

## Erläuterungen

### Allgemeiner Teil

#### Hauptgesichtspunkte des Entwurfes:

Mit der geplanten Gesetzesnovelle zum Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG, BGBl. Nr. 448/1984, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 104/2019, und zum Bundesgesetz über die Auszeichnung von Preisen – PrAG, BGBl. Nr. 146/1992, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 99/2016, (Zweites Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz – MoRUG II), wird die Richtlinie (EU) 2019/2161 zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG (im Folgenden „Klausel-RL“) und der Richtlinien 98/6/EG (im Folgenden „Preisangaben-RL“), 2005/29/EG (im Folgenden „UGP-RL“) und 2011/83/EU (im Folgenden „VRRL“) zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union (im Folgenden „Modernisierungsrichtlinie“), ABl. Nr. L 328 vom 18.12.2019 S. 7, in innerstaatliches Recht umgesetzt. Diese Modernisierungsrichtlinie zur Neugestaltung der Rahmenbedingungen für Verbraucher und Stärkung der Verbraucherrechte sieht im Wesentlichen eine Anpassung der Richtlinien, insbesondere der UGP-RL und der VRRL, an die zunehmende Digitalisierung (z. B. durch die Ausweitung der jeweiligen Anwendungsbereiche auf digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen), mehr Transparenz auf Online-Marktplätzen durch erweiterte Informationspflichten sowie ein neues, verschärftes Sanktionenregime und eine Ergänzung der UGP-RL um individueller Rechtsbehelfe für Verbraucher vor. Daneben gibt es neue Verbote betreffend dieselbe Vermarktung von Produkten trotz unterschiedlicher Zusammensetzung („Dual Quality“), betreffend Verbraucherbewertungen und den Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen in der UGP-RL sowie Änderungen beim Rücktrittsrecht in der VRRL. Zudem sieht die Modernisierungsrichtlinie neue Vorschriften zur Kennzeichnung von Preisermäßigungen in der Preisangaben-RL vor.

Von den vier durch die Modernisierungsrichtlinie geänderten Richtlinien fallen die UGP-RL und die Preisangaben-RL in den Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und sollen die relevanten Teile im vorliegenden Gesetzentwurf umgesetzt werden. Die Klausel-RL und VRRL liegen im Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Justiz und sollen mit dem Entwurf für das „Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz“ (Bundesgesetz, mit dem das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz, das Konsumentenschutzgesetz und das Verbraucherbehördenkooperationsgesetz geändert werden; im Folgenden „MoRUG I“) umgesetzt werden.

#### Inhalte und Umsetzung der RL (EU) 2019/2161:

Im Wesentlichen bringt die Umsetzung der Änderungen in der UGP-RL folgende Neuerungen im UWG:

**Dual Quality:** Die UGP-RL wurde in Art. 6 dahingehend erweitert, dass die idente Vermarktung einer Ware in mehreren Mitgliedstaaten trotz wesentlicher Unterschiede in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen als irreführende Geschäftspraktik gilt. Auch das UWG ist um diese irreführende Geschäftspraktik zu erweitern.

**Entfall der Informationspflicht im Zusammenhang mit Verfahren zum Umgang mit Beschwerden in der Werbephase:** Insofern kommt es zu einer minimalen Entlastung für Unternehmen. Diese Informationspflicht ist auch im UWG entsprechend zu adaptieren.

**Erweiterung der Informationspflichten auf Online-Marktplätzen:** Nach der UGP-RL gilt nunmehr für den Fall, dass Produkte auf Online-Marktplätzen angeboten werden, die Information, ob es sich beim produktanbietenden Dritten um einen Unternehmer handelt oder nicht, als wesentlich. In diesem Zusammenhang wird auch die Begriffsdefinition über Produkte an die fortschreitende Digitalisierung angepasst und eine neue Definition über Online-Marktplätze aufgenommen. Entsprechende Anpassungen und Ergänzungen sind daher auch im UWG vorzunehmen.

**Bestimmungen hinsichtlich Rankings:** Die UGP-RL sieht überdies neue Informationspflichten hinsichtlich „Rankings“ (Reihung von Angeboten) samt Definition des Begriffs vor, die ebenfalls im UWG umgesetzt werden. Zu informieren ist in Zukunft über die Hauptparameter für die Festlegung des Rankings sowie über deren relative Gewichtung im Vergleich zu anderen Parametern. Nicht detailliert offengelegt werden muss die Funktionsweise von Ranking-Systemen, einschließlich der Algorithmen. Daneben gibt es einen ergänzenden Verbotstatbestand im Anhang zur UGP-RL, nach dem die Anzeige von Suchergebnissen ohne Offenlegung etwaiger bezahlter Werbung oder spezieller Zahlungen, die zur Erreichung eines höheren Rankings dienen, verboten ist. Eine entsprechende Ergänzung soll auch im Anhang zum UWG erfolgen.

**Regelungen betreffend Verbraucherbewertungen:** Verbraucherbewertungen gewinnen bei Kaufentscheidungen zunehmend an Bedeutung, gleichzeitig steigt die Zahl an sogenannten „Fake

Reviews“. Daher wird mit den neuen Vorgaben in der UGP-RL auch dieser Punkt aufgegriffen. Wenn Verbraucherbewertungen von Unternehmen zugänglich gemacht werden, sollen diese zukünftig darüber informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, welche die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben. In diesem Zusammenhang wird auch der Anhang zur UGP-RL um zwei Verbotstatbestände ergänzt (Behauptung, dass Bewertungen von Verbrauchern stammen, ohne dies zu prüfen und Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen bzw. Erteilung des Auftrags, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen abzugeben). Auf nationaler Ebene sind das UWG und dessen Anhang ebenfalls um diese Punkte zu ergänzen.

Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, insbesondere Kultur- und Sportveranstaltungen: Als weiterer Verbotstatbestand wird im Anhang zur UGP-RL sowie auf nationaler Ebene der Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, wenn diese durch Software erworben wurden, welche dazu dient, Beschränkungen des Verkäufers zu umgehen, normiert.

Individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher: Die UGP-RL wird außerdem um individuelle Rechtsbehelfe für Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, ergänzt. In Österreich war dies nach der geltenden Rechtslage nicht klar. Daher soll dies unter Verweis auf das allgemeine Schadenersatzrecht klargestellt werden.

Sanktionen: Daneben sieht die Novelle der UGP-RL ein neues Sanktionenregime vor, sodass nunmehr bei der Verhängung von Sanktionen im Rahmen von koordinierten Aktionen nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004, ABl. Nr. L 345 vom 27.12.2017 S. 1, bei weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension Geldbußen von bis zu 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers verhängt werden können. Diese Vorgabe ist auch im UWG umzusetzen. Hauptinstrument bei der Verfolgung von unlauteren Geschäftspraktiken soll jedoch weiterhin die Unterlassungsklage nach § 14 UWG sein.

