

Erläuterungen

Allgemeiner Teil

Hauptgesichtspunkte des Entwurfs:

Mit der geplanten Gesetzesnovelle zum Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG, BGBI. Nr. 448/1984, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBI. I Nr. 104/2019, und zum Bundesgesetz über die Auszeichnung von Preisen – PrAG, BGBI. Nr. 146/1992, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBI. I Nr. 99/2016, (Zweites Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz – MoRUG II), wird die Richtlinie (EU) 2019/2161 zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG (im Folgenden „Klausel-RL“) und der Richtlinien 98/6/EG (im Folgenden „Preisangaben-RL“), 2005/29/EG (im Folgenden „UGP-RL“) und 2011/83/EU (im Folgenden „VRRL“) zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union (im Folgenden „Modernisierungsrichtlinie“), ABl. Nr. L 328 vom 18.12.2019 S. 7, in innerstaatliches Recht umgesetzt. Diese Modernisierungsrichtlinie zur Neugestaltung der Rahmenbedingungen für Verbraucher und Stärkung der Verbraucherrechte sieht im Wesentlichen eine Anpassung der Richtlinien, insbesondere der UGP-RL und der VRRL, an die zunehmende Digitalisierung (z. B. durch die Ausweitung der jeweiligen Anwendungsbereiche auf digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen), mehr Transparenz auf Online-Marktplätzen durch erweiterte Informationspflichten sowie ein neues, verschärftes Sanktionenregime und eine Ergänzung der UGP-RL um individueller Rechtsbehelfe für Verbraucher vor. Daneben gibt es neue Verbote betreffend dieselbe Vermarktung von Produkten trotz unterschiedlicher Zusammensetzung („Dual Quality“), betreffend Verbraucherbewertungen und den Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen in der UGP-RL sowie Änderungen beim Rücktrittsrecht in der VRRL.

Überdies wird in Abweichung zum Vollharmonisierungsprinzip der UGP-RL (Art. 5 Abs. 5 der UGP-RL) den Mitgliedstaaten nunmehr die Möglichkeit eingeräumt, Bestimmungen zum Schutz der berechtigten Interessen der Verbraucher in Bezug auf aggressive oder irreführende Vermarktungs- oder Verkaufspraktiken im Zusammenhang mit unerbetenen Besuchen eines Unternehmers in der Wohnung eines Verbrauchers oder Werbefahrten zu Verkaufszwecken, zu erlassen. Zudem sieht die Modernisierungsrichtlinie neue Vorschriften zur Kennzeichnung von Preisermäßigungen in der Preisangaben-RL vor.

Von den vier durch die Modernisierungsrichtlinie geänderten Richtlinien fallen die UGP-RL und die Preisangaben-RL in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und sollen die relevanten Teile im vorliegenden Gesetzentwurf umgesetzt werden. Die Klausel-RL und VRRL liegen im Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Justiz und sollen mit dem parallel zu diskutierenden Entwurf für das „Erste Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz“ (im Folgenden „MoRUG I“) umgesetzt werden.

Inhalte und Umsetzung der RL (EU) 2019/2161:

Im Wesentlichen bringt die Umsetzung der Änderungen in der UGP-RL folgende Neuerungen im UWG:

Dual Quality: Die UGP-RL wurde in Art. 6 dahingehend erweitert, dass die identische Vermarktung einer Ware in mehreren Mitgliedstaaten trotz wesentlicher Unterschiede in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen als irreführende Geschäftspraktik gilt. Auch das UWG ist um diese irreführende Geschäftspraktik zu erweitern.

Entfall der Informationspflicht im Zusammenhang mit Verfahren zum Umgang mit Beschwerden in der Werbephase: Insofern kommt es zu einer minimalen Entlastung für Unternehmen. Diese Informationspflicht ist auch im UWG entsprechend zu adaptieren.

Erweiterung der Informationspflichten auf Online-Marktplätzen: Nach der UGP-RL gilt nunmehr für den Fall, dass Produkte auf Online-Marktplätzen angeboten werden, die Information, ob es sich beim produktanbietenden Dritten um einen Unternehmer handelt oder nicht, als wesentlich. In diesem Zusammenhang wird auch die Begriffsdefinition über Produkte an die fortschreitende Digitalisierung angepasst und eine neue Definition über Online-Marktplätze aufgenommen. Entsprechende Anpassungen und Ergänzungen sind daher auch im UWG vorzunehmen.

Bestimmungen hinsichtlich Rankings: Die UGP-RL sieht überdies neuen Informationspflichten hinsichtlich „Rankings“ (Reihung von Angeboten) samt Definition des Begriffs vor, die ebenfalls im UWG umgesetzt werden. Zu informieren ist in Hinkunft über die Hauptparameter für die Festlegung des Rankings sowie über deren relative Gewichtung im Vergleich zu anderen Parametern. Nicht detailliert offengelegt werden muss die Funktionsweise von Ranking-Systemen, einschließlich der Algorithmen. Daneben gibt es einen ergänzenden Verbotstatbestand im Anhang zur UGP-RL, nach dem die Anzeige von Suchergeb-

nissen ohne Offenlegung etwaiger bezahlter Werbung oder spezieller Zahlungen, die zur Erreichung eines höheren Rankings dienen, verboten ist. Eine entsprechende Ergänzung soll auch im Anhang zum UWG erfolgen.

Regelungen betreffend Verbraucherbewertungen: Verbraucherbewertungen gewinnen bei Kaufentscheidungen zunehmend an Bedeutung, gleichzeitig steigt die Zahl an sogenannten „Fake Reviews“. Daher wird mit den neuen Vorgaben in der UGP-RL auch dieser Punkt aufgegriffen. Wenn Verbraucherbewertungen von Unternehmen zugänglich gemacht werden, sollen diese zukünftig darüber informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, welche die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben. In diesem Zusammenhang wird auch der Anhang zur UGP-RL um zwei Verbotstatbestände ergänzt (Behauptung, dass Bewertungen von Verbrauchern stammen, ohne dies zu prüfen und Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen bzw. Erteilung des Auftrags, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen abzugeben). Auf nationaler Ebene sind das UWG und dessen Anhang ebenfalls um diese Punkte zu ergänzen.

Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, insbesondere Kultur- und Sportveranstaltungen: Als weiterer Verbotstatbestand wird im Anhang zur UGP-RL sowie auf nationaler Ebene der Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, wenn diese durch Software erworben wurden, welche dazu dient, Beschränkungen des Verkäufers zu umgehen, normiert.

Individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher: Die UGP-RL wird außerdem um individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, ergänzt. In Österreich war dies nach der geltenden Rechtslage nicht klar. Daher soll dies unter Verweis auf das allgemeine Schadensersatzrecht klargestellt werden.

Sanktionen: Daneben sieht die Novelle der UGP-RL ein neues Sanktionenregime vor, sodass nunmehr bei der Verhängung von Sanktionen im Rahmen von koordinierten Aktionen nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004, ABl. Nr. L 345 vom 27.12.2017 S. 1, bei weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension Geldstrafen von bis zu 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers verhängt werden können. Diese Vorgabe ist auch im UWG umzusetzen. Hauptinstrument bei der Verfolgung von unlauteren Geschäftspraktiken soll aber weiterhin die Unterlassungsklage nach § 14 UWG sein.

