

09/SN - 364/ME



www.vki.at für Konsumenteninformation

Präsidium
des Nationalrates
Parlament

Dr.Karl Renner-Ring 3
1010 Wien

Dr. Kolba

Ihr Zeichen	Ihre Nachricht vom	Unser Zeichen R/bn	Bearbeiter Dr.Kolba	Datum 28. April 1999
-------------	--------------------	-----------------------	------------------------	-------------------------

Betreff:
Entwurf für ein Bundesgesetz, mit dem die Bestimmungen über den Vertragsabschluß im Fernabsatz in das Konsumentenschutzgesetz eingefügt und das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb geändert werden - **Stellungnahme des Vereins für Konsumenteninformation (VKI)**

Sehr geehrte Damen und Herren!

Der **VKI** erlaubt sich entsprechend einem Schreiben des Bundesministeriums für Justiz vom 31.3.1999, 25 Ausfertigungen unserer Stellungnahme zum obgenannten Gesetz zu übermitteln.

Mit freundlichen Grüßen
f.d.

Verein für Konsumenteninformation

Geschäftsführer Abteilungsleiter

Beilage:
25 Stellungnahme

Geschäftsleitung, Fachabteilungen
Telefon (01) 588 770 Telex 588 77-73

Konsumenten-Redaktion
Telefon (01) 588 770 Telex 588 77-73

1110 Wien, Währerböschung 18

Postanschrift:
1081 Wien,
Währerböschung 18

E-mail:
konsument

Beratung, Infoservice
Telefon (01) 588 770 Telex 588 77-73

Konsument-Abonnentenservice, Bestellung
Telefon (01) 588 770 Telex 588 77-73

1110 Wien, Währerböschung 18

Stellungnahme des Vereins für Konsumenteninformation (vki) zum Entwurf des „Fernabsatz-Gesetzes“

A. Allgemeiner Teil:

Der vki begrüßt ausdrücklich die zügige und sachliche Vorgangsweise des Bundesministeriums für Justiz (BMJ) bei der Umsetzung der Fernabsatzrichtlinie. Der nun vorliegende Entwurf wird über weite Strecken begrüßt. Es ist aber anzumerken, daß im Entwurf auch Ausnahmen für Branchen und Vertragstypen vorgesehen sind, die aus Sicht des Verbraucherschutzes nicht zur rechtfertigen sind und die das ansich taugliche Regelungsinstrument derart zu durchlöchern drohen, daß der konkrete Anwendungsbereich des Gesetzes der Verbraucheröffentlichkeit kaum vermittelbar erscheint. Auf diese Ausnahmen wird im speziellen Teil der Stellungnahme noch einzugehen sein.

Der vki begrüßt weiters, daß das BMJ gleichzeitig auch einer Umsetzung der Richtlinie über Unterlassungsklagen näher getreten ist. Die vorgeschlagene Regelung hält sich relativ eng an die genannte Richtlinie. Der vki würde in diesem Bereich einen breiteren Geltungsbereich vorziehen, nicht zuletzt um damit Abgrenzungsproblemen in der täglichen Praxis vorzubeugen. Darauf wird im speziellen Teil der Stellungnahme noch näher einzugehen sein.

Der vki begrüßt es weiters, daß das BMJ mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (BMWA) Einvernehmen über eine Novellierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb herstellen konnte und auch dort die Umsetzung der Richtlinie über Unterlassungsklagen vorgenommen wurde. Auch hier würde der vki einen breiteren Geltungsbereich vorziehen. Darauf wird ebenfalls im speziellen Teil der Stellungnahme noch näher einzugehen sein.

Schließlich begrüßt der vki den Umstand, daß das BMJ - im Zusammenwirken mit dem BMWA - drängende und aktuelle Verbraucherprobleme zum Anlaß genommen hat, auch dafür gesetzliche Regelungen vorzusehen (KSchG-Anwendung auf bestimmte Vereine, Verbot bestimmter Gewinnspiele, Verbot für Zahlscheinwerbung im Zusammenhang mit Branchenverzeichnissen), wiewohl auch daran - im speziellen Teil - im Detail auch Kritik anzubringen ist.

