wie folgt geändert:

1. § 9 a Abs. 1 lautet:

„§ 9 a. (1) Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs

1. in öffentlichen Bekanntmachungen oder anderen Mitteilungen, die für einen größeren Personenkreis bestimmt sind, ankündigt, daß er Verbrauchern neben Waren oder Leistun-

gen unentgeltliche Zugaben (Prämien) gewährt, oder Verbrauchern neben periodischen Druckwerken unentgeltliche Zugaben (Prämien) anbietet, ankündigt oder gewährt oder

2. Unternehmern neben Waren oder Leistungen unentgeltliche Zugaben (Prämien) anbietet, ankündigt oder gewährt,

kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden. Dies gilt auch dann, wenn die Unentgeltlichkeit der Zugabe durch Gesamtpreise für Waren oder Leistungen, durch Scheinpreise für eine Zugabe oder auf andere Art verschleiert wird.“

2. § 9 a Abs. 2 wird folgender Satz angefügt:

„Z 8 gilt nicht für Zugaben zu periodischen Druckwerken.“

## VORBLATT

**Problem:**

§ 9 a UWG schränkt die Zulässigkeit von Zugaben ein, nimmt hierbei aber nicht auf die bei periodischen Druckwerken bestehende Zugabenproblematik Bedacht, die zu einem für kleinere Zeitungs- und Zeitschriftenunternehmer ruinösen Wettbewerb führen könnte. Eine solche Entwicklung würde aber die Medienvielfalt in Österreich beeinträchtigen.

**Ziel:**

Regelung des Zugabenrechts bezüglich periodischer Druckwerke in einer Weise, die den Bedürfnissen dieser Branche entspricht und zu keiner Beeinträchtigung der Medienvielfalt in Österreich führt.

**Inhalt:**

Der Entwurf sieht eine Erweiterung des Zugabenverbotes bei periodischen Druckwerken auf die Fälle des Anbietens, Gewährens sowie auch auf Ankündigungen vor, die nicht in öffentlichen Bekanntmachungen oder anderen, für einen größeren Personenkreis bestimmten Mitteilungen enthalten sind (§ 9 a Abs. 1 UWG). Der Entwurf bestimmt des weiteren, daß § 9 a Abs. 2 Z 8 UWG nicht auf periodische Druckwerke anzuwenden ist. Diese, für andere Waren und Leistungen weiterbestehende Ausnahme, nimmt bei Einhaltung gesetzlich vorgesehener Betragsgrenzen die Einräumung von Teilnahmemöglichkeiten an Preisausschreiben vom Zugabenverbot aus.

**Alternativen:**

Keine.

**EG-Konformität:**

Bestrebungen der EG zur Vereinheitlichung der Regelungsgegenstände des vorliegenden Entwurfs sind nicht bekannt.

**Kosten:**

Durch die Vollziehung dieses Gesetzes entstehen dem Bund keine zusätzlichen Kosten.

## Erläuterungen

### A. Allgemeiner Teil

Die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs ist gemäß Art. 10 Abs. 1 Z 8 des Bundes-Verfassungsgesetzes in Gesetzgebung und Vollziehung Bundes-sache.

Das am 1. April 1992 in Kraft getretene Wettbewerbs-Deregulierungsgesetz, BGBl. Nr. 147/1992, sah eine weitgehende Deregulierung des Rechtes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, insbesondere auch des Zugabenrechts, vor. So wurde das Zugabengesetz, BGBl. II Nr. 196/1934, aufgehoben und eine liberal gestaltete Ersatzbestimmung als § 9 a in das UWG aufgenommen.

In der Praxis hat sich allerdings gezeigt, daß diese Bestimmung die spezifische Zugabenproblematik bei periodischen Druckwerken — wie Zeitungen und Zeitschriften — nicht berücksichtigt. Im Zusammenhang mit periodischen Druckwerken wäre nämlich darauf Bedacht zu nehmen, daß ein intensiver Wettbewerb durch Gewährung von Zugaben, zu denen auch die Einräumung von Teilnahmemöglichkeiten an Preisausschreiben gehört, angesichts der relativ großen Zahl der täglich, wöchentlich usw. verkauften Zeitungen und Zeitschriften eine enorme wirtschaftliche Belastung für kleinere Zeitungs- und Zeitschriftenunternehmer mit sich bringt und zu einem ruinösen Wettbewerb führen könnte. Dies sollte aber im Interesse der Medienvielfalt verhindert werden.

Der Entwurf trägt den vorstehenden Überlegungen durch entsprechende Änderungen des § 9 a UWG Rechnung.

### B. Besonderer Teil

#### Zu Z 1:

Gemäß § 9 a Abs. 1 Z 1 UWG in der Fassung des Wettbewerbs-Deregulierungsgesetzes kann auf Unterlassung und Schadenersatz geklagt werden, wer in öffentlichen Bekanntmachungen oder anderen Mitteilungen, die für einen größeren Personenkreis bestimmt sind, ankündigt, daß er Verbrauchern

neben Waren oder Leistungen unentgeltliche Zugaben (Prämien) gewährt. Zulässig ist es hingegen, Verbrauchern Zugaben anzubieten, zu gewähren oder, wenn die nach der erwähnten Bestimmung erforderliche Publizität fehlt, anzukündigen.

Um die Gefahr eines, insbesondere kleinere Zeitungs- und Zeitschriftenunternehmer treffenden, ruinösen Wettbewerbs auszuschließen, sieht der Entwurf bei periodischen Druckwerken eine Erweiterung des Zugabensverbotes auf die Fälle des Anbietens, Gewährens sowie auch auf Ankündigungen vor, die nicht in öffentlichen Bekanntmachungen oder in anderen, für einen größeren Personenkreis bestimmten, Mitteilungen enthalten sind.

