

XXII. GP.-NR**195 /A (E)****2003 -07- 1 0****Entschließungsantrag**

**der Abgeordneten Mag. Maier
und GenossInnen
an den Bundesminister für Justiz
betreffend „Gesetzliche Maßnahmen gegen unseriöse Gewinnspielveranstalter“**

Seit 1.10.1999 ist die Einhaltung von Gewinnzusagen in Österreich gesetzlich vorgeschrieben, seit 1.07.2000 auch in Deutschland und Luxemburg. Gewinnzusagen sind vom Unternehmer zu erfüllen. Folgende Bestimmung wurde in § 5j Konsumentenschutzgesetz verankert:

„Unternehmer, die Gewinnzusagen oder andere vergleichbare Mitteilungen an bestimmte Verbraucher senden und durch die Gestaltung dieser Zusendung den Eindruck erwecken, dass der Verbraucher einen bestimmten Preis gewonnen habe, haben dem Verbraucher diesen Preis zu leisten; er kann auch gerichtlich eingefordert werden.“

Völlig inakzeptabel ist nun aber der Vorschlag der Europäischen Kommission, Gewinnspiele als „verkaufsfördernde“ Maßnahme weitgehend liberalisieren zu wollen. Dies geht aus eine Anfragebeantwortung hervor, die vom ehemaligen Konsumentenschutzminister Dr. Böhmendorfer stammt. So soll das Verbot von Gewinnspielen, bei denen ein Kauf Teilnahmevoraussetzung ist, durch weniger restriktive Maßnahmen ersetzt werden. Die Vorschläge des Grünbuches zum Verbraucherschutz wurden hingegen bislang nicht berücksichtigt. Angesichts einer – teilweise grenzüberschreitenden – Flut unseriöser Gewinnspiele mit Gewinnzusagen wie jenen des gerichtsbekanntes „Friedrich Müller Versand“ (auch „IVH“) ist es höchst kontraproduktiv, EU-weit den Spielraum für Gewinnspiele dieser Art zu erleichtern bzw. Regelungen auf den „Informationsansatz“ zu reduzieren.

Um KonsumentInnen wirkungsvoll vor falschen Gewinnversprechungen aller Art zu schützen, sind aus Sicht europäischer Verbraucherorganisationen europaweit weitergehende Regelungen und Sanktionsmittel dringend erforderlich.

- * **Irreführende Werbung mit Gewinnzusagen wird europaweit (grenzüberschreitend) in der Wirtschaft (insb. Handel und Tourismus) gezielt – aber sehr unterschiedlich - eingesetzt.**
Verschiedenste Formen sind den KonsumentenschützerInnen hinlänglich bekannt. Zum Einen arbeiten damit die klassischen Gewinnspielanbieter („Herr Müller, Sie haben € 25.000,-- gewonnen!“), wobei sich diese oder deren Vertriebsfirmen ihre Gewinne beispielweise über Warenbestellungen, Organisationskostenbeiträgen (z.B. € 50,--) sowie kostenpflichtige Mehrwertnummern holen.
- * **Gerade mit kostenpflichtigen Mehrwertnummern wird ein gigantischer Umsatz mit getäuschten KonsumentInnen erzielt.** Gewinnspiele wurden natürlich in den letzten Monaten zunehmend auch über SMS angeboten, wobei der weitere Kontakt über eine kostenpflichtige Mehrwertnummer hergestellt wird (Anruf ohne Kennung auf dem Handy; Computerstimme, welche einen Bargewinn von € 25.000,-- sicher zusagt, man müsse nur eine gebührenpflichtige Telefonnummer anrufen: 0900/474838 (€ 1,86/Min.) und die Anforderungsnummer durchgeben, die ebenfalls telefonisch durchgesagt wurde. Der Name dieser Firma wurde mit Stardust-Advertising durchgegeben. Gegen unverlangte SMS kann man zwar bei den Fernmeldebüros in Wien, Linz, Innsbruck und Graz Anzeige erstatten. Die Höchststrafe liegt immerhin bei ATS 500.000,-- (€ 36.300,--). Über die Anzahl und das Ausmaß tatsächlich verhängter Strafen ist aber nichts bekannt.
- * **Bekannt sind aber auch die Reiseveranstalter mit „Reisegewinnen“, die durch Zusatzleistungen – die natürlich zusätzlich bezahlt werden müssen – sowie durch angeschlossene Werbeveranstaltungen und Produktverkäufe auf ihre Kosten und Gewinne kommen.**