B. Spezieller Teil

1. Zu § 1 Abs 5 KSchG

Der vki begrüßt die rasche Reaktion des BMJ auf ein klagsabweisendes Urteil in einem Musterprozeß des vki gegen das Tierhilfswerk Austria. Der vki hat diesen „Spendensammelverein“ wegen einer mißverständlichen Rücktrittsbelehrung gemäß § 28 KSchG geklagt. Das Erstgericht hat zwar festgestellt, daß die Belehrung über das Rücktrittsrecht nicht korrekt erfolgt sei, hat aber die Vorfrage, inwieweit das KSchG auf einen „ideellen Verein“ in der Beziehung zu seinen Mitgliedern überhaupt anzuwenden sei, verneint (LG Korneuburg 7.1.1999, 6 C 225/97m).

Es ist höchst an der Zeit, eine Lücke, die schon Krejci (*Krejci in KSchG, § 1, RZ 13*) aufgezeigt und als „schwer einzusehen“ bezeichnet hat, zu füllen. Der vki begrüßt

den Lösungsvorschlag des BMJ, das erste Hauptstück des KSchG nunmehr auch auf den Beitritt zu Vereinen anzuwenden, die zum einen von ihren Mitgliedern Beiträge oder sonstige Geldleistungen verlangen und zum anderen diesen aber nur eingeschränkte Mitgliedschaftsrechte idR als sogenannte „außerordentliche Mitglieder“ einräumen. Damit können diese privaten „ideellen Vereine“, die oft immense Umsätze machen, wirksam von jenen Vereinen abgegrenzt werden, die tatsächlich eine Interessensgemeinschaft weniger - aber gleichberechtigter - Mitglieder darstellen.

Der vki befürchtet aber, daß allein das Abstellen auf den „Beitritt“ zu eng gefaßt sein könnte und Umgehungsmöglichkeiten eröffnet. So könnte der formale Vereinsbeitritt von einer Verpflichtung zur Zahlung regelmäßiger Zuwendungen getrennt werden und es dann fraglich sein, ob auch darauf das KSchG anzuwenden ist. Der vki schlägt daher vor, den Text wie folgt zu erweitern:

„Dieses Hauptstück gilt auch für den Beitritt bzw andere Verträge zwischen Verbrauchern und Vereinen, die von ihren Mitgliedern Beiträge oder sonstige Geldleistungen verlangen und ihren Mitgliedern nur eingeschränkte Mitgliedschaftsrechte einräumen.“

2. Zu § 5a KSchG

Es erscheint im Sinne der breiten Verständlichkeit der Norm überlegenswert, auch die populären Begriffe „Internet“ bzw „e-mail“ in der Aufzählung gemäß Abs 2 (zumindestens in Klammerausdrücken) zu verwenden.

3. Zu § 5b KSchG

Der vki spricht sich gegen die Einschränkung der Anwendbarkeit in allen genannten Punkten aus. Gerade im Hinblick auf ein Vertrauen des Verbrauchers auf den Vertriebsweg „Fernabsatz“ - und die sprunghaft zunehmende Bedeutung von Teleshopping und Internetangeboten zeigt dies - wäre es absolut schädlich, zunächst Mindestrechte für den Verbraucher festzulegen, diese aber dann durch alle möglichen Ausnahmen von Branchen bzw Geschäftstypen wieder zu durchlöchern. Der vki erwartet daher vom Gesetzgeber, über eine Mindestumsetzung der Richtlinie hinauszugehen und die genannten Ausnahmen ersatzlos zu streichen.

4. Zu § 5c KSchG

Die umfassende Information des Verbrauchers, die auch klar und verständlich zu erfolgen hat, ist zu begrüßen.

Umso mehr wird die generelle Ausnahme von „Freizeit-Dienstleistungen“ abgelehnt. Warum bei Angeboten von Pauschalreisen, der Mitgliedschaft in Fitness-Centern, dem Support für Computerspiele und anderen Vertragsabschlüssen im Bereich „Freizeit“ der Verbraucher weniger schutzwürdig sein sollte, als bei jenen Geschäften, auf die das Gesetz anwendbar sein soll, ist dem vki nicht nachvollziehbar. Dazu kommt, daß gerade bei den „Freizeit-Dienstleistungen“ eine Abgrenzung, was unter einer „Dienstleistung im Bereich der Freizeitgestaltung“ zu verstehen ist, alles andere als klar erscheint. Soll ein Vertrag mit einem Partnervermittler oder einem Fitness-Center (zwei konkrete Problembereiche aus der täglichen Praxis) unter die Ausnahme fallen oder nicht? Soll das Ausstatten eines Campingmobiles ausgenommen

sein oder nicht? Fällt das Reparieren von Tennisschuhen darunter, das Reparieren von „Business-Schuhen“ nicht?

