

5.2 Bundesbeschluss über die Aenderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

1 Die Richtlinie Nr. 84/450

Die Richtlinie Nr. 84/450 des Rates vom 10. September 1984 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung (ABl. Nr. L 250 vom 19.9.84, S. 17) will verhindern, dass der Wettbewerb im Gemeinsamen Markt durch irreführende Werbung verfälscht wird. Zu diesem Zweck stellt die Richtlinie Minimalstandards fest, die sowohl die Konsumenten als auch die Gewerbetreibenden und die Allgemeinheit schützen sollen.

Neben einer Umschreibung der Begriffe "Werbung" und "irreführende Werbung" (Art. 2) verpflichtet die Richtlinie die Mitgliedstaaten, die notwendigen prozessualen und institutionellen Bedingungen zu schaffen, damit gerichtlich gegen irreführende Werbung vorgegangen oder deren Veröffentlichung verhindert werden kann (vgl. Art. 4). Besonderes Gewicht legt die Richtlinie auf eine Art Beweislastumkehr für Tatsachenbehauptungen in der Werbung in zivil- oder verwaltungsrechtlichen Verfahren (Art. 6).

2 Die Richtlinien Nr. 87/102 und Nr. 90/88

Die Richtlinie Nr. 87/102 des Rates vom 22. Dezember 1986 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über den Verbraucherkredit (ABl. Nr. L 42 vom 12.2.87, S. 48), geändert durch die Richtlinie Nr. 90/88 des Rates vom 22. Februar 1990 (ABl. Nr. L 61 vom 10.3.90, S. 14), will die Konsumenten vor Missbräuchen mit Konsumkreditgeschäften schützen. Neben vertragsrechtlichen Erfordernissen, die im vorliegenden Zusammenhang nicht von Interesse und Gegenstand eines eigenen Bundesbeschlusses sind, stellt Artikel 3 der Richtlinie Nr. 87/102 auch gewisse Anforderungen an die Konsumkreditwerbung.

Gemäss dieser Bestimmung muss in jeder Werbung oder in jedem in Geschäftsräumen ausgehängten Angebot, durch die oder das jemand seine Bereitschaft zur Gewährung eines Kredits oder zur Vermittlung von Kreditverträgen ankündigt und die oder das eine Angabe über den Zinssatz oder andere Zahlen betreffend die Kreditkosten enthält, auch - und zwar notfalls anhand von repräsentativen Beispielen - der effektive Jahreszins angegeben werden.

3

Das Schweizerische Recht

Das Bundesgesetz vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geht über den Bereich der irreführenden Werbung hinaus und beschlägt die Lauterkeit des Wettbewerbs schlechthin. Es erfüllt - mit Ausnahme der Beweislastumkehr für Tatsachenbehauptungen in der Werbung - die in der Richtlinie Nr. 84/450 gestellten Minimalstandards (vgl. Botschaft vom 18. Mai 1992 über die Genehmigung des EWR-Abkommens, BBl 1992 IV 1 Ziff. 7.93).

Die Werbevorschriften für Abzahlungs-, Vorauszahlungs- und Kleinkreditgeschäfte im UWG gehen weiter als jene der Richtlinie Nr. 87/102. So statuieren Artikel 3 Buchstaben k und l UWG eine generelle Preis- und Kostenbekanntgabepflicht bei öffentlichen Auskündigungen von Konsumkreditgeschäften. Da Artikel 15 der Richtlinie 87/102 die Mitgliedstaaten ausdrücklich ermächtigt, weitergehende Vorschriften zum Schutz der Konsumenten aufrechtzuerhalten, besteht für die Konsumkreditvorschriften im UWG an sich kein Anpassungsbedarf. Da es andererseits ein Ziel des Gemeinsamen Marktes ist, gemeinschaftsweit den nach gleicher mathematischer Formel berechneten Jahreszins zu verwenden, muss das UWG dennoch bezüglich des effektiven Jahreszinses der Richtlinie Nr. 87/102 (Art. 3) angeglichen werden.

Die Richtlinien Nr. 87/102 und Nr. 88/90 bedingen zudem den Erlass von Bestimmungen über den Konsumkredit im vertragsrechtlichen Bereich (vgl. Botschaft vom 18. Mai 1992 über den Genehmigungsbeschluss zum Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum, BBl 1992 IV 1 Ziff. 7.93). Der Erlass solcher Bestimmungen, der Ihnen mit einer anderen Botschaft unterbreitet wird, macht

zusätzlich eine Anpassung der involvierten UWG-Bestimmungen an die Terminologie jenes Gesetzes nötig.

4 Kommentar zu den einzelnen Bestimmungen

4.1 Anpassungen an Artikel 3 der Richtlinie Nr. 87/102 und an den Bundesbeschluss über den Konsumkredit (Art. 3 Bst. k, l und m und Art. 4 Bst. d UWG)

In Artikel 3 Buchstabe k wird ein offensichtlicher Fehler korrigiert, der sich in diese Bestimmung eingeschlichen hat. So sind nach geltendem Recht "klare Angaben über den Bar- oder den Gesamtaufpreis zu machen. Dieses "oder" verlangt eine alternative Angabe des Bar- oder Gesamtaufpreises, was zu Missverständnissen bei der Auslegung dieser Bestimmung geführt hat, da damit dem Kunden keine brauchbare Information geliefert wird. Die Bestimmung macht nur Sinn, wenn Bar- und Gesamtaufpreis kumulativ angegeben werden müssen.

