



ZENTRALVERBAND DER DEUTSCHEN WERBEWIRTSCHAFT ZAW E.V.

**Anmerkungen**  
**zum**  
**Entwurf eines Ersten Gesetzes zur Änderung**  
**des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb**

**Fassung vom 27. Juli 2007**

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW begrüßt grundsätzlich den mit dem Gesetzesentwurf verfolgten Ansatz einer schlanken Umsetzung der UCP-Richtlinie in nationales Recht. Bei seinen Anmerkungen beschränkt sich der ZAW auf werberelevante Bestimmungen, mit denen die EU-Vorgabe in das UWG integriert werden soll.

§ 3 Abs. 1 UWG-E

„Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, sind unzulässig. Unlautere Wettbewerbshandlungen zum Nachteil von Verbrauchern beeinträchtigen den Wettbewerb nicht nur unerheblich, wenn sie geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten eines Durchschnittsverbrauchers wesentlich zu beeinflussen; sind Wettbewerbshandlungen an eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern gerichtet oder ist die Beeinflussung einer besonders schutzbedürftigen, eindeutig identifizierbaren Gruppe von Verbrauchern vorhersehbar, kommt es auf die Eignung zur Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens eines durchschnittlichen Mitglieds dieser Gruppe an.“

Der ZAW wendet sich gegen die Aufnahme der Regelung zum Minderheitenschutz in Satz 2. Die Bestimmung würde zu einer weitgehenden Aufhebung des anerkannten, sowohl das UWG wie auch die UCP-Richtlinie prägenden Leitbilds des Durchschnittsverbrauchers führen: Bei nahezu jeder Wettbewerbshandlung ist eine mögliche Beeinflussung einer besonders schutzbedürftigen Verbrauchergruppe – von wem auch immer – vorhersehbar. Die Eignung zur Beeinflussung eines durchschnittlichen Mitglieds des denkbar „schwächsten“ Adressatenkreises wäre stets Maßstab für lauterer Handeln im Wettbewerb. Diese Konsequenz kann nicht gewollt sein und entspricht auch nicht der Intention der EU-Rechtsetzung.

Höchst hilfsweise sollte entsprechend dem Wortlaut der UCP-Richtlinie wie folgt formuliert werden:

„Sind Wettbewerbshandlungen an eine bestimmte Gruppe von Verbrauchern gerichtet oder ist die Beeinflussung einer besonders schutzbedürftigen, eindeutig identifizierbaren Gruppe von Verbrauchern **für den Gewerbe Treibenden vernünftiger-**

**weise** vorhersehbar, kommt es auf die Eignung zur Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens eines durchschnittlichen Mitglieds dieser Gruppe an.“

### § 5a Abs. 3 UWG-E

„Bei Wettbewerbshandlungen, die sich an Verbraucher richten, gelten als wesentlich im Sinne des Absatzes 1 auch die im Gemeinschaftsrecht festgelegten Informationsanforderungen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing.“

Die Regelung führt zu einer unverhältnismäßigen Belastung der Unternehmen – für diese Kritik aber ist der zur Umsetzung verpflichtete nationale Gesetzgeber nicht der richtige Adressat.

Vorgesehen ist, die als Informationspflichten zu beachtenden gemeinschaftlichen Bestimmungen in der Gesetzesbegründung aufzuführen. Der Aktivität des EU-Gesetzgebers folgend müsste diese Auflistung eine ständige Aktualisierung erfahren. Es würde ein Stück mehr Transparenz und Rechtssicherheit für Unternehmen bedeuten, wenn die bereitzustellenden Informationen praxistauglicher erkennbar wären. Der ZAW regt deshalb an, eine jederzeit abrufbare stets aktuelle Informationsquelle zu schaffen und online zur Verfügung zu stellen.

### Anhang zu § 3 Abs. 2 UWG-E, Nr. 28

„Unzulässige Wettbewerbshandlungen im Sinne des § 3 Abs. 2 sind ... die in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen“

Der ZAW wendet sich gegen das Totalverbot der Direktansprache von Kindern in Nr. 28 des Anhangs zu § 3 UWG-E. Das werbliche Ansprechen von Kindern - auch im Rahmen einer primär an Erwachsene gerichteten Werbemaßnahme - würde in allen Medien als per se unlauter eingestuft, ohne dass eine Wertungsmöglichkeit im Einzelfall bestehen soll. Damit wird Unternehmen in der Praxis jegliche Direktansprache verboten, wenn zum Adressatenkreis auch Kinder gehören könnten – ein nicht zu rechtfertigender, weil unverhältnismäßiger Eingriff in die Werbefreiheit.

### Umsetzung des Art. 6 Abs. 2a der UCP-Richtlinie

„Eine Geschäftspraxis gilt ferner als irreführend, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte, und Folgendes beinhaltet:  
a) jegliche Art der Vermarktung eines Produkts, einschließlich vergleichender Werbung, die eine Verwechslungsgefahr mit einem anderen Produkt, Warenzeichen, Warennamen oder anderen Kennzeichen eines Mitbewerbers begründet;“

Der ZAW spricht sich für eine Übertragung der in Art. 6 Abs. 2a der UCP-Richtlinie verankerten Regelung zur irreführenden Produktvermarktung in das deutsche UWG aus. Täuschende Kennzeichnungspraktiken im Sinne dieser Regelung haben auch eine lauterkeitsrechtliche Dimension. Ein bestehender Vorrang von Sonderschutzrechten vor dem Wettbewerbsrecht sollte einer Umsetzung der EU-Vorgabe in nationales Recht nicht entgegenstehen.

Berlin, 2. Oktober 2007