Insbesondere die Ausnahme der „Freizeit-Dienstleistungen“ wäre daher ersatzlos zu streichen. Sollte man sich dieser Ansicht nicht anschließen, dann wäre diese Ausnahme jedenfalls viel präziser zu definieren.

5. Zu § 5d KSchG

Die Ausnahmen in Abs 3 werden abgelehnt (siehe oben).

6. Zu § 5f KSchG

Auch die hier verankerten zahlreichen Ausnahmen führen dazu, daß der umfassende Regelungsansatz „Fernabsatz“ ad absurdum geführt wird. Es ist auch einem mündigen Verbraucher nicht vermittelbar, daß er zwar bei Fernabsatzgeschäften ein Rücktrittsrecht haben soll, dieses aber in zahlreichen und durchaus für den Fernabsatz geradezu typischen Fällen nicht gilt. Dazu kommt, daß viele dieser Ausnahmen große Abgrenzungsprobleme aufwerfen bzw dem Unternehmer viel zu viel Gestaltungsspielraum gewähren, den Schutz der Regelung zu unterlaufen.

Wenn es etwa - egal in welcher Branche - ausreicht, Dienstleistungen innerhalb von sieben Tagen zu „beginnen“ (unabhängig davon, ob der Vertrag in der Folge jemals zur Gänze erfüllt wird), um das Rücktrittsrecht zu unterlaufen, dann liegt es nur am Unternehmer, seine Angebote entsprechend zu gestalten, um den Schutzvorschriften des Gesetzes zu entgehen.

Wäre es noch einzusehen, daß man bei Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten den Rücktritt dann nicht zuläßt, wenn der Verbraucher diese bereits erhalten und „konsumiert“ hat, so ist in keiner Weise einsehbar, weshalb damit auch Abonnementverträge, die erst in der Zukunft zu erfüllen sind, ebenfalls vom Rücktrittsrecht ausgenommen werden. Gerade solche Abonnements stellen immer wieder ein Problem in der Verbraucherberatung dar und bildet diese Ausnahme eine schmerzhaft Lücke im Schutz für Verbraucher im Fernabsatz.

7. Zu § 5g KSchG

Es ist nicht ersichtlich, weshalb man im Fall der Rückabwicklung die Fälligkeit für die Rückerstattung der dem Unternehmer zugegangenen Leistungen auf 30 Tage hinausschiebt, wenn der Verbraucher dagegen die empfangenen Leistungen - Zug um Zug - sofort zurückzustellen hätte. Mit der genannten Frist von 30 Tagen wird der Begriff „unverzüglich“ ad absurdum geführt.

8. Zu § 5i KSchG

Siehe zu 7.

9. Zu § 5j KSchG

Der  sieht in der konkreten Formulierung des Gesetzestextes die große Gefahr, daß damit das Verbot von unerbetener Telefon- und Telefaxwerbung (wohl auch der

e-mail-Werbung), wie dies durch die Judikatur zum UWG entwickelt wurde und u.a. auch im Telekommunikationsgesetz (im übrigen mit effizienter Strafdrohung von bis zu 500.000.- Schilling) festgelegt ist, aufgeweicht wird. Aus dem vorgeschlagenen Gesetzestext geht in keiner Weise hervor, daß sich diese Bestimmung nicht auf vorvertragliche Werbung, sondern nur auf die Kommunikation nach Vertragsabschluß beziehe.

Der vki weist ausdrücklich darauf hin, daß die Belästigung durch unerwünschte Telefon-, Telefax- und e-mail-Werbung ein drückendes Verbraucherproblem darstellt und in vielen Beschwerden immer wieder genannt wird. Der vki regt daher an, den Abs 1 auch auf Telefon-, Telefax- und e-mail-Werbung auszudehnen. Im übrigen ist davon auszugehen, daß diese unerwünschte Werbung die Privatsphäre beeinträchtigt und daher ist diese weitere Bedingung nicht nur unnötig, sondern - da dadurch möglicherweise die Beweislage verschoben wird - auch kontraproduktiv.

10. Zu § 5k KSchG

Der vki begrüßt es, daß sowohl die Richtlinie als auch der Gesetzesvorschlag eine Klarstellung der Rechtssituation beim Mißbrauch von Zahlungskarten vornehmen wollen.