Über die Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie hinaus wird eine Diskrepanz zwischen UWG und Telekommunikationsgesetz 2003 – TKG 2003, BGBI. I Nr. 70/2003 beseitigt, und zwar, dass die Anbieter nach dem TKG 2003 zwar das Geburtsdatum, nicht aber die Anschrift des Teilnehmers feststellen müssen, nach § 14a UWG hingegen bislang nur die Anschrift bekanntzugeben ist. Dadurch wird die Rechtsverfolgung nach dem UWG erleichtert und die Rechtssicherheit verbessert.

Im PrAG sind in Umsetzung der neuen Vorgaben in der Preisangaben-RL Regelungen für Preisermäßigungen zu ergänzen, sodass hinkünftig bei Rabatten auch der vorherige niedrigste Preis, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal angewendet wurde, anzugeben ist. Daneben wird die Preisangaben-RL idF der Modernisierungsrichtlinie um beispielhafte Kriterien für die Sanktionsfestlegung ergänzt. Einer gesonderten nationalen Umsetzung bedarf es aufgrund der Bestimmungen im PrAG iVm dem Verwaltungsstrafgesetz – VStG, BGBI. Nr. 52/1991 in der jeweils geltenden Fassung, nicht.

Kompetenzgrundlage:

Die Zuständigkeit des Bundes zur Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 6 („Zivilrechtswesen“) und Z 8 B-VG („Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes“).

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:

Keine.

Besonderer Teil

Zu Art. 1 (Änderung des UWG):

Zu § 1:

Zu Abs. 4:

Gemäß Art. 3 Z 1 lit. a der Modernisierungsrichtlinie soll die Definition „Produkt“ in Art. 2 Abs. 1 lit. c der UGP-RL in Zukunft auch digitale Dienstleistungen und digitale Inhalte umfassen. Hinsichtlich der Definition dieser beiden Begriffe ist auf § 3 Z 5 und 6 FAGG idF eines Entwurfs zum MoRUG I zu verweisen. Gemäß EG 30 der Modernisierungsrichtlinie umfassen digitale Inhalte eine einmalige Bereitstellung, eine Reihe einzelner Bereitstellungen sowie eine fortlaufende Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum. Als Beispiel für eine fortlaufende Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum wird das Streaming eines Videoclips unabhängig von der tatsächlichen Abspieldauer der audiovisuellen Datei genannt. Als Beispiele für digitale Dienstleistungen werden Dienste zur gemeinsamen Nutzung von Video- oder Audioinhalten und andere Formen des Filehostings, Textverarbeitung oder Spiele, die in der Cloud angeboten werden, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen aufgelistet. Daneben sollen in Umsetzung von Art. 3 Z 1 lit. b der Modernisierungsrichtlinie (Art. 2 Abs. 1 lit. m und n der UGP-RL) Definitionen über „Ranking“ und „Online-Marktplatz“ in § 1 Abs. 4 Z 9 und 10 aufgenommen werden. Die im Rahmen eines Rankings vorgenommene Hervorhebung von Produkten kann gemäß EG 19 der Modernisierungsrichtlinie beispielsweise durch die Verwendung von algorithmischer Sequenzierung, von Beurteilungs- oder Bewertungsmechanismen oder durch visuelle Hervorhebung oder andere Hervorhebungsinstrumente oder eine Kombination davon erfolgen. Die Definition von Online-Marktplätzen setzt voraus, dass der Anbieter von solchen, über diesen zumindest auch Dritten das Angebot von Waren oder Dienstleistungen am Verbraucher ermöglicht. Es schadet nicht, wenn der Anbieter des Online-Marktplatzes auch selbst Waren oder Dienstleistungen anbietet. Keine Online-Marktplätze im Sinne dieser Definition sind Web-Shops von Unternehmen, in denen ausschließlich eigene Waren oder Dienstleistungen angeboten werden. Ebenfalls nicht erfasst sind Preisvergleichsseiten oder Bewertungsportale, die auf Angebote hinweisen, bei denen die Verbraucher für einen Vertragsabschluss auf die Internetseite eines anderen Anbieters weitergeleitet werden.

Zu § 2:

Zu Abs. 2:

Es handelt sich um eine redaktionelle Anpassung aufgrund der Erweiterung des Anhangs zum UWG.

Zu Abs. 3:

Gemäß Art. 3 Z 3 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 6 Abs. 2 lit. c der UGP-RL) soll die identische Vermarktung einer Ware in mehreren Mitgliedstaaten der Europäischen Union trotz wesentlicher Unterschiede in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen als irreführend gelten, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände geeignet ist, einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er ansonsten nicht getroffen hätte („Dual Quality“). Der Anwendungsbereich der Bestimmung ist auf Waren beschränkt, Dienstleistungen sind nicht umfasst. Eine Irreführung liegt nach der Modernisierungsrichtlinie dann nicht vor, wenn die Unterschiede durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt sind. Eine Umsetzung dieser Bestimmung soll in § 2 Abs. 3 Z 3 erfolgen.

Als legitime und objektive Faktoren zur Rechtfertigung von Unterschieden gelten beispielsweise Vorgaben des nationalen Rechts, Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, freiwillige Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln sowie die Anpassung von Waren derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte (vgl. EG 53 der Modernisierungsrichtlinie). Es handelt sich in EG 53 der Modernisierungsrichtlinie um eine demonstrative Auflistung rechtfertigender Faktoren, weshalb auch weitere Faktoren wie Verbraucherpräferenzen oder unterschiedliche klimatische Rahmenbedingungen zur Rechtfertigung von Unterschieden herangezogen werden können. Daneben sollen Unternehmer weiterhin berechtigt sein, Waren derselben Marke in Verpackungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten. Zudem liegt eine Irreführung dann nicht vor, wenn die Unterschiede für Verbraucher leicht zu erkennen sind, z. B. durch Bereitstellung von Informationen auf dem Etikett. Dass Verbraucher, die sich in ihrer Kaufentscheidung nach der Zusammensetzung der Erzeugnisse richten, zunächst das Zutatenverzeichnis lesen, hat auch der EuGH bereits in zwei lebensmittelspezifischen Entscheidungen ausgesprochen (EuGH 26.10.1995, C-51/94, Kommission/Deutschland; EuGH 4.4.2000, C-465/98, Darbo). In diesen Entscheidungen hält der EuGH fest, dass Angaben im Zutatenverzeichnis grundsätzlich geeignet sind, einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher ord-

nungsgemäß zu informieren. Verbraucher können über mögliche Unterschiede aber auch auf andere Weise informiert werden, die es ihnen ermöglicht, auf die nötigen Informationen zuzugreifen.

Die gegenständliche Vorschrift richtet sich in erster Linie an diejenigen Unternehmer, die über Rezeptur und Eigenschaften der Ware sowie deren Verpackung bzw. Vermarktung entscheiden. Es wird sich dabei vorrangig um den Hersteller der Ware handeln. Ob eine Irreführung tatsächlich vorliegt oder diese aufgrund legitimer und objektiver Faktoren ausgeschlossen werden kann, unterliegt jedenfalls einer Einzelfallprüfung. Für einen Vergleich mit anderen Mitgliedstaaten sind aufgrund des in der Modernisierungsrichtlinie gewählten Wortlautes mindestens zwei andere Mitgliedstaaten heranzuziehen.

