

Gesetzentwurf der Bundesregierung

Entwurf eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

A. Problem und Ziel

Das geltende Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist modernisierungsbedürftig. Dies haben rechtstatsächliche Untersuchungen, die nach der Aufhebung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung angestellt wurden, gezeigt. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen wurden von der Arbeitsgruppe Unlauterer Wettbewerb beim Bundesministerium der Justiz im Wesentlichen bestätigt. Auch unter europapolitischen Gesichtspunkten gilt es, das deutsche Lauterkeitsrecht zu liberalisieren. Außerdem soll der Verbraucher den ihm gebührenden Stellenwert in einem modernen Lauterkeitsrecht erhalten.

B. Lösung

Das geltende Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb soll insgesamt neu gefasst werden. Verbraucherinnen und Verbraucher werden dabei als gleichberechtigte Partner in den Schutzbereich des Gesetzes aufgenommen. Durch den Wegfall überholter Werbebeschränkungen, wie zum Beispiel der starren Regelungen über Schlussverkäufe, wird das Lauterkeitsrecht an die Erfordernisse eines flexiblen Wirtschaftsstandortes angepasst. Dabei wird an den Grundprinzipien wie der Verpflichtung zu lauterem Wettbewerb und dem Irreführungsverbot festgehalten.

C. Alternativen

Keine

D. Kosten der öffentlichen Haushalte

1. Haushaltsausgaben ohne Vollzugaufwand

Keine

2. Vollzugaufwand

Keiner

E. Sonstige Kosten

Die vorgeschlagenen Regelungen führen zu einer Liberalisierung des Wettbewerbs. Sonstige Kosten für die werbetreibenden Unternehmen und damit verbundene Auswirkungen auf das Preisniveau, insbesondere das Verbraucherpreisniveau, sind unter diesen Umständen nicht zu erwarten.

BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND
DER BUNDESKANZLER

Berlin, den 21. August 2003

An den
Präsidenten des
Deutschen Bundestages
Herrn Wolfgang Thierse
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Sehr geehrter Herr Präsident,

hiermit übersende ich den von der Bundesregierung beschlossenen

Entwurf eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

mit Begründung und Vorblatt (Anlage 1).

Ich bitte, die Beschlussfassung des Deutschen Bundestages herbeizuführen.

Federführend ist das Bundesministerium der Justiz.

Der Bundesrat hat in seiner 789. Sitzung am 20. Juni 2003 gemäß Artikel 76 Absatz 2 des Grundgesetzes beschlossen, zu dem Gesetzentwurf wie aus Anlage 2 ersichtlich Stellung zu nehmen.

Die Auffassung der Bundesregierung zu der Stellungnahme des Bundesrates ist in der als Anlage 3 beigefügten Gegenäußerung dargelegt.

Mit freundlichen Grüßen



Entwurf eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)¹⁾

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

Kapitel 1 Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck des Gesetzes

Dieses Gesetz dient dem Schutz der Mitbewerber, der Verbraucherinnen und der Verbraucher sowie der sonstigen Marktteilnehmer vor unlauterem Wettbewerb. Es schützt zugleich das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb.

§ 2 Definitionen

(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

1. „Wettbewerbshandlung“ jede Handlung einer Person mit dem Ziel, zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens den Absatz oder den Bezug von Waren oder die Erbringung oder den Bezug von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern;
2. „Marktteilnehmer“ neben Mitbewerbern und Verbrauchern alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen tätig sind;
3. „Mitbewerber“ jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in Wettbewerb steht;
4. „Nachrichten“ jede Information, die zwischen einer endlichen Zahl von Beteiligten über einen öffentlich zugänglichen elektronischen Kommunikationsdienst ausgetauscht oder weitergeleitet wird; dies schließt nicht Informationen ein, die als Teil eines Rundfunkdienstes über ein elektronisches Kommunikationsnetz an die Öffentlichkeit weitergeleitet werden, soweit die Informationen nicht mit dem identifizierbaren Teilnehmer oder Nutzer, der sie erhält, in Verbindung gebracht werden können.

(2) Für den Verbraucherbegriff und den Unternehmerbegriff gelten die §§ 13 und 14 des Bürgerlichen Gesetzbuchs entsprechend.

§ 3 Verbot unlauteren Wettbewerbs

Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Ver-

braucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht unerheblich zu verfälschen, sind unzulässig.