“Gratulation! Im Rahmen einer Promotionaktion wurde ein Hotelgutschein für Sie hinterlegt. Infos von Montag bis Freitag, 10 bis 19 Uhr unter der Telefonnummer 0476237690 (zum Normaltarif). Ihre Gewinnfabrik“ Diese freudige SMS erhielten Anfang des Jahres zahlreiche KonsumentInnen. Interessierte, die sich nach dem Gratisurlaub erkundigen wollten, sollten zuerst einen Vertrag unterschreiben, um den Hotelgutschein für zwei Personen für vier Nächte in einem 4-Sterne Hotel zu erhalten. Darin verpflichtete sich der Konsument, dass „Gewinnfabrik“ für ihn an Gewinnspielen teilnehmen kann. Der Konsument musste sich also mehrere Monate bei Win Factory binden mit einem Monatsbeitrag von 14,90 Euro. „Gewinnfabrik“ bzw. die im Firmenbuch eingetragene Win Factory Service- und Gewinnspielvermittlung GmbH in Kärnten bietet nämlich Dienstleistungen als Gewinnspielvermittler an. Nachdem der Vertrag unterschrieben war, bekam der Konsument einen Hotelkatalog, wo er sich angeblich ein Hotel aussuchen konnte. Der Clou: Wird der Hotelgutschein vor Ort eingelöst, muss der Konsument 280 Euro draufzahlen – er muss sich verpflichten, mindestens Frühstück und Abendessen im jeweiligen Hotel einzunehmen.

- * So flattern bei KonsumentInnen zunehmend Gewinnankündigungen ins Haus, ohne dass sie selbst an einem Preisausschreiben oder an einer Verlosung teilgenommen haben. Oft werden auch am Telefon Quizfragen gestellt, bei denen absolut nichts schief gehen kann. Busreisen nach Paris, nach Südtirol, an den Lago Maggiore in die Toskana oder sonst wohin wurden so von Sunshine-Bustouristik, Mega-Reisen, MB exklusiv, Paneuropa-Reisen GmbH, Reisebüro Mondial, Rauscher Reisen, „Reisen mit Freunden“ u.a. „verschenkt“.

Ein Gedanke, der hinter solchen Angeboten steckt: KonsumentInnen sollen – zumeist in der Nebensaison – zu zusätzlichen Reisebuchungen animiert werden und wenn die Übergabe des Reisegutscheines persönlich stattfindet zum Besuch einer Werbeveranstaltung.

Der „Gewinn“ kann also teuer werden, wenn man die Rahmenbedingungen nicht genau prüft (Zusatzkosten).

- * Per E-Mail erhielten viele ÖsterreicherInnen Hotelgutscheine für vermeintliche Gratisurlaube. In Wahrheit finanziert sich die Reise über extrem übertriebene Nebenleistungen, für die der Veranstalter nicht aufkommt. Die Leistungen werden als Verpflegungspauschale bezeichnet und kosten pro Tag zwischen 30 und 70 Euro. Insgesamt kommt dann der „Gratisurlaub“ auf bis zu 750 Euro. Rechtliche Schritte zu unternehmen ist schwierig, das Medium Internet ist noch immer eine Spielwiese für billige Lockangebote und undurchsichtige Verkaufsmethoden.

Die Interessenten dieser Ulaubsangebote werden aufgefordert, eine E-Mail mit sieben verschiedenen Adressen an Eurorest zu schicken, um dann via E-Mail den versprochenen Reisegutschein zu bekommen. In dieser Mail ist ein Link versteckt, der zum Eurorest Systemreglement führt. Dort ist unter anderem ein Paragraph versteckt, in dem es heißt: „Ein Kunde, der kostenlose oder ermäßigte Übernachtungen in Anspruch nimmt, ist verpflichtet, den Verpflegungssatz für jeden Tag des Aufenthalts am Tag der Ankunft zu bezahlen.“

Aus „kostenlos“ werden dann bei 14 Tagen Urlaub maximal 745,50 Euro (Durchschnitt: 420 Euro) in den 27 Hotelpartner, die auf der Homepage der „Eurorest“ für Österreich angeführt sind. Erwähnenswert ist auch noch, dass die Hotels und Pensionen Ein- bis Zweistern-Betriebe sind.