Über die Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie hinaus wird eine Diskrepanz zwischen UWG und Telekommunikationsgesetz 2021 – TKG 2021, BGBl. I Nr. 190/2021, beseitigt, und zwar, dass die Anbieter nach dem TKG 2021 zwar das Geburtsdatum, nicht aber die Anschrift des Teilnehmers feststellen müssen, nach § 14a UWG hingegen bislang nur die Anschrift bekanntzugeben ist. Dadurch wird die Rechtsverfolgung nach dem UWG erleichtert und die Rechtssicherheit verbessert.

Im PrAG sind in Umsetzung der neuen Vorgaben in der Preisangaben-RL Regelungen für Preisermäßigungen zu ergänzen, sodass hinkünftig bei Rabatten auch der vorherige niedrigste Preis, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal angewendet wurde, anzugeben ist. Daneben wird die Preisangaben-RL idF der Modernisierungsrichtlinie um beispielhafte Kriterien für die Sanktionsfestlegung ergänzt. Einer gesonderten nationalen Umsetzung bedarf es aufgrund der Bestimmungen im PrAG iVm dem Verwaltungsstrafgesetz – VStG, BGBl. Nr. 52/1991, in der jeweils geltenden Fassung, nicht.

#### **Kompetenzgrundlage:**

Die Zuständigkeit des Bundes zur Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 und des Preisauszeichnungsgesetzes ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 6 („Zivilrechtswesen“) und Z 8 B-VG („Angelegenheiten des Gewerbes und der Industrie“, „Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes“).

#### **Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:**

Keine.

## Besonderer Teil

### Zu Artikel 1 (Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb 1984)

#### Zu Z 1 (§ 1 Abs. 1):

Gemäß § 1 Abs. 1 soll ein Unternehmer, der eine unlautere Geschäftspraktik anwendet, bei Verschulden auf Schadenersatz, sofern dies in § 16 vorgesehen ist, in Anspruch genommen werden können. Die Anspruchsgrundlagen finden sich somit nunmehr für Verbraucher in § 16 Abs. 1 und für Unternehmer in § 16 Abs. 2. Der Einschub in § 1 Abs. 1 soll Klarstellungen zur Struktur treffen und so künftig Auslegungsfragen vermeiden.

#### Zu Z 2 und 3 (§ 1 Abs. 4):

Gemäß Art. 3 Z 1 lit. a der Modernisierungsrichtlinie soll die Definition „Produkt“ in Art. 2 Abs. 1 lit. c der UGP-RL in Zukunft auch digitale Dienstleistungen und digitale Inhalte umfassen. Hinsichtlich der Definition dieser beiden Begriffe ist auf den geplanten § 3 Z 5 und 6 FAGG idF des MoRUG I, weshalb von einer Übernahme dieser Definitionen ins UWG abgesehen werden kann. Gemäß EG 30 der Modernisierungsrichtlinie umfassen digitale Inhalte eine einmalige Bereitstellung, eine Reihe einzelner Bereitstellungen sowie eine fortlaufende Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum. Als Beispiel für eine fortlaufende Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum wird das Streaming eines Videoclips unabhängig von der tatsächlichen Abspieldauer der audiovisuellen Datei genannt. Als Beispiele für digitale Dienstleistungen werden Dienste zur gemeinsamen Nutzung von Video- oder Audioinhalten und andere Formen des Filehostings, Textverarbeitung oder Spiele, die in der Cloud angeboten werden, Cloud-Speicher, Webmail, soziale Medien und Cloud-Anwendungen aufgelistet. Daneben sollen in Umsetzung von Art. 3 Z 1 lit. b der Modernisierungsrichtlinie (Art. 2 Abs. 1 lit. m und n der UGP-RL) Definitionen über „Ranking“ und „Online-Marktplatz“ in § 1 Abs. 4 Z 9 und 10 aufgenommen werden. Die im Rahmen eines Rankings vorgenommene Hervorhebung von Produkten kann gemäß EG 19 der Modernisierungsrichtlinie beispielsweise durch die Verwendung von algorithmischer Sequenzierung, von Beurteilungs- oder Bewertungsmechanismen oder durch visuelle Hervorhebung oder andere Hervorhebungsinstrumente oder eine Kombination davon erfolgen. Die Definition von Online-Marktplätzen setzt voraus, dass der Anbieter von einem solchen, über diesen zumindest auch Dritten das Anbieten von Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher ermöglicht. Es schadet nicht, wenn der Anbieter des Online-Marktplatzes auch selbst Waren oder Dienstleistungen anbietet. Keine Online-Marktplätze im Sinne dieser Definition sind Web-Shops von Unternehmen, in denen ausschließlich eigene Waren oder Dienstleistungen angeboten werden. Ebenfalls nicht erfasst sind Preisvergleichsseiten oder Bewertungsportale, die auf Angebote hinweisen, bei denen die Verbraucher für einen Vertragsabschluss auf die Internetseite eines anderen Anbieters weitergeleitet werden.

#### Zu Z 4 (§ 2 Abs. 2):

Es handelt sich um eine redaktionelle Anpassung aufgrund der Erweiterung des Anhangs zum UWG.

#### Zu Z 5 (§ 2 Abs. 3):

Gemäß Art. 3 Z 3 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 6 Abs. 2 lit. c der UGP-RL) soll die identische Vermarktung einer Ware in mehreren Mitgliedstaaten der Europäischen Union trotz wesentlicher Unterschiede in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen als irreführend gelten, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände geeignet ist, einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er ansonsten nicht getroffen hätte („Dual Quality“). Der Anwendungsbereich der Bestimmung ist auf Waren beschränkt, Dienstleistungen und digitale Inhalte sind nicht umfasst. Für den Begriff „Waren“ ist die Definition in Art. 2 Z 5 der RL (EU) 2019/771 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG, ABl. L 136 vom 22.5.2019 S. 28, analog anzuwenden. Eine Irreführung liegt nach der Modernisierungsrichtlinie dann nicht vor, wenn die Unterschiede durch legitime und objektive Faktoren gerechtfertigt sind. Eine Umsetzung dieser Bestimmung soll in § 2 Abs. 3 Z 3 erfolgen.