§ 4 Beispiele unlauteren Wettbewerbs

Unlauter im Sinne von § 3 handelt insbesondere, wer

1. Wettbewerbshandlungen vornimmt, die geeignet sind, die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer durch Ausübung von Druck oder durch sonstigen unangemessenen unsachlichen Einfluss zu beeinträchtigen;
2. Wettbewerbshandlungen vornimmt, die geeignet sind, die geschäftliche Unerfahrenheit insbesondere von Kindern oder Jugendlichen, die Leichtgläubigkeit, die Angst oder die Zwangslage von Verbrauchern auszunutzen;
3. den Werbecharakter von Wettbewerbshandlungen verschleiert;
4. bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt;
5. bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angibt;
6. die Teilnahme von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel von dem Erwerb einer Ware oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig macht, es sei denn, das Preisausschreiben oder Gewinnspiel ist naturgemäß mit der Ware oder der Dienstleistung verbunden;
7. die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft;
8. über die Waren, Dienstleistungen oder das Unternehmen eines Mitbewerbers oder über den Unternehmer oder ein Mitglied der Unternehmensleitung Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Unternehmers zu schädigen, sofern die Tatsachen nicht erweislich wahr sind; handelt es sich um vertrauliche Mitteilungen und hat der Mitteilende oder der Empfänger der Mitteilung an ihr ein berechtigtes Interesse, so ist die Handlung nur dann unlauter, wenn die Tatsachen der Wahrheit zuwider behauptet oder verbreitet wurden;
9. Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er
 - a) eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt,
 - b) die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt oder

¹⁾ Dieses Gesetz dient der Umsetzung von Artikel 13 der Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (ABl. EG Nr. L 201/37 vom 31. Juli 2002).

Begründung

A. Ziel des Gesetzes

Dieses Gesetz dient einer umfassenden Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Das deutsche Lauterkeitsrecht ist nicht mehr zeitgemäß und im internationalen Vergleich in einzelnen Bereichen besonders restriktiv. Durch das vorliegende Gesetz wird eine grundlegende Modernisierung ermöglicht.

I. Anlass für eine Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Bereits in der 14. Legislaturperiode ist die Liberalisierung des Werberechts als vordringlich erkannt und vorangetrieben worden. Die ersten Schritte dazu waren die Aufhebung des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung. Bereits im Vorfeld dieser Reform war abzusehen, dass sie allein noch nicht zu der gewünschten weitgehenden Liberalisierung führen würde, da ein großer Teil der Beschränkungen für Werbeformen nicht in den aufgehobenen Sondergesetzen, sondern im UWG selbst verankert war. Dabei richtete sich das Hauptaugenmerk zu Beginn vor allem auf die Regelungen über Schlussverkäufe und andere Sonderveranstaltungen.

Neben diese Kritik an einer unvollständigen Liberalisierung im nationalen Bereich traten Überlegungen der Europäischen Kommission, das Lauterkeitsrecht oder jedenfalls bestimmte Teile davon auf Ebene der Europäischen Gemeinschaft zu harmonisieren. Beide Aspekte haben die Bundesregierung veranlasst, beim Bundesministerium der Justiz eine Arbeitsgruppe Unlauterer Wettbewerb einzusetzen. Ihr gehören neben Experten aus Rechtswissenschaft und Praxis Vertreter der Spitzenverbände der Industrie, des Handels und des Handwerks, der Verbraucher und der Gewerkschaften an.

Die Aufgabe der Arbeitsgruppe war zum einen, die Auswirkungen der Aufhebung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung auf den Markt und dessen Entwicklung zu beobachten, um – falls erforderlich – ergänzende Maßnahmen vorzuschlagen. Zum anderen sollte die Arbeitsgruppe Konzepte für die Fortentwicklung des europäischen Lauterkeitsrechts und für eine europakonforme Modernisierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb entwerfen. Ein Schwerpunkt der Arbeit war zunächst die Ermittlung rechtstatsächlicher Grundlagen für die Gesetzgebung. Mit dieser Zielrichtung sind für das Bundesministerium der Justiz zwei Gutachten erstellt worden, ein Gutachten von Professor Karl-Heinz Fezer (Universität Konstanz) zur Modernisierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und ein Gutachten von Professor Gerhard Schrickler und Frau Dr. Frauke Henning-Bodewig (Max-Planck-Institut für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Steuerrecht, München) über Elemente für eine Harmonisierung des europäischen Lauterkeitsrechts.

Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Professor Helmut Köhler (Universität München), Professor Joachim Bornkamm, Richter am Bundesgerichtshof, und Frau Dr. Frauke Henning-Bodewig haben dankenswerterweise von sich aus den

Vorschlag für eine Richtlinie zum Lauterkeitsrecht und eine UWG-Reform erarbeitet und für die Diskussion der Arbeitsgruppe zur Verfügung gestellt.