Der vki weist darauf hin, daß die Kreditkartenorganisationen durch die Akzeptanz der Verwendung von Kreditkarten ohne Verifikation durch Unterschrift oder durch Pin-Code - also im beleglosen Verfahren - die spezifische Gefahr des Mißbrauchs der Kartendaten (Aussteller der Karte, Kreditkartennummer) erst geschaffen haben. Ein solcher Mißbrauch durch Dritte kann dem Kunden regelmäßig nicht zur Last gelegt werden, da keineswegs geheime Daten (wie etwa der Pin-Code) sondern jedermann zugängliche Daten (Aussteller der Karte, Kreditkartennummer) von unbekanntem Dritten mißbräuchlich verwendet werden. Mangels einer entsprechenden Anweisung des Kunden entsteht beim Mißbrauch durch Dritte für die Kreditkartenorganisation gegenüber ihrem Kunden kein Anspruch auf Aufwandsersatz. Auch für Schadenersatzansprüche bleibt kein Raum, da sich der Kunde gegen diese Art von Mißbrauch von (öffentlich bekannten) Daten nicht schützen kann. Man wird daher davon ausgehen können, daß - sieht man von allenfalls anderslautenden Klauseln in AGB ab - jeder Kunde einer Kartenorganisation für einen derartigen Mißbrauch seiner Zahlungskarte nicht haftet. Dies gilt unabhängig davon, ob der Kunde Verbraucher oder Unternehmer ist und auch unabhängig davon, ob es sich um ein Geschäft im Fernabsatz handelt oder nicht.

Der Wert einer ausdrücklichen Regelung besteht zu einem in einer gesetzlichen Klarstellung und damit einer transparenten Gestaltung der Risikoverteilung und zum anderen darin, daß diese rechtliche Situation zwingend gestellt wird, also durch AGB nicht zum Nachteil des Kunden verschlechtert werden kann.

Der vki sieht nun aber durch die Einschränkung auf das Verbrauchergeschäft einerseits und insbesondere auf den Fernabsatz andererseits (siehe § 5a KSchG) die Gefahr, daß die Kartenaussteller außerhalb des Anwendungsbereiches mit einem Umkehrschluß argumentieren könnten: Der Gesetzgeber habe die Gefahren erkannt, die Risikoverteilung aber nur beim Fernabsatz entsprechend regeln wollen. Daher sei die Risikoverteilung außerhalb des Fernabsatzes anders vorzunehmen. Ein solcher Umkehrschluß würde die rechtliche Situation außerhalb des Fernabsatzes da-

her extrem verschlechtern. Es wäre daher in den EB ausdrücklich darauf hinzuweisen, daß ein Umkehrschluß keinesfalls gerechtfertigt wäre.

Darüber hinaus erscheint dem vki aber die genannte Einschränkung auch nicht sachlich gerechtfertigt. Der vki schlägt daher vor, diese Regelung zumindestens für alle Verbrauchergeschäfte vorzusehen, wenn nicht sogar die Regelung in das ABGB aufzunehmen.

In der konkreten Textierung wird begrüßt, daß der Begriff „betrügerisch“ durch den Begriff „mißbräuchlich“ ersetzt wurde und somit klargestellt ist, daß nicht darauf abzustellen ist, daß das Verhalten eines (oft unbekannt)en Dritten im strafrechtlichen Sinn als Betrug qualifiziert werden muß, um den Verbraucher in den Genuß der Regelung kommen zu lassen.

Der vki regt überdies an, in § 5 k KSchG eine Klarstellung dahingehend vorzunehmen, daß nicht nur die mißbräuchliche Verwendung der (körperlichen) Zahlungskarte selbst, sondern vor allem die mißbräuchliche Verwendung der Daten der Zahlungskarte (Aussteller, Kartenummer) dazu führt, daß der Kunde vom Aussteller der Karte verlangen kann, daß eine bereits durchgeführte Zahlung rückgängig gemacht wird. Die Regelung würde nämlich ins Leere gehen, wollte man sie so verstehen, daß nur der Mißbrauch der körperlichen Zahlungskarte selbst diese Konsequenz herbeiführt, wo doch gerade der Mißbrauch der Daten im beleglosen Einsatz der Zahlungskarte den Großteil der Mißbrauchsfälle darstellen wird. Ebenso scheint es dem vki wesentlich, bereits im Gesetzestext klarzustellen, daß dem Verbraucher das Wahlrecht zusteht, bei bereits durchgeführten Zahlungen diese gutgeschrieben oder erstattet zu bekommen.