Als legitime und objektive Faktoren zur Rechtfertigung von Unterschieden gelten beispielsweise Vorgaben des nationalen Rechts, Verfügbarkeit oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, freiwillige Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln sowie die Anpassung von Waren derselben Marke an unterschiedliche geografische Märkte (vgl. EG 53 der Modernisierungsrichtlinie). Es handelt sich in EG 53 der Modernisierungsrichtlinie um eine demonstrative Auflistung rechtfertigender Faktoren, weshalb auch weitere Faktoren wie Verbraucherpräferenzen oder unterschiedliche klimatische Rahmenbedingungen zur Rechtfertigung von Unterschieden herangezogen werden können. Daneben sollen Unternehmer weiterhin berechtigt sein, Waren derselben Marke in

Verpackungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten. Zudem liegt eine Irreführung dann nicht vor, wenn die Unterschiede für Verbraucher leicht zu erkennen sind bzw. diese über die Unterschiede informiert wurden, z. B. durch Bereitstellung von Informationen auf dem Etikett. Dass Verbraucher, die sich in ihrer Kaufentscheidung nach der Zusammensetzung der Erzeugnisse richten, zunächst das Zutatenverzeichnis lesen, hat auch der EuGH bereits in zwei lebensmittelspezifischen Entscheidungen ausgesprochen (EuGH 26.10.1995, C-51/94, Kommission/Deutschland; EuGH 4.4.2000, C-465/98, Darbo). In diesen Entscheidungen hält der EuGH fest, dass Angaben im Zutatenverzeichnis grundsätzlich geeignet sind, einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher ordnungsgemäß zu informieren. Verbraucher können über mögliche Unterschiede aber auch auf andere Weise informiert werden, die es ihnen ermöglicht, auf die nötigen Informationen zuzugreifen.

Die gegenständliche Vorschrift richtet sich in erster Linie an diejenigen Unternehmer, die über Rezeptur und Eigenschaften der Ware sowie deren Verpackung bzw. Vermarktung entscheiden. Es wird sich dabei vorrangig um den Hersteller der Ware handeln, dies kann der Lieferant sein, aber auch der Händler beispielsweise im Falle von Eigenmarken.

Ob eine Irreführung tatsächlich vorliegt oder diese aufgrund legitimer und objektiver Faktoren ausgeschlossen werden kann, unterliegt jedenfalls einer Einzelfallprüfung. Für einen Vergleich mit anderen Mitgliedstaaten sind aufgrund des in der Modernisierungsrichtlinie gewählten Wortlautes mindestens zwei andere Mitgliedstaaten heranzuziehen.

#### **Zu Z 6 und 7 (§ 2 Abs. 6):**

Gemäß Art. 3 Z 4 lit. a i) der Modernisierungsrichtlinie soll die Informationspflicht über „Verfahren zum Umgang mit Beschwerden“ in Art. 7 Abs. 4 lit. d der UGP-RL entfallen, da diese Information laut den Ergebnissen der von der Europäischen Kommission 2017 durchgeführten Eignungsprüfung des Verbraucher- und Marketingrechts in der vorvertraglichen Phase, die in der VRRRL geregelt ist, am relevantesten ist (vgl. EG 40 der Modernisierungsrichtlinie). Zu beachten ist daher, dass sich der Entfall dieser Informationspflicht nur auf die Aufforderung zum Kauf in der Werbephase bezieht. In der späteren, vorvertraglichen Phase sind derartige Informationen nach der VRRRL (sowie auf nationaler Ebene nach § 4 Abs. 1 Z 7 FAGG) weiterhin zu erteilen. In Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie soll in § 2 Abs. 6 Z 5 eine entsprechende Anpassung erfolgen.

Sofern Produkte auf einem Online-Marktplatz angeboten werden, soll gemäß Art. 3 Z 4 lit. a ii) der Modernisierungsrichtlinie (Art. 7 Abs. 4 lit. f der UGP-RL) künftig von dem Anbieter des Online-Marktplatzes darüber informiert werden, ob es sich bei dem Dritten, der die Produkte anbietet, um einen Unternehmer handelt oder nicht. Grund dafür ist, dass es für Verbraucher, die einen Online-Marktplatz nutzen, möglicherweise nicht klar ersichtlich ist, wer ihre Vertragspartner sind und inwiefern ihre Rechte und Pflichten berührt werden (vgl. EG 24 der Modernisierungsrichtlinie). Grundlage dieser Information soll die Erklärung des Drittanbieters gegenüber dem Betreiber des Online-Marktplatzes sein. Den Betreiber des Online-Marktplatzes selbst soll dabei keine Verpflichtung treffen, Nachforschungen zu betreiben, um den Rechtsstatus des Drittanbieters zu überprüfen (vgl. EG 28 der Modernisierungsrichtlinie). Somit besteht die Pflicht des Betreibers des Online-Marktplatzes darin, die Selbsteinstufung durch den Drittanbieter zu verlangen und auf Basis dieser die Verbraucher zu informieren. In Entsprechung der Modernisierungsrichtlinie soll § 2 Abs. 6 um diese Informationspflicht ergänzt werden (siehe neue Z 7). Für die vorvertragliche Phase soll mit dem geplanten § 4a Abs. 1 Z 2 FAGG idF des MoRUG I eine vergleichbare Informationspflicht eingeführt werden. Nach dem geplanten § 19 Abs. 1a FAGG droht dem Betreiber des Online-Marktplatzes bei einem Verstoß nach dem FAGG auch eine Verwaltungsstrafe.

#### **Zu Z 8 (§ 2 Abs. 6a und 6b):**

Zu Abs. 6a:

Gemäß Art. 3 Z 4 lit. b der Modernisierungsrichtlinie (Art. 7 Abs. 4a der UGP-RL) sollen zukünftig auch folgende allgemeine Informationen auf einer Online-Benutzeroberfläche als wesentlich gelten, wenn Verbraucher die Möglichkeit haben, mithilfe eines Stichworts, einer Wortgruppe oder einer anderen Eingabe nach Produkten zu suchen, die von verschiedenen Unternehmern oder von Verbrauchern angeboten werden: die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings der dem Verbraucher als Ergebnis seiner Suchanfrage präsentierten Produkte sowie deren relative Gewichtung im Vergleich zu anderen Parametern. Derartige Informationen sind für Verbraucher unmittelbar und leicht zugänglich, d.h. an gut sichtbarer Stelle, und in knapper Form (z.B. durch Hyperlinks) zu erteilen (vgl. auch EG 22 der Modernisierungsrichtlinie).

Von dieser Informationspflicht sind gemäß EG 22 der Modernisierungsrichtlinie all jene Unternehmer umfasst, die Verbrauchern die Möglichkeit bieten, nach Waren oder Dienstleistungen, wie z. B. Reisen,

Unterkünften oder Freizeitaktivitäten, zu suchen, die von anderen Unternehmern oder Verbrauchern angeboten werden. Die Informationspflicht gilt daher über Online-Marktplätze hinaus auch für andere Vermittlungsdienste, wie z. B. Vergleichsplattformen, unabhängig davon, ob eine Möglichkeit zum Vertragsabschluss geboten wird oder nicht. Webshops von Unternehmern, die nur eigene Produkte anbieten, sind jedoch nicht umfasst. Online-Suchmaschinen im Sinne des Art. 2 Z 6 der Verordnung (EU) Nr. 2019/1150 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten, ABl. L 186 vom 11.7.2019 S. 57, müssen bereits nach dieser Verordnung bereits vergleichbare Transparenzanforderungen erfüllen (vgl. Art. 5 Abs. 2), in dem sie verpflichtet sind, die Hauptparameter, die einzeln oder gemeinsam für die Festlegung des Rankings am wichtigsten sind, und ihre relative Gewichtung darzustellen, indem sie in ihren Online-Suchmaschinen klar und verständlich formulierte Erläuterungen bereitstellen, die leicht und öffentlich verfügbar sind.