Zu Abs. 6:

Gemäß Art. 3 Z 4 lit. a i) der Modernisierungsrichtlinie soll die Informationspflicht über „Verfahren zum Umgang mit Beschwerden“ in Art. 7 Abs. 4 lit. d der UGP-RL entfallen, da diese Information laut den Ergebnissen der von der Europäischen Kommission 2017 durchgeföhrten Eignungsprüfung des Verbraucher- und Marketingrechts in der vorvertraglichen Phase, die in der VRRL geregelt ist, am relevantesten ist (vgl. EG 40 der Modernisierungsrichtlinie). Zu beachten ist daher, dass sich der Entfall dieser Informationspflicht nur auf die Aufforderung zum Kauf in der Werbephase bezieht. In der späteren, vorvertraglichen Phase sind derartige Informationen nach der VRRL (sowie auf nationaler Ebene nach § 4 Abs. 1 Z 7 FAGG, BGBl. I Nr. 33/2014) weiterhin zu erteilen. In Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie soll in § 2 Abs. 6 Z 5 eine entsprechende Anpassung erfolgen.

Sofern Produkte auf einem Online-Marktplatz angeboten werden, soll gemäß Art. 3 Z 4 lit. a ii) der Modernisierungsrichtlinie (Art. 7 Abs. 4 lit. f der UGP-RL) künftig von dem Anbieter des Online-Marktplatzes darüber informiert werden, ob es sich bei dem Dritten, der die Produkte anbietet, um einen Unternehmer handelt oder nicht. Grund dafür ist, dass es für Verbraucher, die einen Online-Marktplatz nutzen, möglicherweise nicht klar ersichtlich ist, wer ihre Vertragspartner sind und inwiefern ihre Rechte und Pflichten berührt werden (vgl. EG 24 der Modernisierungsrichtlinie). Grundlage dieser Information soll die Erklärung des Drittanbieters gegenüber dem Betreiber des Online-Marktplatzes sein. Den Betreiber des Online-Marktplatzes selbst soll dabei keine Verpflichtung treffen, Nachforschungen zu betreiben, um den Rechtsstatus des Drittanbieters zu überprüfen (vgl. EG 28 der Modernisierungsrichtlinie). Somit besteht die Pflicht des Betreibers des Online-Marktplatzes darin, die Selbsteinstufung durch den Drittanbieter zu verlangen und auf Basis dieser die Verbraucher zu informieren. In Entsprechung der Modernisierungsrichtlinie soll § 2 Abs. 6 um diese Informationspflicht ergänzt werden (siehe neue Z 7). Für die vorvertragliche Phase soll mit § 4a Abs. 1 Z 2 FAGG idF des MoRUG I eine vergleichbare Informationspflicht eingeföhrt werden. Nach § 19 Abs. 1a FAGG droht dem Betreiber des Online-Marktplatzes bei einem Verstoß nach dem FAGG auch eine Verwaltungsstrafe.

Zu Abs. 6a:

Gemäß Art. 3 Z 4 lit. b der Modernisierungsrichtlinie (Art. 7 Abs. 4a der UGP-RL) sollen zukünftig auch folgende allgemeine Informationen als wesentlich gelten, wenn Verbraucher die Möglichkeit haben, mithilfe eines Stichworts, einer Wortgruppe oder einer anderen Eingabe nach Produkten zu suchen, die von verschiedenen Unternehmen oder von Verbrauchern angeboten werden: die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings der dem Verbraucher als Ergebnis seiner Suche präsentierten Produkte sowie deren relative Gewichtung im Vergleich zu anderen Parametern. Derartige Informationen sind für Verbraucher unmittelbar und leicht zugänglich, d.h. an gut sichtbarer Stelle, und in knapper Form zu erteilen (vgl. auch EG 22 der Modernisierungsrichtlinie).

Von dieser Informationspflicht sind gemäß EG 22 der Modernisierungsrichtlinie all jene Unternehmen umfasst, die Verbrauchern die Möglichkeit bieten, nach Produkten, wie z. B. Reisen, Unterkünften oder Freizeitaktivitäten, zu suchen, die von anderen Unternehmen oder Verbrauchern angeboten werden. Die Informationspflicht gilt daher über Online-Marktplätze hinaus auch für andere Vermittlungsdienste, wie z. B. Vergleichsplattformen, unabhängig davon, ob eine Möglichkeit zum Vertragsabschluss geboten wird oder nicht. Nicht umfasst sind jedoch Webshops von Unternehmen, die nur eigene Produkte anbieten. Ausgenommen sind außerdem Anbieter von Online-Suchmaschinen im Sinne des Art. 2 Z 6 der Verordnung (EU) 2019/1150 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten, ABl. L 186 vom 11.7.2019 S. 57, da diese Verordnung bereits vergleichbare Transparenzanforderungen vorsieht (vgl. Art. 5 Abs. 2), die allerdings nur im Verhältnis zwischen gewerblichen Nutzern und Online-Suchmaschinen gelten.

Als Parameter für das Ranking gelten alle allgemeinen Kriterien, Prozesse und spezifischen Signale, die in Algorithmen eingebunden sind, oder sonstige Anpassungs- oder Rückstufungsmechanismen, die im Zusammenhang mit dem Ranking eingesetzt werden. Unternehmen sind jedoch nicht verpflichtet, die Funktionsweise ihrer Ranking-Systeme, einschließlich der Algorithmen, im Detail offenzulegen. Die Bestimmungen der Richtlinie (EU) 2019/943 über den Schutz vertraulichen Know-hows und vertraulichen

cher Geschäftsinformationen (Geschäftsgeheimnisse) vor rechtswidrigem Erwerb sowie rechtswidriger Nutzung und Offenlegung, ABl. L 157 vom 15.6.2016 S. 1, bleiben unberührt. Unternehmer sollen im Rahmen dieser Informationspflicht eine allgemeine Beschreibung der Hauptparameter für das Ranking bereitstellen, in der die voreingestellten Hauptparameter für das Ranking sowie ihre relative Gewichtung im Verhältnis zu anderen Parametern erläutert werden. Die Beschreibung muss jedoch nicht in einer jeweils auf die einzelne Suchanfrage zugeschnittenen Form bereitgestellt werden (vgl. EG 21 und 23 der Modernisierungsrichtlinie).

Eine vergleichbare Informationspflicht ist nach Art. 6a der VRRL (Art. 4 Z 5 der Modernisierungsrichtlinie) auch für Anbieter von Online-Marktplätzen in der vorvertraglichen Phase vorgesehen, die im geplanten § 4a Abs. 1 Z 1 FAGG idF des MoRUG I umgesetzt werden soll. Daneben ist nach Z 11a des Anhangs zur UGP-RL (Art. 3 Z 7 lit. a der Modernisierungsrichtlinie) die verdeckte Werbung in Suchergebnissen ohne Offenlegung verboten (siehe Erläuterungen zu Z 11a des Anhangs). Die entsprechende Umsetzung von Art. 7 Abs. 4a der UGP-RL soll in § 2 Abs. 6a erfolgen.

Zu Abs. 6b:

Bewertungen und Empfehlungen von anderen Verbrauchern gewinnen bei Kaufentscheidungen zunehmend an Bedeutung und werden zu einem wichtigen Entscheidungskriterium. Schätzungen zufolge ist jedoch rund ein Drittel aller im Internet verfügbaren Verbraucherbewertungen gefälscht. Der Erwerb gefälschter Verbraucherbewertungen ist zwar rechtswidrig, jedoch nicht leicht nachzuweisen (vgl. AK Wien, Studie: Online-Bewertungen, Informationen zu rechtlichen Fragen rund um Bewertungsplattformen, Wien, Juni 2020, S. 7).

