



Revision des Wettbewerbsrechts – Das Ende für Adressbuchswindel, Schneeballsysteme und unhaltbare Gewinnversprechen?

Immer häufiger werden gutgläubige Privatpersonen und Unternehmen Opfer von Adressbuchswindlern, Schneeballsystemen oder unehrlichen Gewinnversprechen. Am 01.04.2012 tritt das revidierte Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb (UWG) in Kraft. Dadurch wird die Bekämpfung dieser unlauteren Geschäftsmethoden verbessert.

Das neue UWG bekämpft die Vorgehensweise von **Adressbuchswindlern**. Entgeltpflichtige Eintragungen in nutzlose Adressverzeichnisse unter Verschleierung der Konditionen sollen verhindert werden. Neu müssen die Anbieter in grosser Schrift, an gut sichtbarer Stelle und in verständlicher Sprache unter anderem auf die Entgeltlichkeit und die Laufdauer des Vertrages, den Gesamtpreis und die geographische Verbreitung der Publikation hinweisen. Der Versand von Rechnungen für Eintragungen in Verzeichnisse und Anzeigenaufträge ohne entsprechenden vorgängigen Auftrag gilt neu als unlauter (Art. 3 Abs. 1 lit. p und q UWG).

Schneeballsysteme werden künftig ebenfalls als unlauter bezeichnet. Bei diesen Konstrukten werden die Lieferung von Waren oder andere Leistungen in Aussicht gestellt, wenn weitere Personen für das System angeworben werden. Der Vorteil für die Teilnehmer besteht weniger im Verkauf oder Verbrauch von Waren oder Leistungen, sondern hauptsächlich in der Anwerbung weiterer Personen (Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG).

Auch wer im **elektronischen Geschäftsverkehr Produkte anbietet** und dabei seine Kontaktdaten oder die einzelnen technischen Schritte zum Vertragsabschluss nicht angibt, keine Mittel zur Verfügung stellt, um Fehler vor Abgabe der Bestellung zu erkennen oder zu korrigieren oder es unterlässt, die Bestellung des Kunden unverzüglich zu bestätigen, handelt neu unlauter (Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG).

Ein **Gewinnversprechen** im Rahmen eines Wettbewerbs oder einer Verlosung darf nicht an die Inanspruchnahme einer kostenpflichtigen Mehrwertdienstnummer, eine Aufwandsentschädigung, den Kauf einer Ware oder Dienstleistung, die



MURI RECHTSANWÄLTE



Teilnahme an einer Verkaufsveranstaltung oder Werbefahrt oder sogar an einer weiteren Verlosung geknüpft werden (Art. 3 Abs. 1 lit. t UWG).

Die **Missachtung eines Vermerks im Telefonbuch**, dass eine Kunde keine Werbung von Dritten erhalten möchte oder keine Datenweitergabe wünscht, gilt künftig ebenfalls als unlauter (Art. 3 Abs. 1 lit. u UWG).

Mit der Änderung des UWG wird auch eine Bestimmung über die Missbräuchlichkeit von **Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)** eingeführt. Diese tritt jedoch erst am 01.07.2012 in Kraft. AGB sind gemäss heute gültiger Regelung unlauter, wenn sie irreführend zum Nachteil einer Vertragspartei vom Gesetz erheblich abweichen oder eine unbillige Verteilung von Rechten und Pflichten vorsehen. Diese Bestimmung wird als zahnlos kritisiert, da insbesondere die Irreführung regelmässig schwierig nachzuweisen ist. Mit der Revision des UWG wird die Irreführung deshalb nicht mehr vorausgesetzt. Neu gelten AGB als unlauter, wenn sie in Treu und Glauben verletzender Weise zum Nachteil der Konsumenten ein erhebliches und ungerechtfertigtes Missverhältnis zwischen den vertraglichen Rechten und Pflichten vorsehen (Art. 8 UWG). Die Inhaltskontrolle der AGB gilt jedoch nur im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern, dagegen nicht für Verträge zwischen Unternehmen.

Die **Folgen der Widerhandlungen gegen das UWG** sind im Gesetz selber geregelt. Grundsätzlich besteht eine Schadenersatzpflicht (Art. 9 UWG). Widerhandlungen gegen einen Fall von Art. 3 UWG können zudem eine Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder eine Geldstrafe mit sich ziehen (Art. 23 UWG). Die Folgen unlauterer AGB gemäss Art. 8 UWG sind – wie bereits im aktuellen UWG - nicht geregelt. Aus der Botschaft des Bundesrates kann aber geschlossen werden, dass solche AGB nichtig sind.

Maria Spanò