Der vki sieht im übrigen für zusätzliche gesetzliche Regelungen des Verhältnisses zwischen dem Aussteller der Kreditkarte und dem Karteninhaber - wie von den Kreditkartenorganisationen verlangt - keine Notwendigkeit. Die Regelung stellt es den Kreditkartenorganisationen frei, in ihren AGB sowohl adäquate Sorgfaltspflichten sowie entsprechende angemessene Fristen für Widersprüche gegen Abrechnungen (mit der Konsequenz eines Saldoanerkenntnisses im Fall des Schweigens) vorzusehen. Der vki warnt ausdrücklich davor, diese - durchaus einem Wettbewerb unterliegenden - Konditionen einer gesetzlichen Regelung unterziehen zu wollen.


11. Zu § 28 a KSchG

Der vki begrüßt die Umsetzung der Unterlassungsklagenrichtlinie, regt aber an, aus praktischen Überlegungen, über eine Mindestumsetzung hinauszugehen. Der vki sieht in der täglichen Praxis in der Abgrenzung jener Rechtsgebiete, auf die diese neue Verbandsklagslegitimation anzuwenden sein wird, durchaus Probleme auftauchen, die zu einer nicht unwesentlichen Belastung der Gerichte führen können. Im Zusammenhang mit den Erläuterungen könnte ein Rechtsvertreter des abgemahnten bzw geklagten Unternehmers immer wieder Zweifel über den Umfang des Anwendungsbereiches der neuen Norm sähen und - im schlimmsten Fall - könnten Streitigkeiten (ohne jeden grenzüberschreitenden Charakter) - in einem Vorabentscheidungsverfahren vor dem EuGH landen.

Der vki regt daher an, die Verbandsklagslegitimation umfassender zu gestalten und legt dazu folgenden Textvorschlag vor:

„§ 28a KSchG




(1) Wer unbeschadet des § 28 Abs 1 KSchG im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern gegen gesetzliche Verbote oder Gebote verstößt und damit allgemein die Interessen der Verbraucher beeinträchtigt, kann auf Unterlassung geklagt werden.“


In der konkreten Textierung regt der  an, die Worte „...die allgemeinen Interessen der Verbraucher...“ durch die Worte „...allgemein die Interessen der Verbraucher...“ zu ersetzen.

Abschließend sei aber noch betont, daß durch die Neuschaffung des § 28a KSchG und den deutlichen Hinweis auf § 28 KSchG („unbeschadet § 28 KSchG“) klargestellt sein sollte, daß sich an der bewährten Praxis der Abmahnungen und Verbandsklagen gegen gesetz- und sittenwidrige Klauseln nichts ändern soll.



Weiters wird man in § 29 KSchG auch auf den neuen Unterlassungsanspruch nach § 28a KSchG verweisen müssen.

12. Zu § 14 UWG

Der  begrüßt die Umsetzung der Unterlassungsklagenrichtlinie, regt aber an, aus praktischen Überlegungen, über eine Mindestumsetzung hinauszugehen. Nachdem bereits die Sozialpartner in § 14 UWG über die Verbandsklagslegitimation bei wichtigen Verstößen gegen das UWG verfügen, sollte auch dem  - als der unabhängigen Verbraucherorganisation Österreichs - die Klagsbefugnis im selben Umfang eingeräumt werden. Die nun vorgenommene Differenzierung ist weder der Öffentlichkeit noch den Institutionen in der EU plausibel erklärbar. Zumindestens sollte aber - um dem  auf dem Gebiet der irreführenden Werbung - im Lichte der Judikatur - eine möglichst praktikable Verbandsklagstätigkeit zu ermöglichen, nicht nur auf die §§ 1 und 2, sondern zumindestens auch noch auf den § 6a UWG verwiesen werden.

Mit der Beschränkung auf den Begriff „Werbung“ wird überdies ein neuer Begriff in das UWG hineingetragen, der die Klagslegitimation zusätzlich einengt. Wenn man also - was der  nicht hofft - bei dieser eingeschränkten Umsetzung bleiben möchte, dann wäre zumindestens zu formulieren: *“In den Fällen irreführender Praktiken nach ...“*.