Für den Fall, dass Unternehmer solche Verbraucherbewertungen zugänglich machen, sollen daher Informationen darüber, ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, welche die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben, gemäß Art. 3 Z 4 lit. c der Modernisierungsrichtlinie (Art. 7 Abs. 6 der UGP-RL) als wesentlich gelten. Verbraucher sollen darüber informiert werden, ob vor Veröffentlichung von Verbraucherbewertungen Maßnahmen zur Überprüfung ihrer Echtheit getroffen werden. Wenn derartige Maßnahmen ergriffen werden, soll der Unternehmer auch Informationen darüber bereitstellen, wie die entsprechenden Prüfungen ablaufen. Den Verbrauchern sollen eindeutige Informationen darüber zur Verfügung stehen, wie mit Bewertungen umgegangen wird, etwa ob alle Bewertungen — positive wie negative — veröffentlicht werden oder ob diese Bewertungen im Wege eines Vertragsverhältnisses mit einem Unternehmer gesponsert oder beeinflusst wurden (vgl. EG 47 der Modernisierungsrichtlinie). Zu einer Prüfung der Verbraucherbewertung selbst ist der Unternehmer nicht verpflichtet. Diese neue Informationspflicht soll in § 2 Abs. 6b des Entwurfs umgesetzt werden.

Ergänzt wird die Informationspflicht durch die neue Z 23b des Anhangs zur UGP-RL (Art. 3 Z 7 lit. b der Modernisierungsrichtlinie), demnach die Behauptung, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass angemessene und verhältnismäßige Schritte unternommen wurden, um zu prüfen, ob die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen, verboten ist. Ebenso wird die Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern bzw. die Erteilung des Auftrags an andere juristische oder natürliche Personen, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern abzugeben, sowie die falsche Darstellung von Verbraucherbewertungen oder Empfehlungen in sozialen Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung als neue Z 23c in den Anhang zur UGP-RL (Art. 3 Z 7 lit. b der Modernisierungsrichtlinie) aufgenommen und stellt daher ebenfalls eine verbotene irreführende Geschäftspraktik dar.

Diese Bestimmungen über Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern berühren jedoch nicht die übliche und rechtmäßige Werbepraxis, übertriebene oder nicht wörtlich zu nehmende Behauptungen aufzustellen (vgl. EG 48 der Modernisierungsrichtlinie).

Zu § 14a:

Zu Abs. 1:

Seit 1.9.2019 müssen Handywertkarten gemäß § 97 Abs. 1a TKG 2003 (Achtung: laufendes Gesetzgebungsverfahren) vor Durchführung des Vertrages bzw. der erstmaligen Wiederaufladung registriert werden. Hierzu ist durch oder für den Anbieter die Identität des Teilnehmers zu erheben und sind die zur Identifizierung des Teilnehmers erforderlichen Stammdaten [§ 92 Abs. 3 Z 3 lit. a (Name), b (akademischer Grad) und g (Geburtsdatum)] (Achtung: laufendes Gesetzgebungsverfahren) anhand geeigneter Identifizierungsverfahren zu registrieren. Eine Anschrift des Teilnehmers ist für diese Registrierung nach dem TKG 2003 nicht anzugeben. Der Auskunftsanspruch nach § 14a Abs. 1 erstreckt sich derzeit auf den Namen und die Anschrift von Nutzern, nicht jedoch auf das Geburtsdatum. Es besteht daher eine Diskrepanz, dass die Anbieter nach dem TKG 2003 zwar das Geburtsdatum, nicht aber die Anschrift des Teil-

nehmers feststellen müssen, nach dem UWG hingegen die Anschrift bekanntzugeben ist, nicht aber das Geburtsdatum. In der Praxis hat dieser Unterschied bereits zu dem Fall geführt, dass von einem Anbieter das von ihm registrierte Geburtsdatum des Teilnehmers unter Hinweis auf die fehlende Verpflichtung nach dem UWG nicht bekanntgegeben wurde, obwohl anhand des Geburtsdatums auch die Anschrift im Zentralen Melderegister abgefragt werden hätte können. Die Kenntnis der Anschrift ist eine wesentliche Voraussetzung für die Rechtsverfolgung nach dem UWG, da bei Wettbewerbsverstößen wie Gewerbeübertretungen, Schwindelangeboten und irreführenden Kundenwerbungen häufig Handywertkarten bzw. Prepaid-Karten verwendet werden. Mit der Ergänzung in § 14a Abs. 1 soll die bestehende Regelungslücke geschlossen werden, um einen umfassenden Auskunftsanspruch zu schaffen und damit die Rechtsverfolgung in der Praxis zu erleichtern. Ferner wird mit der Ergänzung des Geburtsdatums Rechtssicherheit für den Fall geschaffen, dass eine Verweigerung der Bekanntgabe des Geburtsdatums des Teilnehmers auf datenschutzrechtliche Bedenken zurückzuführen wäre.

Zu § 16:

Gemäß Art. 3 Z 5 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 11a der UGP-RL) sollen Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Zugang zu angemessenen und wirksamen Rechtsbehelfen, einschließlich Schadenersatz und gegebenenfalls Preisminderung oder Vertragsbeendigung, haben. Bei der Ausgestaltung dieser Rechtsbehelfe besteht ein Ermessensspielraum für die Mitgliedstaaten, insbesondere bei der Regelung der Voraussetzungen für die Anwendung und der Folgen der Rechtsbehelfe. So können Mitgliedstaaten beispielsweise, und sofern passend, die Schwere und Art der unlauteren Geschäftspraktik, den dem Verbraucher entstandenen Schaden sowie weitere relevante Umstände, wie z.B. Fehlverhalten oder Vertragsverstoß des Unternehmers (vgl. EG 16 der Modernisierungsrichtlinie), berücksichtigen.

Nach der bestehenden Rechtslage stehen Verbrauchern bereits Rechtsbehelfe zur Beseitigung der Folgen unlauterer Geschäftspraktiken zur Verfügung. Zu erwähnen seien Ansprüche aus dem Gewährleistungrecht, Vertragsanfechtung wegen Irrtum oder List sowie § 5c KSchG zur Verbindlichkeit von Gewinnzusagen. Aufgrund des hohen Niveaus des Verbraucherschutzes im Zivilrecht bestehen kaum für die Praxis relevante Schutzlücken, die durch diese Regelung in der UGP-RL idF der Modernisierungsrichtlinie geschlossen werden sollen (vgl. *Kodek/Leupold*, Modernisierung des Verbraucherrechts – ausgewählte Auslegungsfragen und Umsetzungsoptionen der Omnibus-Richtlinie (2021) 36). Dafür spricht auch der Umstand, dass auf die bislang einzige Entscheidung des OGH (OGH 24.02.1998, 4 Ob 53/98t) keine weiteren Entscheidungen, die sich inhaltlich zum Schadenersatz von Verbrauchern bei unlauteren Geschäftspraktiken äußerten, folgten [vgl. *Augenhofer in Krejci/Kefler/Augenhofer*, Lauterkeitsrecht im Umbruch 103 (112)]. In der Literatur war das Bestehen eines solchen Anspruchs bislang umstritten. Da es sich beim UWG um kein Schutzgesetz im Sinne des § 1311 ABGB handelt, soll durch die geplante Bestimmung in § 16 Abs. 1 UWG mit dem Verweis auf die allgemeinen zivilrechtlichen Schadenersatzbestimmungen (§§ 1293 ff. ABGB) nunmehr Rechtssicherheit geschaffen werden (vgl. *Kodek/Leupold* in Wiebe/Kodek (Hrsg), Rz 25/10 zu § 16). Die Anspruchsgrundlage für Schadenersatzansprüche von Verbrauchern sollen im Anwendungsbereich des UWG grundsätzlich nur die Bestimmungen des ABGB sein.