- * Irreführende Werbung mit Gewinnzusagen (oft verbunden mit Geschenken oder Essenseinladungen) gibt es auch bei diversen klassischen Werbeveranstaltungen im privaten Bereich, bei Vereinen oder bei Veranstaltungen im Gastgewerbe und Hotellerie.

Der deutsche Bundesgerichtshof hat dazu im letzten Jahr dazu eine sehr eindeutige Entscheidung getroffen: Eine Vertriebsfirma hatte in mindestens 1500 Fällen ältere, nicht mehr berufstätige Personen persönlich angeschrieben und versucht, sie mit einem „leckeren Mittagessen“ und „Gewinnen“ für eine Verkaufsreise zu ködern. Das „leckere Mittagessen“ entpuppte sich als Konservendose mit Suppe bzw. Brechbohnen zum mitnehmen. Bei den

„Topgewinnen“ handelt es sich um wertlose Gutscheine. Mit dem Urteil vom 15.08.2002 hat der BGH den Anbieter wegen strafbarer irreführender Werbung nach § 4 UWG verurteilt und die Sache zur Festsetzung der Strafe (Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder Geldstrafe) an das Landgericht Oldenburg zurückverwiesen.

Aufgrund dieses aktuellen Urteils forderte u.a. der deutsche Bundesverband der Verbraucherzentralen weitere wirkungsvolle Maßnahmen zum Schutz der VerbraucherInnen vor unerlaubter bzw. irreführender Gewinnspielwerbung. Zum einen sei die Rechtsdurchsetzung wegen ungenügender Anbieterkennzeichnung bzw. fehlender Liquidität der beklagten Firmen oft unmöglich (Flucht ins Ausland, Scheinfirmen, Postfachanschriften), zum anderen gelte die BGH Entscheidung konkret nur im Zusammenhang mit Verkaufsreisen – andere Formen unlauterer Gewinnspielwerbung, zum Beispiel durch persönlich adressierte Werbefriefe, blieben außen vor. Insgesamt hätten in Deutschland die Verbraucherbeschwerden zu irreführenden Gewinnzusagen erheblich zugenommen.

Die Konsumentenberatungen der Arbeiterkammern sowie auch der VKI waren im Jahr 2002 mit tausenden Anfragen und Beschwerden über diverse Gewinnspielveranstalter konfrontiert. Auch 2003 reißen Anfragen und Beschwerden nicht ab. Wer in einer Datenbank eines Gewinnspielveranstalters ist, wird immer wieder mit Zusendungen belästigt. Obwohl nun zunehmend Gewinnspielveranstalter (z.B. „Friedrich Müller – EVD Direktverkauf AG“) in Musterprozessen gezwungen werden, Gewinne auch tatsächlich auszubezahlen, bleibt es dennoch für tausende ÖsterreicherInnen ein enormes Ärgernis, weiterhin mit derartigen Gewinnspielen konfrontiert zu werden, da die Geschäfte dieser Veranstalter trotz rechtskräftiger Gerichtsentscheidungen lukrativ weiterlaufen.

Die Bundesarbeitskammer war bislang in acht Verfahren erfolgreich, drei Verfahren sind anhängig, auch der VKI war in Musterprozessen äußerst erfolgreich:

So hat der OGH im Jänner 2002 im Zusammenhang mit einer irreführenden Gewinnzusage § 5j KSchG angewendet und einem Konsumenten ein Cabrio im Wert von 300.000 Schilling (21.801,85 €) zugesprochen.

Der VKI gewann in einem Musterprozess für eine Konsumentin € 12.500,-, in einem anderen Verfahren wurde die Firma EVD Direktverkauf AG zur Zahlung von € 100.000,- verurteilt.

Eine bahnbrechende Entscheidung des EuGH gibt österreichischen KonsumentInnen die Möglichkeit irreführende Gewinnzusagen aus dem Ausland in Österreich einzuklagen. Grundsätzlich sind die Gerichte im Wohnsitzstaat des Verbrauchers zuständig, wenn man irreführende Gewinnzusagen (gekoppelt mit Warenbestellungen) einklagen will. In der Folge kommt natürlich auch österreichisches Recht zur Anwendung. Darüberhinaus wurde EVD wegen Verstoß gegen das Fernabsatzgesetz verurteilt und auch wegen irreführender Werbung bei Schlankheitsprodukten.