13. Zu § 28a UWG

Der  begrüßt es, daß der Gesetzgeber sich endlich des Problemes der irreführenden Gewinnspiele annehmen und zumindestens mit einer Verwaltungsstrafnorm bestimmte Spiele pönalisieren möchte. Der  befürchtet aber, daß die vorliegende - sehr kasuistische - Regelung von den Anbietern durch entsprechende Gestaltung der Gewinnspiele allzuleicht unterlaufen werden könnte.

In Abs 1 wird festgehalten, daß man gegebene Zusagen einhalten müsse. Das ist für einen unbefangenen Leser so selbstverständlich, daß eine ausdrückliche Regelung überrascht. Letztlich bleibt die Regelung aber inkonsequent. Wenn wirklich gelten soll, daß Gewinnzusagen einzuhalten sind, dann kann man dies nicht über zahnlose Verwaltungsstrafatbestände durchsetzen, sondern wohl nur darüber, Gewinnzusagen aus solchen „Gewinnspielen“ - die Judikatur ordnet diese dem Spiel und der Wette zu (OLG Innsbruck 28.8.1997, 2 R 140/97) - zivilrechtlich klagbar zu gestalten

und die Auslegung der Zusagen nach dem Grundsatz vorzunehmen, daß unklare Formulierungen zu Lasten des Unternehmers, der sich dieser Formulierungen bedient, gehen. Diese Regelung würde die Belästigung durch derart unseriöse Gewinnspiele rasch abstellen und würde daher auch einem großen Bedürfnis der Verbraucheröffentlichkeit entgegen kommen.

Die in Abs 2 aufgezählten Sondertatbestände würden, in der gegebenen Textierung, die eminente Gefahr schaffen, daß die bislang von der Arbeiterkammer erzielte UWG-Judikatur bedroht wäre, weil die Gewinnspielunternehmen zum einen ihre Spiele geringfügig umgestalten und dann argumentieren könnten, daß die kasuistische Regelung aus Abs 2 den Umkehrschluß zulasse, daß alle anderen Spiele erlaubt seien. Man würde also zumindestens durch Einfügung des Wortes „insbesondere“ von einer taxativen zu einer deklarativen Aufzählung kommen müssen.

Der VKI geht davon aus, daß insbesondere jene Gewinnspiele dazu führen, Empfänger in Irrtum zu führen, bei denen der Unternehmer aus einer (zugekauften) Adressenliste im Zuge einer „Vorverlosung“ konkrete Adressaten auswählt und diese sodann - unaufgefordert - als „Gewinner“ (aber eben nur der Vorauslosung) anschreibt. Wenn sich jemand aktiv an einem Preisausschreiben beteiligt, dann ist ihm klar, daß der Gewinn von der richtigen Lösung der gestellten Aufgabe und - in der Regel - auch noch vom Glück gezogen zu werden abhängt. Wenn dagegen jemand, der sich nicht an einem Gewinnspiel aktiv beteiligt hat, als „Gewinner“ angeschrieben wird, dann liegt die Irreführung nahe.

Der VKI schlägt daher als umfassendere Formulierung vor:

„Es ist verboten, in der Kontaktnahme mit Personen, die sich nicht aktiv an einem Gewinnspiel beteiligt haben, diese Personen in Zusammenhang mit einem Gewinn zu bringen.“

Darüberhinaus zeigt die Erfahrung, daß die entsprechenden Veranstalter solcher Gewinnspiele (idR Versandhäuser), aus der Förderung Ihres Warenverkaufes derart große Umsätze ziehen können, daß Ordnungsstrafen im Exekutionsverfahren (als Folge eines rK Titels in einem UWG Verfahren) im Marketing-Budget eingeplant werden und daher trotz solcher Titel oft gegen diese Titel weiterhin planmäßig verstoßen wird. Die nun vorgesehene Verwaltungsstrafe von maximal 40.000.- ist daher viel zu gering, um irgendeine abschreckende Wirkung zu erzielen. Der VKI schlägt daher vor, die Verwaltungsstrafdrohung - ähnlich wie bei Verstößen gegen § 101 TKG (Telefonwerbung) - auf maximal 500.000.- Schilling zu erhöhen.

14. Zu § 28b UWG

Der VKI sieht die erfreuliche Absicht, auch diese Form irreführender Werbung ausdrücklich zu pönalisieren, verweist aber auf seine grundsätzlichen Bedenken in Sachen „Umkehrschluß“ in Punkt 13.