Mit der Verweisung auf die allgemeinen Bestimmungen des Schadenersatzrechts ergibt sich, dass sofern in diesem Bundesgesetz keine anderen Regelungen getroffen werden, die generellen Voraussetzungen und Bestimmungen des Schadenersatzrechts wie Verschulden sowie das Bestehen eines Äquivalenz- und Adäquanzzusammenhangs zur Anwendung kommen. Die Verjährung richtet sich somit auch nach den allgemeinen Bestimmungen des § 1489 ABGB.

Der Anspruch beschränkt sich auf den positiven Schaden, der durch offensichtlich irreführende oder aggressive Geschäftspraktiken sowie vergleichende Werbung entstanden ist. Eine offensichtlich unlautere Geschäftspraktik liegt dann vor, wenn es sich um einen so weit bestimmbaren Sachverhalt handelt, über den bereits in der Judikatur als unlautere Geschäftspraktik abgesprochen wurde. Durch die Verweise in § 1a Abs. 3 sowie in § 2 Abs. 2 sind auch die per se Verbote des Anhangs (Z 1 bis 31) erfasst. Sonstige Verstöße gegen die Generalklausel des § 1 UWG sollen von dem Anspruch nicht umfasst sein, da diese mangels Determiniertheit und im Vorhinein bestimmbarer Sachverhalte nicht dem verfassungsrechtlich vorgegebenen Bestimmtheitsgebot entsprechen. Für das Vorliegen des Schadenersatzanspruchs nach § 16 Abs. 1 ist es erforderlich, dass im konkreten Einzelfall durch die Veranlassung einer geschäftlichen Handlung, die andernfalls nicht getroffen worden wäre, ein individueller Schaden des unmittelbar betroffenen Verbrauchers entsteht.

Der Begriff der „geschäftlichen Entscheidung“ richtet sich nach der Definition in § 1 Z 7 und wurde auch vom EuGH in der Entscheidung C-281/12 vom 19.12.2013 (Trento Sviluppo srl und Centrale Adriatica Soc. coop. arl gegen Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) dahingehend ausgelegt, dass alle Entscheidungen, die mit der Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts unmittelbar

zusammenhängen, insbesondere auch die Entscheidung über das Betreten eines Geschäfts, grundsätzlich erfasst sein können.

Zu Abs. 2:

Im Sinne des Verweises auf die allgemeinen Bestimmungen des Schadenersatzrechtes ist im Fall von Unternehmern auf § 349 Unternehmensgesetzbuch – UGB, dRBl. S 219/1897 (GBlÖ Nr. 86/1939) zu verweisen.

Zu § 22:

Gemäß Art. 3 Z 6 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 13 der UGP-RL) sind wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen von den Mitgliedstaaten vorzusehen. Bei der Verhängung dieser Sanktionen sollen, sofern zutreffend, bestimmte Kriterien, wie z.B. die Art, Schwere, Dauer und der Umfang des Verstoßes, berücksichtigt werden. Die Effektivität der bestehenden Sanktionen in Form der Unterlassungsklagen wird durch das Barometer zur Lage der Verbraucher („Consumer Conditions Scoreboard“, https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/consumers-conditions-scoreboard-2019_en_1.pdf) bestätigt. Die zuletzt im November 2019 veröffentlichte Version ergab, dass Österreich den zweitniedrigsten Prozentsatz bzw. niedrigsten Prozentsatz der Verbraucher in der EU-28 hat, die unlauteren Geschäftspraktiken bzw. anderen unzulässigen Praktiken ausgesetzt sind. Im Gegensatz zu dem im österreichischen und deutschen UWG vorgesehenen erfolgreichen Vollzug durch Unterlassungsklagen sieht die Modernisierungsrichtlinie im Fall von koordinierten Durchsetzungsmaßnahmen nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 bei bestimmten Verstößen gegen die UGP-RL Geldstrafen, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) belaufen soll, vor. Sofern keine Informationen über den Jahresumsatz des Unternehmers verfügbar sind, soll der Höchstbetrag der Geldbuße mindestens 2 Millionen Euro betragen. Auf diese Weise soll eine einheitliche Sanktionierung von weitverbreiteten Verstößen nach Art. 3 Z 3 und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension nach Art. 3 Z 4 der Verordnung (EU) 2017/2394 gewährleistet werden. Auch für die Einleitung einer koordinierten Umsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 ist das Vorliegen des begründeten Verdachts eines weitverbreiteten oder weitverbreiteten Verstoßes mit Unions-Dimension Voraussetzung.

Mitgliedstaaten sollen allerdings nach Art. 13 Abs. 3 der UGP-RL idF der Modernisierungsrichtlinie die Möglichkeit haben, die Verhängung von Geldstrafen aus verfassungsrechtlichen Gründen auf folgende Verstöße zu beschränken: a) Verstöße gegen die Artikel 6, 7, 8 und 9 der UGP-RL sowie gegen Anhang I zur UGP-RL und b) die fortgesetzte Anwendung einer von einer Behörde oder einem Gericht als unlauter eingestuften Geschäftspraktik durch einen Unternehmer, wenn diese Geschäftspraktik nicht unter a) fällt.

Umgesetzt werden sollen diese Vorgaben in den neuen §§ 22 und 23, wobei eine behutsame Anpassung für diese speziellen Fälle von koordinierten Durchsetzungsmaßnahmen nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 erfolgen soll. Die Klage auf Unterlassung nach § 14 wird weiterhin Hauptinstrument bei der Verfolgung von unlauteren Geschäftspraktiken sein (vgl. auch EG 6 der Modernisierungsrichtlinie, der festhält, dass es den Mitgliedstaaten obliegt, über die Arten der zu verhängenden Sanktionen zu entscheiden).

Zu Abs. 1:

Im Sinne einer EMRK- und verfassungskonformen Umsetzung ist bei den Strafbestimmungen darauf zu achten, dass dem Rechtsunterworfenen aus den Rechtsvorschriften klar ist, welcher Sachverhalt verboten und mit einer Strafe bedroht ist. Der Anwendungsbereich von § 22 soll sich daher in Umsetzung des Art. 13 Abs. 3 lit. a der UGP-RL auf jene aggressiven und irreführenden Geschäftspraktiken im UWG beschränken, die offensichtlich gegen Art. 6, 7, 8 und 9 verstößen sowie dem Anhang zur UGP-RL widersprechen. Es handelt sich daher um offensichtliche Verstöße gegen § 1a Abs. 1 bis 3 und § 2. Der Anhang zum UWG ist aufgrund der expliziten Nennung in § 1a Abs. 3 sowie § 2 Abs. 2 in § 22 nicht erneut anzuführen. Die breite Generalklausel des § 1 ist von der Anwendung dieser Bestimmung nicht umfasst. Diese Einschränkung ist insbesondere aufgrund des allgemein geltenden Bestimmtheitsgebot, welches sich aus Art. 18 B-VG, Art. 49 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, ABl. C 202 vom 7.6.2016 S. 389, und Art. 7 der Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten, BGBI. Nr. 210/1958, ableiten lässt, erforderlich und geboten. Nach dem Bestimmtheitsgebot müssen Normen das Erfordernis der Vorhersehbarkeit erfüllen und so klar formuliert sein, dass jedermann sein Verhalten danach ausrichten kann (vgl. RS0122524). Art. 18 B-VG verlangt einen dem jeweiligen Regelungsgegenstand adäquaten Determinierungsgrad, der sich, nach dem Wortlaut, der Entstehungsgeschichte, dem Gegenstand und dem Zweck der jeweiligen Regelung richtet (vgl. u.a. VfGH 1.3.2018, G268-272/2017-9, VfSlg 19.700/2012 sowie VfSlg 8209/1977, 9883/1983, 12.947/1991). Daher muss dem Einzelnen die Möglichkeit gegeben werden, sich rechtskonform zu verhalten. Demnach muss der Rechtsunterworfene in der Lage sein, sich den Inhalt einer Strafbestimmung bereits vor seinem Handeln zu

