

UWG-Reform

Das Bundesjustizministerium hat am 27. Januar 2003 einen sog. Referentenentwurf zur umfassenden Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vorgestellt.

Dieser Entwurf dient der grundlegenden Modernisierung des UWG, soll die in 2001 mit der Aufhebung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung eingeleitete Liberalisierung des Wettbewerbsrechts fortsetzen und das deutsche Recht für die anstehenden Reformen auf EU-Ebene attraktiver machen.

Das Ministerium selbst nennt als inhaltliche Schwerpunkte der Reform:

Die vorgeschlagene Reform des Lauterkeitsrechts wird zu einer schlankeren europaverträglichen Fassung des UWG führen. Die Reform enthält folgende materielle Schwerpunkte:

- Der Verbraucher wird als Schutzobjekt erstmals ausdrücklich im Gesetz erwähnt. Dadurch wird die Rechtsprechung zum geltenden UWG aufgenommen und gleichzeitig eine Forderung der Verbraucherverbände erfüllt.
- Die Generalklausel als Kernstück des geltenden UWG (§ 1) bleibt als § 3 („Verbot unlauteren Wettbewerbs“) erhalten. Sie wird durch einen nicht abschließenden Katalog von Beispielfällen ergänzt, der sowohl durch die Rechtsprechung seit langem gefestigte Fallgruppen aufnimmt als auch aktuelle Probleme (z.B. im Bereich der Faxwerbung) aufgreift. Die gewählte Konstruktion führt dazu, dass das UWG transparenter wird, ohne dass gleichzeitig die Möglichkeit, neu auftretende Problemfälle im Wege der richterlichen Rechtsfortbildung zu lösen, verbaut wird.
- Die Reglementierung der Sonderveranstaltungen wird weitgehend ersatzlos aufgehoben. Bestimmungen über Schlussverkäufe und Jubiläumsverkäufe fallen ganz weg. Bei Räumungsverkäufen wird klargestellt, dass sie irreführend sind, wenn nicht tatsächlich eine Räumung wegen einer bestimmten Zwangslage erfolgt. Allgemein gilt außerdem die Vermutung, dass die Werbung mit einer Preissenkung dann irreführend ist, wenn der als ursprünglicher Preis angegebene Preis nicht für eine angemessene Zeit gefordert wurde.
- Unter bestimmten Voraussetzungen wird den Verbänden ein Gewinnabschöpfungsanspruch zugestanden. Dadurch soll sichergestellt werden, dass sich unlautere Werbung nicht lohnt.

Die enorme Entschlackung des Gesetzes bei Beibehaltung der Grundprinzipien wird deutlich, wenn man sich die vorgeschlagenen Änderungen im Überblick betrachtet:

| UWG (bisherige Fassung) | UWG (neue Fassung) |
|-------------------------|-----------------------------------------|
| § 1 | § 3 (und §§ 7,8) |
| § 2 | § 6 (unverändert) |
| § 3 | § 5 (und §§ 7,8) |
| § 4 | § 15 Abs. 1 |
| § 5 | § 5 Abs. 3 |
| § 6 | - |
| § 6a | - |
| § 6b | - |
| § 6c | § 15 Abs. 2 |
| § 7 | - (Auffangtatbestand: § 5 Abs. 4) |
| § 8 | - (Auffangtatbestand: § 5 Abs. 5, 6, 7) |
| § 13 | §§ 7, 8 |
| § 13a | - |
| § 14 | § 4 Nr. 9 |
| § 15 | - |
| § 17 | § 16 (weitgehend unverändert) |
| § 18 | § 17 (weitgehend unverändert) |
| § 19 | - |
| § 20 | § 18 |
| § 20a | § 16 Abs. 6, § 17 Abs. 4, § 18 Abs. 5 |
| § 21 | § 10 (unverändert) |
| § 22 | § 16 Abs. 5, § 17 Abs. 3, § 18 Abs. 4 |
| § 23 | - |
| § 23a | - |
| § 23b | - |
| § 24 | § 13 (weitgehend unverändert) |
| § 25 | § 11 Abs. 2 |
| § 27 | § 12 |
| § 27a | § 14 (weitgehend unverändert) |
| § 30 | § 20 |