Als Parameter für das Ranking gelten alle allgemeinen Kriterien, Prozesse und spezifischen Signale, die in Algorithmen eingebunden sind, oder sonstige Anpassungs- oder Rückstufungsmechanismen, die im Zusammenhang mit dem Ranking eingesetzt werden. Unternehmer sind jedoch nicht verpflichtet, die Funktionsweise ihrer Ranking-Systeme, einschließlich der Algorithmen, im Detail offenzulegen. Die Bestimmungen der Richtlinie (EU) 2019/943 über den Schutz vertraulichen Know-hows und vertraulicher Geschäftsinformationen (Geschäftsgeheimnisse) vor rechtswidrigem Erwerb sowie rechtswidriger Nutzung und Offenlegung, ABl. L 157 vom 15.6.2016 S. 1, bleiben unberührt. Unternehmer sollen im Rahmen dieser Informationspflicht eine allgemeine Beschreibung der Hauptparameter für das Ranking bereitstellen, in der die voreingestellten Hauptparameter für das Ranking sowie ihre relative Gewichtung im Verhältnis zu anderen Parametern erläutert werden. Die Beschreibung muss jedoch nicht in einer jeweils auf die einzelne Suchanfrage zugeschnittenen Form bereitgestellt werden (vgl. EG 21 und 23 der Modernisierungsrichtlinie).

Eine vergleichbare Informationspflicht ist nach Art. 6a der VRRL (Art. 4 Z 5 der Modernisierungsrichtlinie) auch für Anbieter von Online-Marktplätzen in der vorvertraglichen Phase vorgesehen, die im geplanten § 4a Abs. 1 Z 1 FAGG idF des MoRUG I umgesetzt werden soll. Daneben gelten die sonstigen Informationspflichten des FAGG. Des Weiteren ist nach Z 11a des Anhangs zur UGP-RL (Art. 3 Z 7 lit. a der Modernisierungsrichtlinie) die verdeckte Werbung in Suchergebnissen ohne Offenlegung verboten (siehe Erläuterungen zu Z 11a des Anhangs). Die entsprechende Umsetzung von Art. 7 Abs. 4a der UGP-RL soll in § 2 Abs. 6a erfolgen.

Zu Abs. 6b:

Bewertungen und Empfehlungen von anderen Verbrauchern gewinnen bei Kaufentscheidungen zunehmend an Bedeutung und werden zu einem wichtigen Entscheidungskriterium. Schätzungen zufolge ist jedoch rund ein Drittel aller im Internet verfügbaren Verbraucherbewertungen gefälscht. Der Erwerb gefälschter Verbraucherbewertungen ist zwar rechtswidrig, jedoch nicht leicht nachzuweisen (vgl. AK Wien, Studie: Online-Bewertungen, Informationen zu rechtlichen Fragen rund um Bewertungsplattformen, Wien, Juni 2020, S. 7).

Für den Fall, dass Unternehmer solche Verbraucherbewertungen im Zusammenhang mit konkreten Produkten zugänglich machen, sollen daher Informationen darüber, ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen darüber von Verbrauchern stammen, welche die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben, gemäß Art. 3 Z 4 lit. c der Modernisierungsrichtlinie (Art. 7 Abs. 6 der UGP-RL) als wesentlich gelten. Diese neue Informationspflicht soll in § 2 Abs. 6b des Entwurfs umgesetzt werden. Verbraucher sollen darüber informiert werden, ob vor Veröffentlichung von Verbraucherbewertungen im Zusammenhang mit Produkten Maßnahmen zur Überprüfung ihrer Echtheit getroffen werden. Wenn derartige Maßnahmen ergriffen werden, soll der Unternehmer auch Informationen darüber bereitstellen, wie die entsprechenden Prüfungen ablaufen. Den Verbrauchern sollen eindeutige Informationen darüber zur Verfügung stehen, wie mit Bewertungen umgegangen wird, etwa ob alle Bewertungen — positive wie negative — veröffentlicht werden oder ob diese Bewertungen im Wege eines Vertragsverhältnisses mit einem Unternehmer gesponsert oder beeinflusst wurden (vgl. EG 47 der Modernisierungsrichtlinie). Zu einer Prüfung der Verbraucherbewertung selbst ist der Unternehmer nicht verpflichtet. Die Informationspflicht gilt nicht für andere Arten von Bewertungen, die mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produktes nicht zusammenhängen, wie z.B. soziale Verantwortung oder Beschäftigungsbedingungen eines Unternehmers.

Ergänzt wird die Informationspflicht durch die neue Z 23b des Anhangs zur UGP-RL (Art. 3 Z 7 lit. b der Modernisierungsrichtlinie), demnach die Behauptung, dass Bewertungen eines Produktes von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass angemessene und verhältnismäßige Schritte unternommen wurden, um zu prüfen, ob die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen, verboten ist. Um mögliche Diskrepanzen zwischen § 2 Abs. 6b und Z 23b des

Anhangs hintanzuhalten, ist klarzustellen, dass das bloße Zugänglichmachen von Verbraucherbewertungen von Produkten im Sinne dieser Bestimmung weder gleichzusetzen mit einer Behauptung im Sinne der Z 23b des Anhangs, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ist, noch eine solche Behauptung dadurch impliziert wird. Weiters wird die Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern bzw. die Erteilung des Auftrags an andere juristische oder natürliche Personen, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern abzugeben, sowie die falsche Darstellung von Verbraucherbewertungen oder Empfehlungen in sozialen Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung als neue Z 23c in den Anhang zur UGP-RL (Art. 3 Z 7 lit. b der Modernisierungsrichtlinie) aufgenommen und stellt daher ebenfalls eine verbotene irreführende Geschäftspraktik dar.

Diese Bestimmungen über Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern berühren jedoch nicht die übliche und rechtmäßige Werbepraxis, übertriebene oder nicht wörtlich zu nehmende Behauptungen aufzustellen (vgl. EG 48 der Modernisierungsrichtlinie).