vergegenwärtigen (vgl. auch VwGH 13.10.2010, Ro 2009/06/0189). Ob es sich tatsächlich um eine unlautere Geschäftspraktik handelt, wird im Einzelfall durch das Gericht festgestellt. Die Verhängung von Geldstrafen im Lauterkeitsrecht ist daher besonders heikel, wenn sich zum Zeitpunkt der Handlung nicht eindeutig sagen lässt, ob ein Verhalten gerade noch rechtmäßig oder schon rechtswidrig ist und keine ausreichende Vorhersehbarkeit gegeben ist. Es soll daher im Rahmen des § 22 auf offensichtlich aggressive oder irreführende Geschäftspraktiken abgestellt werden. Eine solche liegt dann vor, wenn es sich um einen so weit bestimmbaren Sachverhalt handelt, über den bereits in der Judikatur als aggressive oder irreführende Geschäftspraktik abgesprochen wurde. Auch der EGMR hält in seiner Judikatur zu Art. 7 EMRK fest, dass der Einzelne aus dem Wortlaut der maßgeblichen Bestimmung erkennen können muss, erforderlichenfalls mit Hilfe der Auslegung dieser Bestimmung durch die Gerichte, welche Handlungen und Unterlassungen strafbar sind (vgl. auch EGMR 25.5.1993, 3/1992/348/421).

Zu Abs. 2 und Abs. 3:

In § 22 Abs. 2 soll der Höchstbetrag der möglicherweise zu verhängenden Geldstrafe festgelegt werden. Dieser Höchstbetrag soll 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem oder in den von einem Verstoß betroffenen Mitgliedstaaten betragen. Es wird bei der Bemessung der Geldstrafe daher nicht auf den weltweiten Gesamtumsatz eines Unternehmers abgestellt. Sofern keine Informationen über den Jahresumsatz vorliegen, soll – wie in der Modernisierungsrichtlinie vorgesehen – der Höchstbetrag 2 Millionen Euro betragen.

Die Geldstrafen nach Abs. 2 sollen nur im Rahmen einer koordinierten Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 verhängt werden können. Hierzu soll die nach dem Verbraucherbehördenkooperationsgesetz – VBKG, BGBI. I Nr. 148/2006, für die Vorschriften zur Umsetzung der UGP-RL zuständige Behörde befugt sein, einen Antrag auf Verhängung einer Geldstrafe beim Zivilgericht zu stellen. Die für das UWG zuständige Behörde ist gemäß § 3 Abs. 1 Z 3 VBKG das Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen. Das zivilgerichtliche Verfahren richtet sich nach § 8 VBKG. Hinsichtlich der Haftung für öffentliche Ankündigungen ist auf § 2 Abs. 7 und hinsichtlich der Verantwortlichkeit des Unternehmensinhabers sowie von Bediensteten ist auf § 19 zu verweisen.

In § 22 Abs. 3 sollen in Umsetzung des Art. 13 Abs. 2 der UGP-RL idF der Modernisierungsrichtlinie Kriterien festgeschrieben werden, die bei der Verhängung von Geldbußen nach § 22 Abs. 2, sofern zutreffend, anzuwenden sind. Es handelt sich hierbei um eine demonstrative und beispielhafte Aufzählung. Dieser Kriterienkatalog soll gemäß EG 7 der Modernisierungsrichtlinie die einheitliche Verhängung von Sanktionen, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) 2017/2394, erleichtern. Dabei wird mit EG 8 der Modernisierungsrichtlinie klargestellt, dass diese Kriterien möglicherweise nicht in allen Fällen, insbesondere nicht bei nicht schwerwiegenden Verstößen, relevant für eine Entscheidung über Sanktionen sind. Die Anwendung von Strafzumessungskriterien erscheint nur bei der Verhängung von geldwerten Sanktionen zweckmäßig, nicht jedoch bei Unterlassungsklagen nach § 14. Bei der Bemessung von Geldstrafen wird unter anderem auch auf andere erschwerende oder mildernde Umstände, wie beispielsweise auch auf die wirtschaftlichen Besonderheiten von KMU, Rücksicht zu nehmen sein.

Zu § 23:

Mit § 23 wird entsprechend von Art. 13 Abs. 3 lit. b der UGP-RL die Sanktionierung von Verstößen, die nicht unter Art. 13 Abs. 3 lit. a der UGP-RL bzw. unter § 1 Abs. 1 Z 2 fallen, auf einen wiederholten Verstoß abgestellt. Es handelt sich daher um sonstige unlauterer Geschäftspraktiken nach Art. 5 Abs. 2 der UGP-RL bzw. § 1 Abs. 1 Z 2 im Rahmen von Durchsetzungsmaßnahmen nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 in den Fällen des Art. 3 Z 3 und Z 4 der Verordnung (EU) 2017/2394. Die Bestrafung eines wiederholten Verstoßes kann im Sinne des Bestimmtheitsgebots leichter argumentiert werden. Wurde ein Verstoß, z.B. aufgrund einer Unterlassungsverfügung im Rahmen einer Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394, bereits festgestellt, so ist dem Rechtsunterworfenen das verpönte Verhalten im Wiederholungsfall bekannt. Zu den verfassungsrechtlichen und EMRK-gebotenen Anforderungen der Determiniertheit von Strafbestimmungen siehe die Erläuterungen zu § 22.

Die Generalklausel des Art. 5 der UGP-RL, welche durch § 1 Abs. 1 Z 2 umgesetzt wurde, normiert nur sehr allgemein, dass unlautere Geschäftspraktiken verboten sind. Die Verhängung einer Geldstrafe soll in Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie erst nach erfolgreicher Klage auf Unterlassung gemäß § 14 im Wege der Unterlassungsexekution nach §§ 355ff Exekutionsordnung – EO, BGBI. I Nr. 79/1896, möglich sein und dies auch ausschließlich im Rahmen einer Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394. Eine in einem Gerichtsverfahren erwirkte Unterlassungsverpflichtung oder ein Unterlassungsvergleich kann schon bisher nach § 355 EO zwangsvollstreckt werden. Anlässlich der Bewilligung der Exekution wird dabei schon nach geltendem Recht in der Regel eine Geldstrafe nach § 359 EO verhängt. In Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie ist der Strafraum für Geldstrafen, die im

Wege einer Unterlassungsexekution im Rahmen einer Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) 2017/2394 verhängt werden können, anzupassen. Das Recht der Beantragung einer Exekution steht den Berechtigten aus dem Exekutionstitel zu, d.h. die nach § 14 klagebefugten Einrichtungen können bei erneutem Verstoß einen Exekutionsantrag einbringen. Mittelbar kann die Durchsetzung auch von der für die UGP-RL zuständigen Behörde nach dem VBKG initiiert werden, da nach § 12 VBKG die in § 14 angeführten Stellen von der zuständigen Behörde mit dem Abstellen eines Verstoßes beauftragt werden können.