#### Zu Z 2:

Als problematisch im Bereich periodischer Druckwerke hat sich auch die im § 9 a Abs. 2 Z 8 UWG enthaltene Ausnahmebestimmung herausgestellt. Nach dieser ist das Zugabensverbot dann nicht anzuwenden, wenn die Zugabe in der Einräumung einer Teilnahmemöglichkeit an einem Preisausschreiben (Gewinnspiel) besteht, bei dem der sich aus dem Gesamtwert der ausgespielten Preise im Verhältnis zur Zahl der ausgegebenen Teilnahme-karten (Lose) ergebende Wert der einzelnen Teilnahmekarte 5 S und der Gesamtwert der ausgespielten Preise 300 000 S nicht überschreitet.

Im Hinblick auf den relativ niedrigen Verkaufspreis periodischer Druckwerke, insbesondere von Tageszeitungen, besteht trotz der im § 9 a Abs. 2 Z 8 UWG festgelegten Betragsgrenzen die Gefahr, daß der eingeräumten Gewinnchance größere Bedeutung für den Kaufentschluß zukommt als der Qualität des Druckwerkes und somit in den Warenvertrieb ein unsolides Element hineingetragen wird, indem das Bestreben, durch Zufall zu gewinnen, zum Antrieb für die Deckung des Bedarfs gemacht wird.

Der Entwurf nimmt daher Zugaben zu periodischen Druckwerken vom Geltungsbereich des § 9 a Abs. 2 Z 8 aus.

## Textgegenüberstellung

### Geltender Text

§ 9 a. (1) Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs

1. in öffentlichen Bekanntmachungen oder anderen Mitteilungen, die für einen größeren Personenkreis bestimmt sind, ankündigt, daß er Verbrauchern neben Waren oder Leistungen unentgeltliche Zugaben (Prämien) gewährt, oder
2. Unternehmern neben Waren oder Leistungen unentgeltliche Zugaben (Prämien) anbietet, ankündigt oder gewährt,

kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden. Dies gilt auch dann, wenn die Unentgeltlichkeit der Zugabe durch Gesamtpreise für Waren oder Leistungen, durch Scheinpreise für eine Zugabe oder auf andere Art verschleiert wird.

(2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden, wenn die Zugabe besteht

1. in handelsüblichem Zugehör zur Ware oder handelsüblichen Nebenleistungen,
2. in Warenproben,
3. in Reklamegegenständen, die als solche durch eine auffallend sichtbare und dauerhafte Bezeichnung des reklametreibenden Unternehmens gekennzeichnet sind,
4. in geringwertigen Zuwendungen (Prämien) oder geringwertigen Kleinigkeiten, sofern letztere nicht für Zusammenstellungen bestimmt sind, die einen die Summe der Werte der gewährten Einzelgegenstände übersteigenden Wert besitzen,
5. in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrag, der der Ware nicht beigelegt ist,
6. in einer bestimmten oder lediglich nach Bruchteilen zu berechnenden Menge derselben Ware,
7. in der Erteilung von Auskünften oder Ratschlägen oder
8. in der Einräumung einer Teilnahmemöglichkeit an einem Preisausschreiben (Gewinnspiel), bei dem der sich aus dem Gesamtwert der ausgespielten Preise im Verhältnis zur Zahl der ausgegebenen Teilnahmekarten (Lose) ergebende Wert der einzelnen Teilnahmekarte 5 S und der Gesamtwert der ausgespielten Preise 300 000 S nicht überschreitet.

### Entwurf

§ 9 a. (1) Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs

1. in öffentlichen Bekanntmachungen oder anderen Mitteilungen, die für einen größeren Personenkreis bestimmt sind, ankündigt, daß er Verbrauchern neben Waren oder Leistungen unentgeltliche Zugaben (Prämien) gewährt, oder **Verbrauchern neben periodischen Druckwerken unentgeltliche Zugaben (Prämien) anbietet, ankündigt oder gewährt oder**
2. Unternehmern neben Waren oder Leistungen unentgeltliche Zugaben (Prämien) anbietet, ankündigt oder gewährt,

kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden. Dies gilt auch dann, wenn die Unentgeltlichkeit der Zugabe durch Gesamtpreise für Waren oder Leistungen, durch Scheinpreise für eine Zugabe oder auf andere Art verschleiert wird.

(2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden, wenn die Zugabe besteht

1. in handelsüblichem Zugehör zur Ware oder handelsüblichen Nebenleistungen,
2. in Warenproben,
3. in Reklamegegenständen, die als solche durch eine auffallend sichtbare und dauerhafte Bezeichnung des reklametreibenden Unternehmens gekennzeichnet sind,
4. in geringwertigen Zuwendungen (Prämien) oder geringwertigen Kleinigkeiten, sofern letztere nicht für Zusammenstellungen bestimmt sind, die einen die Summe der Werte der gewährten Einzelgegenstände übersteigenden Wert besitzen,
5. in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrag, der der Ware nicht beigelegt ist,
6. in einer bestimmten oder lediglich nach Bruchteilen zu berechnenden Menge derselben Ware,
7. in der Erteilung von Auskünften oder Ratschlägen oder
8. in der Einräumung einer Teilnahmemöglichkeit an einem Preisausschreiben (Gewinnspiel), bei dem der sich aus dem Gesamtwert der ausgespielten Preise im Verhältnis zur Zahl der ausgegebenen Teilnahmekarten (Lose) ergebende Wert der einzelnen Teilnahmekarte 5 S und der Gesamtwert der ausgespielten Preise 300 000 S nicht überschreitet.

**Z 8 gilt nicht für Zugaben zu periodischen Druckwerken.**