II. Ergebnisse der Arbeitsgruppe Unlauterer Wettbewerb

Die Arbeitsgruppe hat sich in insgesamt neun Sitzungen unter anderem mit der Entwicklung und Diskussion von Regelungsvorschlägen für ein reformiertes UWG befasst. Neben den genannten Gutachten sind eine Reihe weiterer schriftlicher Stellungnahmen und Formulierungsvorschläge von einzelnen Mitgliedern der Arbeitsgruppe in die Erörterungen und in den vorliegenden Gesetzentwurf eingeflossen. Die Punkte, die die Arbeitsgruppe übereinstimmend als reformbedürftig identifiziert hat, wie zum Beispiel das Recht der Sonderveranstaltungen (§§ 7 und 8 UWG a. F.), sind in den Gesetzentwurf aufgenommen worden. Andere Punkte sind erörtert worden, ohne dass die unterschiedlichen Meinungen, die hierzu in der Arbeitsgruppe bestanden, in der Diskussion zu einer Übereinstimmung hätten gebracht werden können.

III. Europäische Rechtsentwicklung

Die europäische Rechtsentwicklung war bei der Vorbereitung dieses Gesetzentwurfs eine wichtige Richtschnur. In den Organen der Europäischen Gemeinschaft werden derzeit zwei lauterkeitsrechtliche Vorhaben erörtert.

Dabei handelt es sich zum einen um den nach Befassung des Europäischen Parlaments geänderten Vorschlag für eine Verordnung über Verkaufsförderung im Binnenmarkt, der von der Bundesregierung und auch den meisten anderen Mitgliedstaaten abgelehnt wird.

Zum anderen wird die Kommission als Folgemaßnahme zu ihrem Grünbuch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union in Kürze einen Entwurf für eine Rahmenrichtlinie vorlegen, der den Vorstellungen der Bundesregierung mehr entgegenkommt. In Einzelfragen wird aber auch bei diesem Projekt noch erheblicher Verhandlungsbedarf bestehen. Wie und vor allem in welchem Zeitrahmen sich dieses Projekt entwickelt, ist bis jetzt nicht voraussehbar. Es scheint jedoch unwahrscheinlich, dass es ein deutsches Reformvorhaben einholen oder überholen könnte.

Wegen dieser Unwägbarkeiten kann der Ausgang der Brüsseler Vorhaben vor einer Reform des deutschen UWG nicht abgewartet werden.

IV. Grundzüge der Reform

1. Inhaltliche Schwerpunkte

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

- Der Verbraucher wird als Schutzsubjekt erstmals ausdrücklich im Gesetz erwähnt. Dadurch wird die Rechtspre-

Verbraucher aus § 13a UWG zu streichen, da diese Vorschrift ersatzlos entfallen ist.

Zu Absatz 3

§ 374 Abs. 1 Nr. 7 der Strafprozessordnung regelt die Privatklagebefugnis bei Straftaten gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Diese Verweisungen sind an die geänderten Paragraphen anzupassen.

Zu Absatz 4

Zu Nummer 1

Die Änderung des § 3 Abs. 1 Nr. 2 des Unterlassungsklagengesetzes stellt klar, dass Wirtschaftsverbände befugt sein sollen, AGB-Kontrollverfahren nach § 1 des Unterlassungsklagengesetzes durchzuführen. Dies stand nach der bis zum 29. Juni 2000 geltenden Rechtslage (§ 13 Abs. 2 Nr. 2 AGBG a. F.) außer Zweifel. Durch die zwischenzeitlich erfolgte Einfügung der „Missbrauchsklausel“ des bisherigen § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG sollte einem Missbrauch der Klagebefugnis begegnet werden (zum Verständnis der Norm und zur Gesetzgebungsgeschichte siehe BGH WRP 2003, 87 ff.). Die Änderung stellt – im Sinne der soeben zitierten Entscheidung – klar, dass eine Beschneidung der Klagebefugnis insoweit nicht beabsichtigt war. Im Übrigen ist ein Missbrauch größeren Ausmaßes bei der AGB-Kontrolle nicht zu befürchten, weil meist schwierige rechtliche Prüfungen der jeweiligen Klauselwerke erforderlich sind und deshalb ein standardisiertes „Abmahnen“ ausscheidet (siehe auch Bernreuther, WRP 1998, 280, 288). In Abänderung zur bisherigen Regelung wird daneben der Begriff des Gewerbetreibenden durch den Begriff des Unternehmers ersetzt. Dies erfolgt zur sprachlichen Anpassung der Regelung an § 14 BGB, wobei eine inhaltliche Änderung damit nicht verbunden ist.