**Zu Z 9 (§§ 2a Abs. 3, § 7 Abs. 1, § 13 und § 34 Abs. 3 erster Satz) und Z 10 (§ 9 Abs. 2):**

Durch die Neufassung des § 16 sollen Schadenersatzansprüche eines Unternehmers nach diesem Bundesgesetz künftig auf § 16 Abs. 2 verweisen.

**Zu Z 11 (§ 9c):**

Bei § 9c handelt es sich um ein per-se-Verbot betreffend den Verkauf gegen Vorlage von Einkaufsausweisen, Berechtigungsscheinen und dergleichen an Verbraucher. Ein solches per se Verbot ist aufgrund der vollharmonisierenden Wirkung der per-se-Verbote im Anhang der UGP-RL nicht unionsrechtskonform. Auch wurde im Begutachtungsverfahren durch die Österreichische Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz (ÖV) auf die mangelnde praktische Relevanz der Bestimmung hingewiesen. Daher hat die Aufhebung dieser Bestimmung zu erfolgen.

**Zu Z 12 (§ 14):**

Es handelt sich hierbei um eine redaktionelle Anpassung, da § 9c entfällt.

**Zu Z 13 (§ 14a Abs. 1):**

Seit 1. September 2019 müssen Handywertkarten gemäß § 166 Abs. 2 TKG 2021, BGBl. I Nr. 190/2021, vor Durchführung des Vertrages bzw. der erstmaligen Wiederaufladung registriert werden. Hierzu ist durch oder für den Anbieter die Identität des Teilnehmers zu erheben und sind die zur Identifizierung des Teilnehmers erforderlichen Stammdaten (§ 160 Abs. 3 Z 5 lit. a (Name), b (akademischer Grad) und g (Geburtsdatum) TKG 2021) anhand geeigneter Identifizierungsverfahren zu registrieren. Eine Anschrift des Teilnehmers ist für diese Registrierung nach dem TKG 2021 nicht anzugeben. Der Auskunftsanspruch nach § 14a Abs. 1 erstreckt sich derzeit auf den Namen und die Anschrift von Nutzern, nicht jedoch auf das Geburtsdatum. Es besteht daher eine Diskrepanz, dass die Anbieter nach dem TKG 2021 zwar das Geburtsdatum, nicht aber die Anschrift des Teilnehmers feststellen müssen, nach dem UWG hingegen die Anschrift bekanntzugeben ist, nicht aber das Geburtsdatum. In der Praxis hat dieser Unterschied bereits zu dem Fall geführt, dass von einem Anbieter das von ihm registrierte Geburtsdatum des Teilnehmers unter Hinweis auf die fehlende Verpflichtung nach dem UWG nicht bekanntgegeben wurde, obwohl anhand des Geburtsdatums auch die Anschrift im Zentralen Melderegister abgefragt werden hätte können. Die Kenntnis der Anschrift ist eine wesentliche Voraussetzung für die Rechtsverfolgung nach dem UWG, da bei Wettbewerbsverstößen wie Gewerbeübertretungen, Schwindelangeboten und irreführenden Kundenwerbungen häufig Handywertkarten bzw. Prepaid-Karten verwendet werden. Mit der Ergänzung in § 14a Abs. 1 soll die bestehende Regelungslücke geschlossen werden, um einen umfassenden Auskunftsanspruch zu schaffen und damit die Rechtsverfolgung in der Praxis zu erleichtern. Ferner wird mit der Ergänzung des Geburtsdatums Rechtssicherheit für den Fall geschaffen, dass eine Verweigerung der Bekanntgabe des Geburtsdatums des Teilnehmers auf datenschutzrechtliche Bedenken zurückzuführen wäre.

**Zu Z 14 (§ 16):**

Gemäß Art. 3 Z 5 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 11a der UGP-RL) sollen Verbraucher, die durch unlautere Geschäftspraktiken geschädigt wurden, Zugang zu angemessenen und wirksamen Rechtsbehelfen, einschließlich Schadenersatz und gegebenenfalls Preisminderung oder Vertragsbeendigung, haben. Bei der Ausgestaltung dieser Rechtsbehelfe besteht ein Ermessensspielraum für die Mitgliedstaaten, insbesondere bei der Regelung der Voraussetzungen für die Anwendung und der Folgen der Rechtsbehelfe. So können Mitgliedstaaten beispielsweise, und sofern passend, die Schwere und Art der unlauteren Geschäftspraktik, den dem Verbraucher entstandenen Schaden sowie weitere relevante Umstände, wie z.B. Fehlverhalten oder Vertragsverstoß des Unternehmers (vgl. EG 16 der Modernisierungsrichtlinie), berücksichtigen.

Nach der bestehenden Rechtslage stehen Verbrauchern bereits Rechtsbehelfe zur Beseitigung der Folgen unlauterer Geschäftspraktiken zur Verfügung. Zu erwähnen seien Ansprüche aus culpa in contrahendo, dem Gewährleistungsrecht, Vertragsanfechtung wegen Irrtum oder List sowie § 5c KSchG zur Verbindlichkeit von Gewinnzusagen. Im Rahmen des Gewährleistungsrechts sind auch nach der geltenden Rechtslage bei der Beurteilung, ob eine Sache dem Vertrag entspricht, bereits öffentliche Äußerungen des Übergebers oder des Herstellers, vor allem in der Werbung und in den der Sache beigefügten Angaben, z.B. Produktinformation auf der Verpackung, einzubeziehen. Der Übergeber haftet somit auch für öffentliche Äußerungen des Herstellers, es sei denn, er kannte sie nicht bzw. hätte sie nicht kennen können, sie wurden bei Vertragsabschluss berichtigt oder sie haben den Vertragsabschluss nicht beeinflusst (vgl. § 922 Abs. 2 ABGB). Aufgrund des hohen Niveaus des Verbraucherschutzes im Zivilrecht bestehen daher für die Praxis kaum relevante Schutzlücken, die durch diese Regelung in der UGP-RL idF der Modernisierungsrichtlinie geschlossen werden sollen (vgl. *Kodek/Leupold*, Modernisierung des Verbraucherrechts – ausgewählte Auslegungsfragen und Umsetzungsoptionen der Omnibus-Richtlinie (2021) 36). In der Literatur war das Bestehen eines solchen Anspruchs bislang umstritten und die Entscheidung des OGH (OGH 24.02.1998, 4 Ob 53/98t) wurde unterschiedlich interpretiert. Auch die während des Begutachtungsverfahrens veröffentlichte Entscheidung des OGH (OGH 16.12.2021, 4 Ob 49/21s) bestätigt nur, dass es dem Grunde nach einen Schadenersatzanspruch für Verbraucher gibt, ohne nähere Schlussfolgerungen über den Umfang zu treffen. Diesbezüglich wird von einem Anspruch auf Ersatz eines Vermögensschadens gesprochen.