Der VKI hat vor kurzem wiederum gegen „Friedrich Müller“ einen Teilerfolg bei Gericht gelandet. Die Firma muss nach einem Spruch des Oberlandesgerichtes Wien einen

versprochenen Gewinn in der Höhe von 89.024,33 Euro ausbezahlen. Auch der OGH verschärfte die Rechtsprechung bei Gewinnversprechen. Nach einer Entscheidung des Obersten Gerichtshofs (OGH), in der festgelegt wird, dass derartige Gewinnzusagen nur dann nicht eingehalten werden müssen, wenn „kein Zweifel offen bleibt, dass der Gewinner des Preisausschreibens erst in einer Ziehung oder auf andere Weise ermittelt werden muss“ (1 Ob 303/02v).

Die AK wiederum hat gegen „Friedrich Müller“ wegen der Jackpot Gewinnverständigung eine vollstreckbare Verfügung vor dem Obersten Gerichtshof (OGH) erwirkt: Die Gewinnverständigung erweckt den Eindruck, dass der Konsument den angesprochenen Jackpot oder einen erheblichen Anteil daran gewonnen hat. Außerdem werden Konsumenten über die unerwartet hohen Kosten bei der telefonischen Gewinnanforderung getäuscht. „Müller“ muss also künftig bei derartigen Gewinnverständigungen deutlich hinweisen, dass der Gewinn unter allen Teilnehmern aufgeteilt wird und Einzelgewinne unter einer bestimmten Summe gar nicht ausgezahlt werden, und wenn das Telefonat unerwartet lange dauert, die Gesprächsdauer ankündigen.

Der VKI hat – im Auftrag des BMSGK – gegen Gewinnzusagen der Firma IVH weitere Klagen nach dem UWG eingebracht. In einem Fall wurde die EV bewilligt; im anderen Fall nicht.

Das HG Wien hat zum einen gegen eine „Bar-Anteils-Gewinn“-Zusage von „Friedrich Müller“ (IVH Versandhandel) folgende EV erlassen: Der Firma wird es verboten, bei der Veranstaltung von Gewinnspielen den unrichtigen Eindruck zu erwecken, der Adressat habe bereits gewonnen, den er nur mehr anzufordern brauche, wenn der Geldbetrag tatsächlich unter allen Gewinnspielteilnehmern aufgeteilt wird und Gewinnanteile unter einer Mindestgrenze wie etwa EURO 5,- gar nicht zur Verteilung gelangen, wenn darauf nicht in eindeutiger und unmissverständlicher Weise hingewiesen wird.

Durch das Bundesministerium für Justiz wurden Beschwerden, in denen etwa im Zusammenhang mit der Einhebung von Organisationskostenbeiträgen der Vorwurf des Betruges erhoben wurde, diese gemäß § 84 Abs. 1 StPO an die Oberstaatsanwaltschaft Wien weitergeleitet.

„Die von der Staatsanwaltschaft Wien in Folge veranlassten Erhebungen ergaben jedoch, dass das zur Durchführung der Gewinnspiele verwendete Prospektmaterial zwar geeignet war, leicht zu Missverständnissen und unberechtigten Gewinnhoffnungen Anlass zu geben, sicher doch aus dem Prospektmaterial für einen verständigen Leser eine **strafrechtlich relevante** Täuschung, über einen objektivierbaren Tatsachenkern nicht ableiten ließ. Weiters wurden im Falle von rechtzeitigen und in Teilnahmebedingungen entsprechenden Gewinnanforderungen tatsächlich Gewinne zur Ausschüttung gebracht (3903/AB XXI GP.)“

Um die – als irreführend empfundene – Gewinnzusagen der Firma EVD – ist aber unabhängig von diesen Schlussfolgerungen beim Landesgericht für Strafsachen Wien ein Strafverfahren anhängig (Aktenzahl GZ 22c Vr. 8231/00, 223 Ur 6042/00). Laufend kommen weitere Nachtragsanzeigen hinzu.

Wie aus der Anfragebeantwortung des Justizministers gleichfalls hervorgeht, laufen in mehreren europäischen Ländern Strafverfahren gegen jene Firmen, die mit hohen Geldbeträgen, Gewinnreisen oder diversen Wertgegenständen auf „Kundenfang“ gehen, ohne die Gewinne auszubezahlen. Staatsanwaltliche und kriminalpolizeiliche Erhebungen gibt es daher auch in Deutschland gegen diesen Gewinnspielveranstalter (z.B. Bonn). Dies betrifft auch den Firmenkomples von „Friedrich Müller“.

