
4898/AB XXIV. GP

Eingelangt am 21.05.2010

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM für Justiz

Anfragebeantwortung



DIE BUNDESMINISTERIN
FÜR JUSTIZ

BMJ-Pr7000/0094-Pr 1/2010

An die

Frau Präsidentin des Nationalrates

W i e n

zur Zahl 4944/J-NR/2010

Die Abgeordneten zum Nationalrat Ing. Peter Westenthaler, Kolleginnen und Kollegen haben an mich eine schriftliche Anfrage betreffend „irreführende Gewinnzusagen“ gerichtet.

Ich beantworte diese Anfrage wie folgt:

Zu 1 und 5:

Die Zusendung von Gewinnzusagen ist bedauerlicherweise eine nach wie vor geübte Praxis. Ob die Anzahl der Unternehmen, die sich dieser Methode bedienen, tatsächlich im Steigen begriffen ist, kann mangels empirischer Daten nicht beurteilt werden. Verbrauchern ist in erster Linie zu raten, auf derartige Gewinnzusagen nicht zu reagieren. Tatsächlich wäre das Problembewusstsein bei den Verbrauchern z. B. durch Aufklärung und Information, durch das Bundesministerium für Arbeit, Soziales

und Konsumentenschutz zu stärken. Juristisch steht dem Verbraucher – will er dennoch den zugesagten Preis erhalten – die durch § 5j KSchG gewährte Klagsmöglichkeit offen.

Zu 2 und 3:

Die anlässlich der Umsetzung der Fernabsatz-RL 97/7/EG geschaffene Bestimmung des § 5j KSchG gewährt einem Verbraucher, dem ein Unternehmer eine Gewinnzusage oder eine vergleichbare Mitteilung zusendet, durch die der Eindruck erweckt wird, der Verbraucher habe einen bestimmten Preis gewonnen, das Recht auf Leistung dieses Preises. Verweigert der Unternehmer die Auszahlung des Preises, kann der Verbraucher dies – dem Wesen des Zivilrechts entsprechend – durch Klage durchsetzen. Nach der Rechtsprechung fallen lediglich Gewinnzusagen, die schon von vornherein keine Zweifel offen lassen, dass der Empfänger (noch) nicht gewonnen hat, nicht unter den Anwendungsbereich des § 5j KSchG. Selbst wer die Gewinnzusage als bloßes Werbemittel durchschaut, kann die Leistung des Gewinns verlangen. Auch die Deckung durch die Rechtsschutzversicherung für derartige Klagen ist mittlerweile anerkannt. Neben der Klage durch den einzelnen Verbraucher steht auch das Institut der Verbandsklage offen.

Auf zivilrechtlicher Ebene ist für den einzelnen Verbraucher dadurch, dass er den zugesagten Gewinn gerichtlich einfordern kann, bereits weitestgehender Schutz gegeben. Für eine weitere gesetzliche Determinierung, wie sie in Frage 3 angeregt wird, besteht keine Notwendigkeit, weil Gewinnzusagen – wie dargestellt – bereits nach der derzeitigen Ausgestaltung des § 5j KSchG für den Unternehmer verbindlich sind und der Gewinn zur Auszahlung gelangen muss, wenn ihn der Verbraucher fordert.

Zusätzliche Maßnahmen auf wettbewerbs- oder gewerberechtlicher Ebene fallen nicht in den Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Justiz.

Zu 4:

Gemäß § 14 UGB haben alle in das Firmenbuch eingetragenen Unternehmer auf allen Geschäftsbriefen und Bestellscheinen, die auf Papier oder in sonstiger Weise an einen bestimmten Empfänger gerichtet sind, sowie auf ihren Webseiten die Firma, die Rechtsform, den Sitz und die Firmenbuchnummer des Unternehmers sowie das Firmenbuchgericht anzugeben. Aus der Firma ergibt sich die Rechtsform des Unternehmers.

Bei einer offenen Gesellschaft oder Kommanditgesellschaft, bei der kein unbeschränkt haftender Gesellschafter eine natürliche Person ist (z.B. der GmbH & Co KG), sind diese Angaben auf den Geschäftsbriefen, Bestellscheinen und Webseiten der Gesellschaft auch über die unbeschränkt haftenden Gesellschafter zu machen.

Einzelunternehmer haben als Ausgleich für die Möglichkeit, Fantasiefirmen verwenden zu können, auch ihren (bürgerlichen) Namen anzugeben, wenn er sich von der Firma unterscheidet.

Entspricht der Unternehmer seiner Verpflichtung nicht, kann er dazu vom Firmenbuchgericht durch Zwangsstrafen (§ 24 FBG) angehalten werden. Nach § 24 Abs. 2 FBG ist auch die wiederholte Verhängung von Zwangsstrafen zulässig. Weitere zivilrechtliche Folgen einer Unterlassung, etwa nach dem UWG, bleiben davon unberührt (siehe dazu § 14 Abs. 5; Dehn in Krejci, RK § 14 UGB Rz 20 f).

Zu 5:

Die beiden Ressorts arbeiten aufgrund der fachlichen Berührungspunkte in dieser Frage zusammen.

Zu 6:

Aggressive und irreführende Geschäftspraktiken in öffentlichen Bekanntmachungen und Medien sind bereits nach § 4 Abs. 1 UWG gerichtlich strafbar. Der Anhang zum UWG definiert als aggressive Geschäftspraktik unter anderem das Erwecken des falschen Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen oder er werde einen Preis gewinnen (Z 31), und als irreführend unter anderem die unrichtige Behauptung, der Kauf eines Produkts könne Gewinnchancen bei Glücksspielen erhöhen (Z 16), sowie das Anbieten von Wettbewerben und Preisausschreiben, ohne dass die beschriebenen Preise oder ein angemessenes Äquivalent vergeben werden (Z 19).

Soweit durch derartige Vorgehensweisen bei Vorliegen eines Bereicherungsvorsatzes durch Täuschung über Tatsachen zu einer Handlung, Duldung oder Unterlassung verleitet wird und ein Vermögensschaden vorliegt, wäre gegebenenfalls sogar eine Strafbarkeit nach § 146 StGB zu prüfen. Handelt der Täter ohne Bereicherungsvorsatz, käme auch eine Qualifizierung als Täuschung nach § 108 StGB in Betracht. Aufgrund der bereits bestehenden Regelungen erscheint mir die Schaffung eines eigenen Straftatbestandes – schon zur

Vermeidung der Zersplitterung und Fragmentierung des österreichischen Strafrechts
– derzeit für nicht indiziert.

Mai 2010

(Mag. Claudia Bandion-Ortner)