Um die Schadenersatzansprüche im UWG systematisch zu gliedern, müsste eine größere Umstrukturierung erfolgen, welche aber für die Rechtsanwendung ein komplexeres Unterfangen wäre. Die Formulierungen zum Schadenersatz, insbesondere auch jene in § 1 und § 16, stammen aus dem Jahr 1923 (BGBl 531/1923), demnach einer Zeit, in der grundsätzlich nur dem Mitbewerber ein Schadenersatzanspruch zuerkannt wurde. § 16 in der geltenden Fassung entstammt ebenso der Urfassung aus 1923 und war auf den Schadenersatzanspruch eines Mitbewerbers ausgerichtet, wobei dessen Abs. 2 besonders auf Fälle von Herabsetzung von Unternehmen (§ 7), also Verletzungen wie Beleidigungen der Person des Geschädigten, von Relevanz schien. Judikatur dazu liegt nur sehr vereinzelt vor (z.B. OGH 10.10.1995, 4 Ob 49/95).

Durch die geplante Bestimmung in § 16 Abs. 1 mit dem Verweis auf die allgemeinen zivilrechtlichen Schadenersatzbestimmungen (§§ 1293 ff. ABGB) soll nunmehr Rechtssicherheit geschaffen werden. Der Schadenersatzanspruch umfasst alle unlauteren Geschäftspraktiken iSd § 1 Abs. 1 Z 2, welcher auf Art. 5 der UGP-RL basiert; er beinhaltet daher nicht die sonstigen unlauteren Handlungen iSd § 1 Abs. 1 Z 1.

Mit der Verweisung auf die allgemeinen Bestimmungen des Schadenersatzrechts ergibt sich, dass sofern in diesem Bundesgesetz keine anderen Regelungen getroffen werden, die generellen Voraussetzungen und Bestimmungen des Schadenersatzrechts wie das Bestehen eines Äquivalenz- und Adäquanzzusammenhangs sowie Verschulden zur Anwendung kommen. Die Verjährung richtet sich somit auch nach den allgemeinen Bestimmungen des § 1489 ABGB.

Der Anspruch beschränkt sich auf den positiven Schaden, der durch nach Z 1 bis 31 des Anhangs verpönte Geschäftspraktiken, sonst unlautere Geschäftspraktiken nach § 1 Abs. 1 Z 2 inklusive irreführender oder aggressiver Geschäftspraktiken sowie durch vergleichende Werbung entstanden ist. Sonstige Verstöße gegen die Generalklausel des § 1 sollen nach § 16 Abs. 1 nicht umfasst sein, da dies auch von der Modernisierungsrichtlinie nicht verlangt wird. Für das Vorliegen des Schadenersatzanspruchs nach § 16 Abs. 1 ist es erforderlich, dass im konkreten Einzelfall durch die Veranlassung einer bestimmten geschäftlichen Handlung, die andernfalls nicht getroffen worden wäre, ein individueller Schaden des betroffenen Verbrauchers entsteht. Inwiefern die unlautere Handlung als Motivation für die geschäftliche Entscheidung gedient hat, ist im Verfahren beispielsweise durch Befragung des Klägers glaubhaft zu machen.

Der Begriff der „geschäftlichen Entscheidung“ richtet sich nach der Definition in § 1 Abs. 4 Z 7 und wurde auch vom EuGH in der Entscheidung C-281/12 vom 19.12.2013 (Trento Sviluppo srl und Centrale Adriatica Soc. coop. arl gegen Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) dahingehend ausgelegt, dass alle Entscheidungen, die mit der Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts unmittelbar zusammenhängen, insbesondere auch die Entscheidung über das Betreten eines Geschäfts, grundsätzlich erfasst sein können. Des Weiteren kann nach der ständigen Rechtsprechung des OGH nur ein unmittelbar Geschädigter Schadenersatz verlangen (vgl. RS0022638).

Die Schadenersatzansprüche von Unternehmern, die geschädigt wurden, sind nunmehr gesammelt in Abs. 2 geregelt. Hinsichtlich des Umfangs ist dem Unternehmer der positive Schaden sowie der entgangene Gewinn zu ersetzen. Demnach gilt in diesen Fällen § 349 Unternehmensgesetzbuch – UGB, dRGBl. S 219/1897 (GBIÖ Nr. 86/1939), in der jeweils geltenden Fassung, sinngemäß auch für deliktische Verstöße. § 26e ist von dieser Regelung nicht erfasst, da dieser zurückgehend auf die Geschäftsgeheimnis-

RL (EU) 2016/943 Schadenersatzansprüche sowie deren Umfang bei Geschäftsgeheimnisverletzungen gesondert festlegt.

**Zu Z 15 (§ 18):**

Es handelt sich hierbei um eine redaktionelle Anpassung, da § 9c entfällt. Ebenso wird der Verweis auf § 16 in Entsprechung der neuen Systematik ergänzt.

**Zu Z 16 (§ 21):**

Es handelt sich um redaktionelle Anpassungen. Aufgrund des erstmaligen Verweises auf die Exekutionsordnung – EO, RGBl. Nr. 79/1896, in § 21 Abs. 1 ist das entsprechende Langzitat einzufügen. Aufgrund der neuen Systematik des Schadenersatzes ist in Abs. 3 ein angepasster Verweis auf § 16 Abs. 2 erforderlich.

**Zu Z 17 (§ 22 und 23):**

Gemäß Art. 3 Z 6 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 13 der UGP-RL) sind wirksame, verhältnismäßige und abschreckende Sanktionen von den Mitgliedstaaten vorzusehen. Bei der Verhängung dieser Sanktionen sollen, sofern zutreffend, bestimmte Kriterien, wie z.B. die Art, Schwere, Dauer und der Umfang des Verstoßes, berücksichtigt werden. Die Effektivität der bestehenden Sanktionen in Form der Unterlassungsklagen wird durch das Barometer zur Lage der Verbraucher („Consumer Conditions Scoreboard“, [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/consumers-conditions-scoreboard-2019\\_en\\_1.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/consumers-conditions-scoreboard-2019_en_1.pdf)) bestätigt. Die zuletzt im November 2019 veröffentlichte Version ergab, dass Österreich den zweitniedrigsten Prozentsatz bzw. niedrigsten Prozentsatz der Verbraucher in der EU-28 hat, die unlauteren Geschäftspraktiken bzw. anderen unzulässigen Praktiken ausgesetzt sind. Im Gegensatz zu dem im österreichischen und deutschen UWG vorgesehenen erfolgreichen Vollzug durch Unterlassungsklagen sieht die Modernisierungsrichtlinie im Fall von koordinierten Durchsetzungsmaßnahmen nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 bei bestimmten Verstößen gegen die UGP-RL die Möglichkeit zur Verhängung von Geldbußen vor, deren Höchstbetrag sich auf mindestens 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem (den) betreffenden Mitgliedstaat(en) belaufen soll. Sofern keine Informationen über den Jahresumsatz des Unternehmers verfügbar sind, soll der Höchstbetrag der Geldbuße mindestens zwei Millionen Euro betragen. Auf diese Weise soll eine einheitliche Sanktionierung von weitverbreiteten Verstößen nach Art. 3 Z 3 und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension nach Art. 3 Z 4 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 gewährleistet werden. Auch für die Einleitung einer koordinierten Umsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 ist das Vorliegen des begründeten Verdachts eines weitverbreiteten oder weitverbreiteten Verstoßes mit Unions-Dimension Voraussetzung.