Gegen den erwähnten „Friedrich Müller Versand“ bzw. EVD Direktverkaufs AG oder nun als IVH Versandhandel Ges.mBH wird schon mit Strafverfolgungsbehörden in Deutschland, Schweiz und Frankreich kooperiert, Strafverfahren gegen das Firmenimperium des „Friedrich Müller Versand“ am LG Wien laufen. Wichtig ist es daher, wenn mögliche viele Gewinnspielopfer sich beim VKI melden würden und sich diesem Strafverfahren als Geschädigte anschließen.

Da beispielweise Gewinnspielopfer Mehrwertnummern angerufen haben, um den Gewinn abzurufen, oder einen Organisationsbeitrag eingezahlt haben, aber nichts gewonnen haben, oder bei der Bargeldaktion mitgeboten haben, aber nicht einmal einen Sachwertgutschein in Höhe von 500 Euro erhalten haben, besteht der Verdacht des schweren gewerbsmäßigen Betruges.

Kreditschädigungsklagen von EVD-Direktverkauf AG gegen Kritiker und Konsumentenschützer – wie beispielsweise gegen die AK-Salzburg – wurden bislang von den österreichischen Gerichten rechtskräftig abgewiesen.

Im März 2002 hat der Rechtsanwaltsverein gegen die Wiener EVD Direktverkauf AG eine Unterlassungsklage eingebracht. Am 8. Mai 2002 hat die belangte Gesellschaft vor dem Handelsgericht Wien eine Unterlassungserklärung abgegeben. Demnach darf das Unternehmen ab sofort keine Gewinnzusagen des Anwaltes Jürgen Maul ohne Angabe dessen Berufsorganisation versenden. Diese Erklärung bezieht sich allerdings nur auf Österreich und nicht auf andere EU Staaten.

Nicht bekannt ist bislang, wie die nach § 7 EuRAG BGBl. I Nr. 27/2000 zuständigen inländischen Disziplinarorgane des österreichischen Rechtsanwaltskammertages diverse Rechtsfragen zur Tätigkeit von Rechtsanwalt Jürgen Maul – die Gegenstand der Anfrage waren – beurteilt haben.

Auch die Österreichische Notariatskammer bzw. die Notariatskammer für Wien, Niederösterreich und Burgenland haben Strafanzeige erstattet, weil bei diesem Gewinnspiel auch ein Notar mit Namen „Hubert Einfalt“ aufscheint.

Auch eine wettbewerbsrechtliche Überprüfung des Sachverhaltes wurde durchgeführt. In der Gewinnspielwerbung wurde nämlich auf ein vorliegendes Notariatsprotokoll Bezug genommen. Angekündigt wurde auch, dass hinsichtlich der Verwendung des Logos des Österreichischen Notariats im Zusammenhang mit angeblichen notariell beurkundeten Verlosungen im Werbeauftritt des Friedrich Müller Versandes von der Österreichischen Notariatskammer ebenfalls eine Unterlassungsklage eingebracht wird.

Das Firmenimperium „Friedrich MÜLLER“

Die EVD-Direktverkauf AG nun mehr IVH Versandhandel GmbH agiert europaweit; Es gibt Anfragen und Beschwerden aus Deutschland, Schweiz, Belgien, Frankreich und England. Auch der Antragsteller hat bereits nach der ersten Parlamentarischen Anfrage vom 22.05.2002 zahlreiche Beschwerden und Anfragen zu Gewinnspielen und konkret zu „Friedrich Müller“ etc. aus anderen EU-Mitgliedsstaaten erhalten.

Hinter der registrierten Marke „Friedrich Müller“ stand die EVD Direktverkauf AG mit Sitz in Wien (A-1020 Wien, Volkerstraße 6-8, Tel.: 0043/01/21777, Fax: 0043/01/21777-511, E-Mail: office@europaversand.at; [Http://www.europaversand.at](http://www.europaversand.at); Firmenbuchnummer: FN 182435m Wien). Vorstand ist Herr Gerhard Bruckberger. Die Firma trat auch unter den Marken „IVH“, „Europaversand“, „Jaques Antoinnes“, „Para-Holding“ und anderen auf. Der in den Zusendungen immer wieder zitierte Rechtsanwalt Jürgen Maul ist kein österreichischer Rechtsanwalt, sondern ist als Anwalt in Frankfurt in Deutschland eingetragen.