Sehr genau zu untersuchen sind die Formulierungen zur Aufnahme der Regelung der Schutzzweckbestimmung in den § 1 UWG -neu-, da das Ministerium einerseits nur die von der Rechtsprechung langjährig entwickelte Schutzzweck-Trias (Mitbewerber, Belange der Allgemeinheit und Verbraucher) in das Gesetz aufnehmen, andererseits besonders die Stellung, die dem Verbraucher im Rahmen des Lauterkeitsrechts zukommt, unterstreichen will. Sehr kritisch sieht die Wirtschaft die – wenn auch an relative enge Bedingungen geknüpfte erstmalige Einführung eines Gewinnabschöpfungsanspruches. Spezielle Probleme mit dem Referentenentwurf hat der Handel mit der vorgeschlagenen Fassung des Wegfalles der Regelungen zum Recht der Sonderveranstaltungen. Hierzu führt das Ministerium in der Begründung wörtlich aus:

„ Das in §§ 7 und 8 UWG a.F. geregelte Recht der Sonderveranstaltungen ist gerade nach der Aufhebung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung oft als übriggebliebenes Liberalisierungshemmnis angesehen worden. Die Arbeitsgruppe Unlauterer Wettbewerb hat sich intensiv mit der Frage befasst, ob und wie das Sonderveranstaltungsrecht abgeschafft werden sollte. Sie war sich sehr schnell darin einig, dass die §§ 7 und 8 UWG a.F. in der jetzigen Form nicht mehr aufrecht erhalten werden können. Länger diskutiert wurde aber die Frage, ob für bestimmte Konstellationen Auffangregelungen notwendig seien, nämlich zur

- Vermeidung einer Irreführung der Verbraucher über den Umfang und den Zeitraum der vorherigen Preisbemessung, verbunden mit einem entsprechenden Auskunftsanspruch und gegebenenfalls mit einer Anpassung der Beweislast und zur
- Verhinderung von Missbräuchen bei Räumungsverkäufen, insbesondere durch spätere Fortsetzung des Geschäftsbetriebes.

Die Erörterungen der Arbeitsgruppe zu diesen Punkten haben kein einheitliches Meinungsbild ergeben. Es wurden jedoch überwiegend Auffangregelungen befürwortet, die im Bereich der irreführenden Werbung geschaffen werden sollen (vgl. § 5 Abs. 4 bis 7 und die Begründung dazu).

ohne Beschränkungen zulässig werden. Die Preissenkung des gesamten Warenangebots unabhängig von der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Sortiment wird damit zulässig. Die Beschränkungen der bestehenden Schlussverkäufe werden sowohl im Hinblick auf den Zeitrahmen als auch im Hinblick auf das Sortiment abgeschafft. Gleichzeitig wird die Werbung mit dem Begriff „Schlussverkauf“ freigegeben, wobei allerdings eine irreführende Verwendung verboten bleibt. Der Anregung, den Begriff „Schlussverkauf“ als Kennzeichen für die nach geltendem Recht vorgesehenen Schlussverkaufszeiten zu reservieren, wurde nicht gefolgt, da die beabsichtigte weitgehende Liberalisierung damit nicht erreicht werden kann und für den Verbraucher eine eher weniger überschaubare Situation entsteht, wenn es zwar noch „Schlussverkäufe“ gibt, diese aber von der festgelegten Zeitspanne abgesehen voraussetzungslos und damit qualitativ von anderen Rabattaktionen nicht abgrenzbar sind.

Als Ausgleich für diese weitgehende Freigabe der Preiswerbung wird in § 5 Abs. 4 ein Korrektiv geschaffen, das zu einer Erhöhung der Preistransparenz führt. Allein im Bereich der Räumungsverkäufe wegen Geschäftsaufgabe enthält der Entwurf echte Auffangregelungen, da in diesem Bereich eine besonders augenfällige Verwilderung des lautereren Geschäftsgebarens zu beobachten ist, der durch die völlige Freigabe kein Vorschub geleistet werden soll. „

Das BMJ bittet bis Ende Februar 2003 um Stellungnahme zu dem Referentenentwurf. Diese wird im BDH-Rechtsausschuss, der sich am 26.02.2003 in Köln trifft, erstellt. Für Hinweise sind wir dankbar.

Beigefügt finden Sie den gesamten Referentenentwurf samt Begründung.