Mitgliedstaaten sollen allerdings nach Art. 13 Abs. 3 der UGP-RL idF der Modernisierungsrichtlinie die Möglichkeit haben, die Verhängung von Geldbußen aus verfassungsrechtlichen Gründen auf folgende Verstöße zu beschränken: a) Verstöße gegen Art. 6, 7, 8 und 9 der UGP-RL sowie gegen Anhang I zur UGP-RL und b) die fortgesetzte Anwendung einer von einer Behörde oder einem Gericht als unlauter eingestuften Geschäftspraktik durch einen Unternehmer, wenn diese Geschäftspraktik nicht unter a) fällt.

Umgesetzt werden sollen diese Vorgaben in den neuen §§ 22 und 23, wobei eine behutsame Anpassung für diese speziellen Fälle von koordinierten Durchsetzungsmaßnahmen nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 erfolgen soll. Die Klage auf Unterlassung nach § 14 wird weiterhin Hauptinstrument bei der Verfolgung von unlauteren Geschäftspraktiken sein (vgl. auch EG 6 der Modernisierungsrichtlinie, der festhält, dass es den Mitgliedstaaten obliegt, über die Arten der zu verhängenden Sanktionen zu entscheiden).

**Zu § 22:**

Im Sinne einer EMRK- und verfassungskonformen Umsetzung ist bei den Strafbestimmungen darauf zu achten, dass dem Rechtsunterworfenen aus den Rechtsvorschriften klar ist, welcher Sachverhalt verboten und mit einer Strafe bedroht ist. Der Anwendungsbereich von § 22 soll sich daher in Umsetzung des Art. 13 Abs. 3 lit. a der UGP-RL auf jene aggressiven und irreführenden Geschäftspraktiken im UWG beschränken, die offensichtlich gegen Art. 6, 7, 8 und 9 verstoßen sowie dem Anhang zur UGP-RL widersprechen (Abs. 1). Es handelt sich daher um offensichtliche Verstöße gegen § 1a Abs. 1 bis 3 und § 2 oder den Anhang zum UWG. Der Anhang zum UWG ist aufgrund der expliziten Nennung in § 1a Abs. 3 sowie § 2 Abs. 2 in § 22 nicht erneut anzuführen. Die breite Generalklausel des § 1 ist von der Anwendung dieser Bestimmung nicht umfasst. Diese Einschränkung ist insbesondere aufgrund des allgemein geltenden Bestimmtheitsgebots, welches sich aus Art. 18 B-VG, Art. 49 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union, ABl. C 202 vom 7.6.2016 S. 389, und Art. 7 der Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten, BGBl. Nr. 210/1958, ableiten lässt, erforderlich und geboten. Nach dem Bestimmtheitsgebots müssen Normen das Erfordernis der Vorhersehbarkeit erfüllen und so klar formuliert

sein, dass jedermann sein Verhalten danach ausrichten kann (vgl. RS0122524). Art. 18 B-VG verlangt einen dem jeweiligen Regelungsgegenstand adäquaten Determinierungsgrad, der sich, nach dem Wortlaut, der Entstehungsgeschichte, dem Gegenstand und dem Zweck der jeweiligen Regelung richtet (vgl. u.a. VfGH 1.3.2018, G268-272/2017-9, VfSlg 19.700/2012 sowie VfSlg 8209/1977, 9883/1983, 12.947/1991). Daher muss dem Einzelnen die Möglichkeit gegeben werden, sich rechtskonform zu verhalten. Demnach muss der Rechtsunterworfenen in der Lage sein, sich den Inhalt einer Strafbestimmung bereits vor seinem Handeln zu vergegenwärtigen (vgl. auch VwGH 13.10.2010, Ro 2009/06/0189). Ob es sich tatsächlich um eine unlautere Geschäftspraktik handelt, wird im Einzelfall durch das Gericht festgestellt. Die Verhängung von Geldstrafen im Lauterkeitsrecht ist daher besonders heikel, wenn sich zum Zeitpunkt der Handlung nicht eindeutig sagen lässt, ob ein Verhalten gerade noch rechtmäßig oder schon rechtswidrig ist und keine ausreichende Vorhersehbarkeit gegeben ist. Es soll daher im Rahmen des § 22 auf offensichtlich aggressive oder irreführende Geschäftspraktiken abgestellt werden. Solche liegen dann vor, wenn es sich um einen so weit bestimmbaren Sachverhalt handelt, über den bereits in der Judikatur als aggressive oder irreführende Geschäftspraktik abgesprochen wurde oder nach der allgemeinen Rechtsauffassung von einem Verstoß ausgegangen werden kann. Auch der EGMR hält in seiner Judikatur zu Art. 7 EMRK fest, dass der Einzelne aus dem Wortlaut der maßgeblichen Bestimmung erkennen können muss, erforderlichenfalls mit Hilfe der Auslegung dieser Bestimmung durch die Gerichte, welche Handlungen und Unterlassungen strafbar sind (vgl. auch EGMR 25.5.1993, 3/1992/348/421).

Nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 sind im Rahmen einer koordinierten Aktion von den zuständigen Behörden alle erforderlichen Durchsetzungsmaßnahmen zu ergreifen, um die Einstellung oder Untersagung eines weitverbreiteten Verstoßes bzw. eines weitverbreiteten Verstoßes mit Unions-Dimension zu bewirken. Gegebenenfalls können Sanktionen, wie z.B. Geldbußen oder Zwangsgelder verhängt werden (vgl. Art. 21 Abs. 1 UAbs. 1). Die Verwaltungsübertretung nach § 22 Abs. 1 soll daher nur im Rahmen einer koordinierten Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 mit einer Geldstrafe bestraft werden können. Es gilt das VStG.

In § 22 Abs. 1 soll außerdem der Höchstbetrag der möglicherweise zu verhängenden Geldstrafe festgelegt werden. Dieser Höchstbetrag soll gemäß Art. 13 Abs. 3 der UGP-RL 4% des Jahresumsatzes des Unternehmers in dem oder in den von einem Verstoß betroffenen Mitgliedstaaten betragen. Es wird bei der Bemessung der Geldstrafe daher nicht auf den weltweiten Gesamtumsatz eines Unternehmers abgestellt. Sofern keine Informationen über den Jahresumsatz vorliegen, soll – wie in Art. 13 Abs. 4 der UGP-RL vorgesehen – der Höchstbetrag zwei Millionen Euro betragen.

