



## Rechtlich Richtig Werben

### (Informationspflichten in der Werbung)

Mit der EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, welche als UWG-Novelle 2007 (Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb) in das österreichische Recht umgesetzt worden ist, wird der Informationsgrundsatz noch stärker verankert. Ab 12.12.2007 haben alle geschäftlichen Ankündigungen der neuen Rechtslage entsprechen. Jede Werbung muss folgende Bedingungen erfüllen bzw. Informationen erhalten, um nicht unlauter zu sein:

- Werbung muss offenkundig sein, also als solche erkennbar sein. Unzulässig ist daher eine Ankündigung, welche z.B. den Anschein einer privaten oder amtlichen Mitteilung hervorruft. Auch eine als Information getarnte Werbung ist unzulässig, was insbesondere für redaktionelle Inhalte gilt. Sind diese bezahlt worden, muss das eindeutig aus dem Beitrag hervorgehen (Z 11 des Anhangs zum UWG sowie auch § 26 Mediengesetz und § 6 Abs. 1 Z 1 E-Commerce-Gesetz).
- Der Werbende muss erkennbar sein, was sich insbesondere aus den Namensführungsvorschriften der Gewerbeordnung ergibt (§ 63 ff GewO). Die bloße Angabe einer Telefonnummer, eines Postfaches oder die Angabe einer nicht kennzeichnungskräftigen E-Mail-Adresse in Inseraten ist nicht erlaubt. Es können aber Abkürzungen des Namens oder andere Bezeichnungen (wie z.B. bekannte Marken) verwendet werden, wenn diese dem Werbenden zuordenbar sind.
- Der Geschäftszweck muss ersichtlich sein, das heißt es darf nicht als Verbraucher („Privatverkauf“) oder in sonstiger Weise irreführend aufgetreten werden (Z 22 des Anhangs zum UWG). Auch die Vortäuschung einer Empfehlung oder scheinbar objektiven Information eines Dritten ist unzulässig.
- Die Entgeltlichkeit darf nicht verschleiert werden, also mit Worten wie „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder ähnlich geworben werden, wenn doch weitere Kosten anfallen (Z 20 des Anhangs zum UWG). Eine Verpflichtung zur Angabe von Preisen in der Werbung besteht nicht (sehr wohl aber in Auslagen und Geschäften).
- Preise für Verbraucher sind immer also Bruttobeträge anzugeben, also inklusive aller Steuern sowie sonstigen Abgaben und Zuschläge. Damit ist das Herausrechnen von einzelnen Abgaben unzulässig, auch wenn sie extra angeführt sind.

- Die Werbung muss alle wesentliche Informationen enthalten, die der angesprochene Empfänger benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (§ 2 Abs. 4 ff UWG). Im Einzelfall ist das aufgrund der Rechtsprechung des OGH zur Irreführung durch Verschweigen von wichtigen Tatsachen zu prüfen.
- Als wesentlich gelten jedenfalls die Informationsanforderungen im Gemeinschaftsrecht, also insbesondere die Anbieterkennzeichnung im World Wide Web nach dem E-Commerce-Gesetz (Impressumpflicht nach § 5 E-Commerce-Gesetz) und die Informationspflichten bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (§ 5a ff Konsumentenschutzgesetz). Auch die Informationspflichten nach § 12 Unternehmensgesetzbuch bestehen für Kapitalgesellschaften auf Gemeinschaftsrecht. Schließlich findet sich im § 24 Mediengesetz eine Impressumspflicht.
- Bei einer Aufforderung zum Kauf an Verbraucher sind bestimmte Informationen anzugeben, weil sie ebenfalls als wesentlich gelten. Eine „Aufforderung zum Kauf“ liegt vor, wenn das Produkt (Überbegriff für Waren, Dienstleistung etc. nach § 1 Abs. 4 Z 1 UWG) und der Preis so angegeben werden, dass der Verbraucher einen Kauf tätigen kann (§ 1 Abs. 4 Z 5 UWG). Im Einzelnen sind dies:
  - die wesentlichen Merkmale des Produkts in dem für das Medium und das Produkt angemessenen Umfang;
  - Name und geographische Anschrift des Unternehmens und gegebenenfalls des Unternehmens, für das gehandelt wird;
  - der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben oder, wenn dieser vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art seiner Berechnung;
  - gegebenenfalls Fracht-, Liefer- und Zustellkosten oder, wenn diese vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können;
  - die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen sowie das Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, falls sie von den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt abweichen;
  - gegebenenfalls das Bestehen eines Rücktrittsrechts.
- Bei diesen wesentlichen Informationen sind die Beschränkungen des Kommunikationsmediums zu berücksichtigen (§ 2 Abs. 4 UWG). Es ist allerdings nicht klar, ob hier technische Beschränkungen wie z.B. bei Werbung mit SMS oder auch wirtschaftliche wie insbesondere bei Fernseh- und Radiowerbung gemeint sind. Eine Klärung darüber wird erst der Oberste Gerichtshof bzw. der Europäische Gerichtshof vornehmen können.

Nähere Informationen dazu findet sich auf unserer Website [www.schutzverband.at](http://www.schutzverband.at) sowie in der Wettbewerbsfibel, welche anlässlich der UWG-Novelle 2007 neu erschienen ist und via E-Mail an [office@schutzverband.at](mailto:office@schutzverband.at) zum Preis von € 10,- + Versandkosten von € 1,75 (für Österreich) bestellt werden kann.