Zu § 26e:

Die Anforderungen des Art. 14 Abs. 2 Satz 1 der Geschäftsgeheimnis-RL (EU) 2016/943 werden nun in § 26e verankert. Dies ergibt sich aus der neuen Strukturierung, wonach § 16 nunmehr die Verweise auf das allgemeine Schadenersatzrecht enthält.

Zu § 44:

Zu Abs. 13:

Dieser Absatz enthält die Inkrafttretensbestimmung.

Zu § 45:

Zu Z 4:

Die mit dieser Novelle umzusetzende Modernisierungsrichtlinie ist dem § 45 anzufügen. Ansonsten handelt es sich um eine redaktionelle Anpassung.

Zu § 46:

Es handelt es sich um eine redaktionelle Ergänzung. Die sprachliche Gleichbehandlung gilt auch für die sonstigen personenbezogenen Bezeichnungen in den gesamten Erläuterungen.

Zu Z 11a des Anhangs:

Gemäß Art. 3 Z 7 lit. a der Modernisierungsrichtlinie (Z 11a des Anhangs zur UGP-RL) soll die Anzeige von Suchergebnissen aufgrund der Online-Suchanfrage eines Verbrauchers in bestimmten Fällen als irreführende Geschäftspraktik gelten. Dies dann, wenn etwaige bezahlte Werbung oder spezielle Zahlungen, die dazu dienen, ein höheres Ranking der jeweiligen Produkte im Rahmen der Suchergebnisse zu erreichen, nicht eindeutig offengelegt werden. Dieser Verbotsstatbestand richtet sich daher gegen die verdeckte Beeinflussung eines Rankings durch erkaufte Platzierungen.

Online-Suchfunktionen können hierbei von unterschiedlichen Arten von Online-Anbietern bereitgestellt werden, darunter Vermittler wie Online-Marktplätze, Suchmaschinen und Vergleichsseiten. Sofern ein Unternehmer einen Anbieter einer Online-Suchfunktion unmittelbar oder mittelbar dafür bezahlt hat, dass ein Produkt im Rahmen der Suchergebnisse ein höheres Ranking erhält, sollte der Anbieter der Online-Suchfunktion die Verbraucher über diese Tatsache informieren. Diese Information soll in kurzer, einfacher zugänglicher und verständlicher Weise erfolgen. Bezahlte Werbung oder spezielle Zahlungen, die dazu dienen, ein höheres Ranking eines Produktes zu erreichen, sind daher nur dann zulässig, wenn dies eindeutig offengelegt wird.

Eine mittelbare Bezahlung kann nach EG 20 der Modernisierungsrichtlinie beispielsweise dann vorliegen, wenn ein Unternehmer zusätzliche Verpflichtungen jeglicher Art gegenüber dem Anbieter der Online-Suchfunktion eingeht, die im konkreten Fall zu einem höheren Ranking führen. Als weitere Beispiele werden genannt: erhöhte Provision pro Transaktion sowie unterschiedliche Vergütungsregelungen, die gezielt zu einem höheren Ranking führen. Zahlungen für allgemeine Dienstleistungen wie Listungsgebühren oder Mitgliedsbeiträge, die eine breite Palette an Funktionen abdecken, die der Anbieter der Online-Suchmaschine für den Gewerbetreibenden erbringt, gelten dann nicht als spezielle Zahlung für ein höheres Ranking, wenn sie nicht dazu bestimmt sind, ein höheres Ranking zu bewirken.

Dieser Verbotsstatbestand soll auch auf nationaler Ebene dem Anhang zum UWG als neue Z 11a hinzugefügt werden und soll ergänzend zu der neuen Informationspflicht nach § 2 Abs. 6a gelten.

Zu Z 23a des Anhangs:

Stets als unlauter und daher verboten soll nach Art. 3 Z 7 lit. b der Modernisierungsrichtlinie (Z 23a des Anhangs zur UGP-RL) der Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen an Verbraucher gelten, wenn der Unternehmer diese Eintrittskarten unter Verwendung automatisierter Verfahren erworben hat, die dazu dienen, Beschränkungen in Bezug auf die Zahl der von einer Person zu erwerbenden Eintrittskarten oder andere für den Verkauf der Eintrittskarten geltende Regeln zu umgehen. Aus EG 50 der Modernisierungsrichtlinie geht hervor, dass es sich bei den Veranstaltungen speziell um Kultur- und Sportveranstaltungen handeln soll.

Mit diesem Verbot soll jenen Fällen entgegengetreten werden, in denen Unternehmer Eintrittskarten für Veranstaltungen an Verbraucher wiederverkaufen, die sie unter Verwendung von Software wie Bots erworben haben und durch die sie über die von dem Erstverkäufer auferlegten technischen Beschränkungen hinaus, Eintrittskarten kaufen oder andere technische Mittel umgehen, die der Erstverkäufer eingerichtet hat, um den Zugang zu Eintrittskarten für alle Personen zu gewährleisten (vgl. EG 50 der Modernisierungsrichtlinie). Bei Bots (abgeleitet von „Robots“) handelt es sich um Computerprogramme, die automatisiert sich wiederholende Aufgaben abarbeiten. Sie sind dabei nicht auf eine Interaktion mit einem menschlichen Benutzer angewiesen und können daher viel schneller als Menschen einfache, klar definierte Aufgaben, wie z. B. Produkte in einen Warenkorb legen, ausführen.

Der Verbotstatbestand soll als neue Z 23a dem Anhang zum UWG hinzugefügt werden. Von der Systematik des Anhangs im Allgemeinen unterscheidet sich dieses neue Verbot insofern, als die eigentliche unlautere Handlung zwischen zwei Unternehmern (Erstverkäufer und Wiederkäufer) stattfindet und erst beim Wiederverkauf Verbraucher betroffen sind.

Zu Z 23b und 23c des Anhangs:

Neben der neuen Informationspflicht in Art. 7 Abs. 6 der UGP-RL (§ 2 Abs. 6b) über Verbraucherbewertungen werden gemäß Art. 3 Z lit. b der Modernisierungsrichtlinie auch zwei neue Verbotstatbestände betreffend Bewertungen von Verbrauchern in den Anhang zur UGP-RL aufgenommen.

Gemäß Z 23b des Anhangs soll die Behauptung, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass angemessene und verhältnismäßige Schritte unternommen wurden, um zu prüfen, ob die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen, stets als unlauter gelten. Verboten ist eine solche Behauptung daher dann, wenn nicht entsprechende Prüfmaßnahmen von dem behauptenden Unternehmer gesetzt werden. Zu den zulässigen und verhältnismäßigen Schritten zur Prüfung von Bewertungen zählen etwa technische Mittel zur Überprüfung der Glaubwürdigkeit einer Person, die eine Bewertung veröffentlicht, beispielsweise indem Informationen darüber angefordert werden, ob ein Verbraucher das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben hat (vgl. EG 47 der Modernisierungsrichtlinie).