Die Firma EVD Direktverkauf AG (1020 Wien, Volkertstrasse 6-8) wurde vorerst am Handelsgericht Wien umbenannt in IVH Versandhandel AG (FN: 182435m Wien, 1020 Wien, Vereinsgasse 19); auch die Geschäftsanschrift wurde geändert, sie lautet nun Vereinsgasse 19, 1020 Wien (Stichtag 8.01.2003).

Die Firma trat und tritt gegenüber Verbrauchern u. a. mit den Markennamen „Friedrich Müller“ und „IVH“ auf.

Vorstand der Firma ist Herr Gerhard Bruckberger, geb. 10.7.1967.

Der Reiseveranstalter von IVH der mit „Reisegewinnen“ arbeitet, nennt sich I.R.U. Reiseunternehmen GmbH (ehemals Express Tours & Packages).

Inzwischen tritt in den Zusendungen an Verbraucher – ebenfalls mit dem Markennamen „Friedrich Müller“ – auch die Firma U.S.G. Unterhaltungsspiele GmbH (FN: 225009x Wien, 1020 Wien, Darwingasse 9/5) auf. Geschäftsführer ist ebenfalls Herr Gerhard Bruckberger. Alleiniger Gesellschafter der U.S.G. Unterhaltungsspiele GmbH ist die WDV Direktverkauf AG (FN: 225009x Wien, Volkertstrasse 6-8).

Vorstand auch hier: Herr Gerhard Bruckberger.

Nach der Umbenennung von EVD Direktverkauf AG auf IVH Versandhandel AG wurde diese nunmehr in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung umgewandelt.

Damit kam es nach der Namensänderung es jetzt zu einer Änderung der Gesellschaftsform. Aus der IVH Versandhandel AG wurde eine GmbH.

Geschäftsführer ist wiederum Gerhard Bruckberger. Gesellschafter der GmbH sind (bei jeweils voll geleisteter Stammeinlage) folgende Privatstiftungen: ADRESAFE, CÄSAR, G.B. und Walter Bruckberger. In allen Stiftungen ist DDr. Karl Pistotnik Vorsitzender des Vorstandes (VKI 30.06.2003).

Abschließend wird in der Anfragebeantwortung durch das BMJ die Auffassung vertreten, dass diesen Problemen erst dann schlagkräftig entgegen getreten werden kann, wenn eine

europaweite Regelung gefunden wurde. Aus diesem Grund hat sich Österreich beim EU-Rat Binnenmarkt, Verbraucherfragen und Tourismus am 21. Mai 2002 im Rahmen der Diskussion über den Verordnungsvorschlag der Europäischen Kommission über Verkaufsförderung im Binnenmarkt für eine gemeinsame Vorgangsweise in Anlehnung an § 5j KSchG ausgesprochen. Und weiters wie folgt der Justizminister in der Beantwortung der Anfrage: „Sollte sich im Übrigen zeigen, dass die hier in Rede stehenden unredlichen und unseriösen Gewinnspiele europäische Dimensionen angenommen haben, so werde ich nicht anstehen, damit die Kommission, der das Initiativrecht in der Europäischen Gemeinschaft zusteht, befassen.“ Bedauerlicherweise ist dies bislang unterblieben.

Aus Sicht der Europäischen Konsumentenschutzorganisationen haben unredliche und unseriöse Gewinnspiele bereits europäische Dimensionen angenommen, da sie grenzüberschreitend angeboten werden, sodass weitere gesetzliche Maßnahmen auf nationaler oder europäischer Ebene notwendig sind.

Entschließungsantrag

Der Nationalrat möge beschließen:

Entschließung

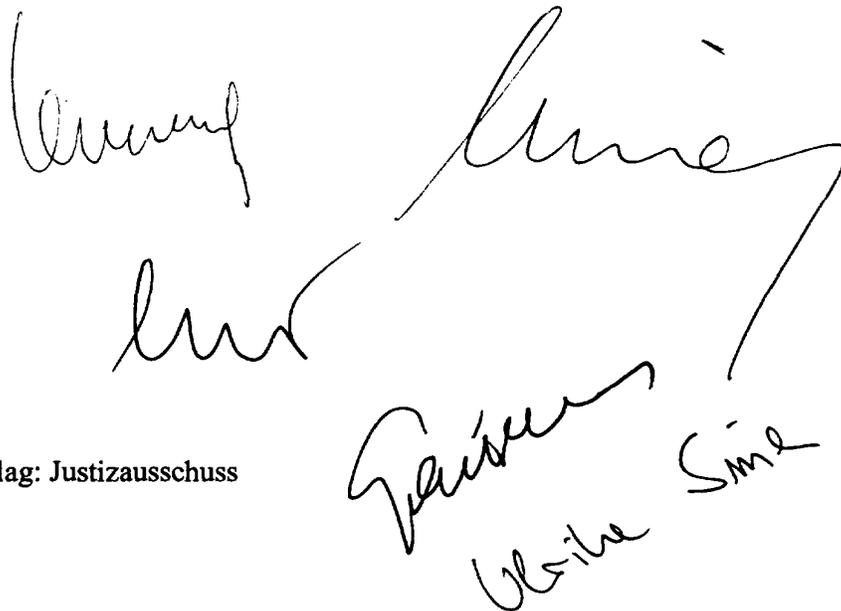
Der Nationalrat hat beschlossen:

Aus den dargelegten Gründen wird der Bundesminister für Justiz aufgefordert gemeinsam mit dem Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit zur Unterbindung aller Formen (grenzüberschreitender) irreführender Werbung mit Gewinn- und Geschenkzusagen ein umfassendes Maßnahmenpaket mit zivil-, wettbewerbs- und strafrechtlichen Regelungen dem Nationalrat vorzulegen:

1. Dieses Maßnahmenpaket soll folgende Inhalte umfassen:

- 1.1. einen gerichtlichen Straftatbestand für sämtliche Fälle irreführender Gewinnspielwerbung oder vergleichbare Mitteilungen
- 1.2. Effektivere wettbewerbsrechtliche Sanktionen
 - Verschuldensunabhängiges Rücktrittrecht bei Bestellungen aufgrund sittenwidriger bzw. irreführender Werbung
 - Schadenersatzanspruch der Verbraucher bei unlauterer Werbung, auch in Bezug auf immaterielle Schäden
 - Gewinnabschöpfungsanspruch gegenüber Gewinnspielveranstaltern und Bestellabwicklungsunternehmen

- 1.3. Eine Ergänzung von § 5j KSchG (Gewinnherausgabeanspruch bei Gewinnzusagen oder vergleichbaren Mitteilungen in der Werbung) durch
 - Eine Bestimmung zum Haftungsdurchgriff auf die für die Veranlassung von Gewinnzusagen verantwortlichen natürlichen Personen (Vertretungsberechtigte der Gewinnspielveranstalter, Verursacher der Gewinnmitteilungen) und
 - die Einbeziehung von Unternehmen und Personen, die unmittelbare Vorteile aus irreführenden Gewinnankündigungen ziehen,
- 1.4. Ergänzende gewerberechtliche Regelungen zur Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Firmenkennzeichnung in Verbindung mit fühlbaren Sanktionen bei Verstößen (Firmenwahrheit)
- 1.5. Einen gesetzlichen Auskunftsanspruch für geschädigte KonsumentInnen gegenüber der Post AG und den Telekombetreibern in Bezug auf Inhaber bzw. Nutzungsberechtigte von Postfachfirmen- und Mehrwertnummerinhaber.
2. In EU-Gremien dafür einzutreten, dass geltende Regelungen in den Mitgliedsstaaten über Gewinnspiele als „verkaufsfördernde Maßnahmen“ nach dem VO-Vorschlag zur Verkaufsförderung im Binnenmarkt nicht liberalisiert werden bzw. nationale Verbote aufrecht erhalten werden können.
3. auf EU-Ebene dafür einzutreten, dass in einer Rahmenrichtlinie im Sinne des Grünbuches zum Verbraucherschutz ein einheitliches Gemeinschaftsrecht gegen den unlauteren Wettbewerb (Harmonisierung des Lauterheitsrechts) geschaffen wird, mit dem ein hohes Maß an Konsumentenschutz und Schutz der KMU gewährleistet wird. Die Beseitigung aller nationalen Verbote von Verkaufsförderungen und deren Ersatz ausschließlich durch Transparenzvorschriften reicht zum Schutz der KonsumentInnen und der KMU nicht aus und ist daher abzulehnen.



Kunze
Luis
Fischer
Ulrike Sime

Zuweisungsvorschlag: Justizausschuss