Da die Vorschriften über den Abzahlungs- und Vorauszahlungsvertrag im Obligationenrecht (Art. 226a - 228 OR) unverändert in Kraft bleiben, sind keine weiteren Anpassungen nötig. Für die Abgrenzung zwischen Abzahlungsvertrag und Konsumkredit kann auf die entsprechenden Ausführungen in der Botschaft zu einem Bundesbeschluss über den Konsumkredit verwiesen werden (vgl. Kap. 5.1).

In Artikel 3 Buchstabe l werden die Begriffe "Kleinkredite", "Kreditsumme", "maximaler rückzahlbarer Gesamtbetrag" und "Kreditkosten in Franken und Jahresprozenten" durch die im Bundesbeschluss über den Konsumkredit verwendeten Begriffe "Konsumkredit", "Nettobetrag des Kredits", "Gesamtkosten" und "effektiver Jahreszins" ersetzt (vgl. Art. 1, 4, 5 und 8 Abs. 2 Bst. a des Entwurfes zu einem Bundesbeschluss über den Konsumkredit). Die dort definierten Begriffe gelten auch für das UWG. Damit ist für den vertrags- und lauterkeitsrechtlichen Bereich der Konsumkredite eine einheitliche Terminologie gewährleistet.

Auch in Artikel 3 Buchstabe l UWG haben die verschiedenen "oder" zu Auslegungsschwierigkeiten und Missverständnissen in der Praxis geführt. Die neue

Formulierung sollte - ohne materiell gegenüber dem geltenden Recht etwas zu ändern
- diese Missverständnisse beheben.

Unter Artikel 3 Buchstabe 1 fällt sowohl die Werbung des Konsumkreditgebers wie auch jene des Konsumkreditvermittlers. Entscheidendes Element ist die öffentliche Auskündigung über einen Konsumkredit, egal, ob der Werbende als Kreditgeber oder als Kreditvermittler auftritt. Eine Anpassung an die Richtlinie Nr. 87/103, die ausdrücklich beide Kategorien nennt, ist deshalb nicht nötig.

Unter "öffentlichen Auskündigungen" sind gemäss der Botschaft des Bundesrates vom 12. Juni 1978 über ein Konsumkreditgesetz (BBl 1978 II 604), welche Ausgangspunkt des heute geltenden Artikels 3 Buchstabe 1 UWG bildet, alle Werbeveranstaltungen zu verstehen, die sich nicht an einen klar bestimmten und begrenzten Kreis von Personen richten. Genannt werden dabei als Beispiele Plakate, Streuprospunkte, Schaufensterauslagen, Fernsehreklame und ähnliche Formen nicht gezielter Werbung. Der Begriff "öffentliche Auskündigungen" soll auch künftig in einem weiten Sinn verstanden werden und insbesondere auch die in der Richtlinie Nr. 87/102 erwähnten Konsumkredit-Angebote in Geschäftsräumen (Schalterhallen der Banken, Warenhäuser, Verkaufsräume von Discontern, Unterhaltungselektronik-Anbietern usw.) erfassen.

In Artikel 3 Buchstabe m sowie in Artikel 4 Buchstabe d wird im Sinne einer harmonisierten Terminologie der Begriff "Kleinkreditvertrag" durch "Konsumkreditvertrag" ersetzt.

4.2 Beweislastumkehr für Tatsachenbehauptungen in der Werbung (Art. 13a)

Artikel 13a führt neu für Tatsachenbehauptungen in der Werbung eine Art Beweislastumkehr ein, wobei der Wortlaut jenem von Artikel 6 der Richtlinie Nr. 84/450 entspricht. Danach kann der Richter vom Werbenden verlangen, dass dieser die Richtigkeit von in der Werbung enthaltenen Tatsachenbehauptungen beweist. Das hat zur Folge, dass für den gesamten Bereich der irreführenden Werbung zivilprozessual von der klassischen Beweislastverteilung (Art. 8 ZGB) abgewichen werden kann. Die generelle Beweislastumkehr wird allerdings durch eine Angemessenheitsklausel relativiert (Abs. 1).

Falls der Richter in einem konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Werbenden und anderer Verfahrensbeteiligter die Beweislastumkehr als angemessen beurteilt, gelten Tatsachenbehauptungen, für die der Beweis nicht angetreten oder als unzureichend erachtet wird, als unrichtig (Abs. 2).

Die Beweislastumkehr ist auf Tatsachenbehauptungen in der Werbung beschränkt und gilt nicht generell für alle Unlauterkeitstatbestände. Ferner kann sie nur in Zivilprozessen zur Anwendung kommen, was mit der systematischen Stellung im Abschnitt über die (zivil-)prozessrechtlichen Bestimmungen zum Ausdruck gebracht wird. Eine Anwendung auf strafrechtliche Verfahren (Art. 23 UWG) würde der Unschuldsvermutung nach EMRK widersprechen und ist im übrigen auch in der Richtlinie Nr. 84/450 nicht vorgesehen.