Gemäß Z 23c des Anhangs soll zudem die Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern und die Erteilung des Auftrags an andere juristische oder natürliche Personen, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern abzugeben, sowie die falsche Darstellung von Verbraucherbewertungen oder Empfehlungen in sozialen Medien durch Unternehmer, bei denen es sich nicht speziell um Betreiber von Bewertungsplattformen handeln muss, verboten sein, wenn diese Praktiken zu Zwecken der Verkaufsförderung erfolgen (d.h. wenn der Unternehmer damit Werbung für seine Produkte machen will). Von diesem Verbot umfasst sind auch falsche Empfehlungen im Sinne von „Likes“ in sozialen Medien, z. B. wenn diese erkauf werden. Ferner sind jene Fälle von dem Verbot umfasst, in denen Verbraucher, die ein Produkt tatsächlich kaufen, für die Veröffentlichung positiver Bewertungen eine Vergütung erhalten.

Als Beispiele für eine falsche Darstellung im Sinne dieses Tatbestands werden in EG 49 der Modernisierungsrichtlinie folgende Praktiken genannt: Veröffentlichung ausschließlich positiver Bewertungen, während negative gelöscht werden oder etwa eine Extrapolation von Empfehlungen. Eine solche liegt dann vor, wenn eine positive Interaktion eines Nutzers mit einem bestimmten Online-Inhalt mit einem anderen – wenn auch in Zusammenhang stehenden – Inhalt verknüpft oder auf diesen übertragen wird und dadurch der Anschein erweckt wird, der Nutzer befürwortet auch den anderen Inhalt.

Wie bereits bei § 2 Abs. 6b klargestellt, berühren diese Verbote (Z 23b und 23c) jedoch nicht die übliche und rechtmäßige Werbepraxis, übertriebene oder nicht wörtlich zu nehmende Behauptungen aufzustellen (vgl. EG 48 der Modernisierungsrichtlinie). Beide Verbotstatbestände sollen auch im Anhang zum UWG ergänzt werden (siehe Z 23b und 23c).

Zu Art. 2 (Änderung des Preisauszeichnungsgesetzes):

Zu § 9a:

Gemäß Art. 2 Z 1 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 6a der Preisangaben-RL) soll bei Preisermäßigungen nunmehr auch der vorherige Preis, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum verlangt hat, anzugeben sein. Zu den Modalitäten betreffend Auszeichnung des vorherigen Preises werden in Art. 6a der Preisangaben-RL konkrete Vorgaben gemacht. Erwägungsgründe zu dieser neuen Bestimmung sind der Modernisierungsrichtlinie nicht zu entnehmen, da diese der Modernisierungsrichtlinie erst im Laufe der Trilogverhandlungen zwischen der Europäischer Kommission, dem Rat der Europäischen Union und dem Europäischen Parlament hinzugefügt wurde. Umgesetzt werden soll diese Bestimmung in einem neuen § 9a.

Entsprechend der Modernisierungsrichtlinie soll nun vorgesehen werden, dass Unternehmer bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung auch den vorherigen niedrigsten Preis anzugeben haben, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal und vom jeweiligen Unternehmer verlangt wurde. Umfasst sind sämtliche Vertriebskanäle, wie beispielsweise der stationäre Handel, der Online-Handel etc. Gerade zu Ausverkaufszeiten werden Preisermäßigungen schrittweise angewendet. In diesem Fall soll nicht der jeweils davor verlangte Preis als niedrigster Preis gelten. Stattdessen soll als niedrigster Preis der vorherige niedrigste Preis vor der ersten Anwendung der Preisermäßigung, der zumindest einmal in einem Zeitraum von 30 Tagen verlangt wurde, gelten.

Bei einer Preisermäßigung kündigt der Unternehmer an, dass der Preis eines Sachgutes im Vergleich zum Preises desselben Gutes in der Vergangenheit gesenkt wurde. Relevant soll daher der vorherige niedrigste Preis des konkreten Produktes im konkreten Vertriebskanal innerhalb der letzten 30 Tage sein. Diese Regelung berührt nicht die Dauer einer Preisermäßigung. Abweichungen von dem Zeitraum der letzten 30 Tage sollen dann möglich sein, wenn ein Sachgut weniger als 30 Tage am Markt ist (Abs. 2). Dies ist dann der Fall, wenn das Sachgut z.B. neu auf den Markt kommt, aber auch dann, wenn der konkrete Unternehmer das Sachgut erst weniger als 30 Tage anbietet.

Preisvergleiche mit Preisen anderer Unternehmer oder mit unverbindlichen Verkaufspreisen sind von dieser Regelung nicht erfasst. Ebenso wenig sind etwa Preisvergleiche bei Preisermäßigungen für Kundenkarten, Mengenrabatten, Gutscheinen oder Preisermäßigungen für ganze Produktgruppen oder das gesamte Sortiment erfasst, da ohne Auflistung der umfassten Einzelartikel aus einem Preisvergleich auch kein Mehrwert für Verbraucher zu ziehen ist (vgl. auch *Kodek/Leupold*, Modernisierung des Verbraucherrechts, 8). Preisvergleiche dienen nur dann der Transparenz, wenn sie sich auch auf die Preise ein und desselben Unternehmers (z. B. Händler) in demselben Vertriebskanal (z. B. stationärer Handel, Vertrieb online, Vertrieb über Online-Plattformen) beziehen, weil dieser für die Preisbestimmung relevant ist und deshalb die Preise je nach Vertriebskanal auch unterschiedlich sein können. Auch allgemeine Marketingkommunikationen, bei denen der Unternehmer ganz besonders günstige Konditionen in den Vordergrund rückt, wie „bester Preis“ oder „niedrigster Preis“, sind von der Bestimmung nicht erfasst; ebenso wenig nicht angekündigte Eröffnungspreise oder Sonderpreise. Ebenfalls nicht erfasste Praktiken sind angekündigte Ermäßigungen durch beispielsweise Treueprogramme oder Gutscheine, bei denen nicht genau identifizierte Produkte, sondern Produktkategorien zu einem ermäßigten Preis angeboten werden.

Die Richtlinie (EU) 2019/633 über unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette, ABl. Nr. L 111 vom 25.4.2019 S. 59, versteht unter „verderblichen Agrar- und Lebensmittelerzeugnissen“ jene Erzeugnisse, bei denen aufgrund ihrer Beschaffenheit oder auf ihrer Stufe der Verarbeitung davon auszugehen ist, dass sie innerhalb von 30 Tagen nach der Ernte, der Erzeugung oder der Verarbeitung nicht mehr zum Verkauf geeignet sind (vgl. Art. 2 Z 5).

Für verderbliche Sachgüter sollen Abs. 1 und 2 dann nicht anzuwenden sein, wenn die Preisermäßigung wegen des bevorstehenden Ablaufs des Mindesthaltbarkeitsdatums erfolgt. Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist gemäß § 4 Z 5 der Verordnung des Bundesministers für Gesundheit, Sport und Konsumentenschutz über die Kennzeichnung von verpackten Lebensmitteln und Verzehrprodukten (Lebensmittelkennzeichnungsverordnung 1993 – LMKV), BGBI. Nr. 72/1993, bei verpackten Waren anzugeben. Diese nun vorgesehene Bestimmung soll den Aufwand der Unternehmer bei verderblichen Waren reduzieren und der Verschwendungen noch genießbarer Lebensmittel wegen Mehraufwands vorbeugen.

Zu § 17:

Zu Abs. 11:

Dieser Absatz enthält die Inkrafttretensbestimmung.

Zu § 21:

Der bisherige Text des § 21 hat die Absatzbezeichnung „(1)“ zu erhalten. Die mit dieser Novelle umzusetzende Modernisierungsrichtlinie ist dem § 21 in einem neuen Abs. 2 anzufügen. Ansonsten handelt es sich um eine redaktionelle Anpassung.