Zu Nummer 2

Durch die Regelung werden an Stelle von §§ 23a, 23b und 25 UWG die Vorschriften des § 12 Abs. 1, 2 und 4 für anwendbar erklärt.

§ 12 Abs. 1 regelt das Recht der wettbewerblichen Abmahnung und der aus einer berechtigten Abmahnung erwachsenden Kostenerstattungsansprüche. Dieses Rechtsinstitut galt schon bislang auch für Verfahren nach dem Unterlassungsklagengesetz (siehe Palandt-Bassenge, BGB-Kommentar, 62. Auflage 2003, § 5 UKlaG Rn. 2 ff.) und wird jetzt durch die Bezugnahme auf § 12 Abs. 1 ausdrücklich kodifiziert.

§ 12 Abs. 2 entspricht § 25 UWG a. F., weshalb hiermit eine inhaltliche Änderung des Unterlassungsklagengesetzes nicht verbunden ist. Wie bisher wird die Dringlichkeit einer einstweiligen Verfügung auch in Verfahren nach dem Unterlassungsklagengesetz widerleglich vermutet.

§ 12 Abs. 4 entspricht § 23a UWG a. F. Im Verfahrensrecht des unlauteren Wettbewerbs soll künftig auf die Streitwertvorschrift des § 23b UWG a. F. verzichtet werden, da die Vorschrift neben § 23a UWG a. F. keinen nennenswerten eigenständigen Anwendungsbereich hat. Diese Beurteilung hat auch Gültigkeit für das Verfahren nach dem Unterlassungsklagengesetz, weshalb die Vorschrift künftig auch hier

nicht mehr anwendbar sein soll. Deshalb ist der Verweis ersatzlos zu streichen.

Zu Nummer 3

Die Gesetzesänderung stellt klar, dass die Regelungen in § 9 Nr. 2 und 3 UKlaG über Besonderheiten der Urteilsformel für Klagen nach § 1 UKlaG nicht nur für den Fall der Verwendung, sondern auch für die Empfehlung unwirksamer Allgemeiner Geschäftsbedingungen gelten. Bei der Auslassung handelte es sich um ein Redaktionsversehen; ein sachlicher Grund für eine Ungleichbehandlung von Verwendung und Empfehlung besteht nicht (siehe auch die Erläuterungen zur wortgleichen Vorläufernorm des § 17 AGBG in MünchKommBGB Micklitz, 4. Auflage 2001, § 17 AGBG Rn. 3 und 4).

Zu Nummer 4

Es handelt sich um eine redaktionelle Folgeänderung, weil das Verfahren vor den Einigungsstellen statt wie bislang in § 27a UWG a. F. nunmehr in § 15 geregelt ist.

Zu Absatz 5

Zu Nummer 1

§ 55 Abs. 2 Nr. 3, § 128 Abs. 1 und § 135 Abs. 1 des Markengesetzes verweisen hinsichtlich der Aktivlegitimation auf die bisherige Regelung des § 13 Abs. 2 UWG a. F. Daher ist der Verweis an die Änderung der Paragraphenfolge im UWG anzupassen. Die inhaltlich vorgenommenen Ergänzungen der Regelung der Aktivlegitimation können entsprechend auf das Markengesetz übertragen werden.

Zu Nummer 2

§ 141 des Markengesetzes verweist hinsichtlich der örtlichen Zuständigkeit auf die Regelung des UWG. Der Verweis ist an die Änderung der Paragraphenfolge im UWG anzupassen.

Zu Absatz 6

§ 301 Abs. 2 des Strafgesetzbuches verweist hinsichtlich der Strafantragsbefugnis in den Fällen der Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr auf die Regelungen der Aktivlegitimation des UWG. Daher ist der Verweis an die Änderung der Paragraphenfolge im UWG anzupassen. Die inhaltlich vorgenommenen Ergänzungen der Regelung der Aktivlegitimation können entsprechend auf das Strafgesetzbuch übertragen werden.

Zu Absatz 7

Zu Nummer 1

§ 9 Abs. 1 des Rindfleischetikettierungsgesetzes verweist hinsichtlich der Aktivlegitimation auf § 13 Abs. 2 UWG a. F. Daher ist der Verweis an die Änderung der Paragraphenfolge im UWG anzupassen. Die inhaltlich vorgenommenen Ergänzungen der Regelung der Aktivlegitimation können entsprechend auf das Rindfleischetikettierungsgesetz übertragen werden.

Zu Nummer 2

Durch die Änderung dieses Verweises in § 9 Abs. 4 des Rindfleischetikettierungsgesetzes wird die Verjährungsregelung an die Neufassung der Verjährung im BGB durch das