In § 22 Abs. 2 sollen in Umsetzung des Art. 13 Abs. 2 der UGP-RL idF der Modernisierungsrichtlinie Kriterien festgeschrieben werden, die bei der Verhängung von Geldstrafen nach § 22 Abs. 1, sofern zutreffend, anzuwenden sind. Es handelt sich hierbei um eine demonstrative und beispielhafte Aufzählung. Dieser Kriterienkatalog soll gemäß EG 7 der Modernisierungsrichtlinie die einheitliche Verhängung von Sanktionen, insbesondere bei Verstößen innerhalb der Union, weitverbreiteten Verstößen und weitverbreiteten Verstößen mit Unions-Dimension im Sinne der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394, erleichtern. Dabei wird mit EG 8 der Modernisierungsrichtlinie klargestellt, dass diese Kriterien möglicherweise nicht in allen Fällen, insbesondere, wenn es sich um keine schwerwiegenden Verstöße handelt, relevant für eine Entscheidung über Sanktionen sind. Die Anwendung von Strafzumessungskriterien erscheint nur bei der Verhängung von geldwerten Sanktionen zweckmäßig, nicht jedoch bei Unterlassungsklagen nach § 14. Bei der Bemessung von Geldstrafen wird unter anderem auch auf andere erschwerende oder mildernde Umstände, wie beispielsweise auch auf die wirtschaftlichen Besonderheiten von KMU, Rücksicht zu nehmen sein.

Zu § 23:

Mit § 23 wird entsprechend von Art. 13 Abs. 3 lit. b der UGP-RL die Sanktionierung von Verstößen, die nicht unter Art. 13 Abs. 3 lit. a der UGP-RL fallen, auf einen wiederholten Verstoß abgestellt. Es handelt sich daher um trotz gerichtlicher Feststellung des Verstoßes wiederholte sonstige unlautere Geschäftspraktiken nach Art. 5 Abs. 2 der UGP-RL bzw. § 1 Abs. 1 Z 2, die im Rahmen von Durchsetzungsmaßnahmen nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 in den Fällen des Art. 3 Z 3 und Z 4 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 geahndet werden können. Die Bestrafung eines wiederholten Verstoßes kann im Sinne des Bestimmtheitsgebots leichter argumentiert werden. Wurde ein Verstoß im Rahmen eines Unterlassungsverfahrens nach dem VBKG oder einer früheren Entscheidung nach dem UWG bereits festgestellt, so ist dem Rechtsunterworfenen das verpönte Verhalten im Wiederholungsfall bekannt und es kann im Rahmen einer Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 Unterlassungsexekution geführt werden. Zu den verfassungsrechtlichen und EMRK-gebotenen Anforderungen der Determiniertheit von Strafbestimmungen siehe die Erläuterungen zu § 22.

Die Generalklausel des Art. 5 der UGP-RL, welche durch § 1 Abs. 1 Z 2 umgesetzt wurde, normiert nur sehr allgemein, dass unlautere Geschäftspraktiken verboten sind. Die Verhängung einer Geldstrafe soll in Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie erst nach erfolgreicher Klage oder nach einem rechtswirksamen gerichtlichen Vergleich auf Unterlassung gemäß § 14 UWG oder den §§ 7 und 7a VBKG im Wege der Unterlassungsexekution nach §§ 355ff EO, in der jeweils geltenden Fassung, möglich sein und dies auch ausschließlich im Rahmen einer Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394. Eine in einem Gerichtsverfahren erwirkte Unterlassungsverpflichtung oder ein Unterlassungsvergleich kann schon bisher nach § 355 EO zwangsvollstreckt werden. Anlässlich der Bewilligung der Exekution wird dabei schon nach geltendem Recht wegen eines jeden Zuwiderhandelns nach Eintritt der Vollstreckbarkeit des Exekutionstitels eine Geldstrafe nach § 359 EO verhängt. An diese bestehende Regelung soll angeknüpft werden. In Umsetzung der Modernisierungsrichtlinie ist der Strafraum für Geldstrafen, die im Wege einer Unterlassungsexekution im Rahmen einer Durchsetzungsmaßnahme nach Art. 21 der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 verhängt werden können, anzupassen. Das Recht zur Beantragung einer Exekution steht den Berechtigten aus dem Exekutionstitel zu, d.h. die nach § 14 UWG klagebefugten Einrichtungen bzw. das nach § 3 Abs. 1 Z 1 VBKG zuständige Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen können bei erneutem Verstoß einen Exekutionsantrag einbringen. Unabhängig davon bleibt es dem Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen unbenommen, sich nach § 7b VBKG an die Telekom-Control-Kommission zur Anordnung von Maßnahmen nach Maßgabe des Art. 9 Abs. 4 lit. g der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 zu wenden.

**Zu Z 18 (§ 26e Abs. 1):**

Die Anforderungen des Art. 14 Abs. 2 Satz 1 der Geschäftsgeheimnis-RL (EU) 2016/943, wonach auch der entgangene Gewinn und immaterielle Schaden ersetzt werden soll, werden nun in § 26e verankert, zumal § 16 eine neue Struktur erhalten soll. In § 26e ist daher der Umfang eines Schadenersatzanspruches bei Geschäftsgeheimnisverletzungen entsprechend der Geschäftsgeheimnis-RL (EU) 2016/943 festzulegen. Die Beurteilung der Billigkeit beim Ersatz des immateriellen Schadens betrifft sowohl das Bestehen des Anspruchs wie auch dessen Höhe. Bei der Prüfung des Anspruchs ist den besonderen Umständen des Falls Rechnung zu tragen, gegebenenfalls können dabei der Wert des Geschäftsgeheimnisses, die Maßnahmen, die zum Schutz des Geschäftsgeheimnisses getroffen wurden, das Verhalten des Rechtsverletzers bei Erwerb, Nutzung oder Offenlegung des Geschäftsgeheimnisses sowie die über wirtschaftlichen Faktoren hinausgehenden Folgen der rechtswidrigen Nutzung oder Offenlegung des Geschäftsgeheimnisses berücksichtigt werden.

**Zu Z 19 (§ 34 Abs. 3):**

Aufgrund der neuen Systematik des Schadenersatzes ist in Abs. 3 ein angepasster Verweis erforderlich.

**Zu Z 20 (§ 44 Abs. 13):**

Dieser Absatz enthält die Inkrafttretensbestimmung.

**Zu Z 21 (§ 45 Z 4):**

Die mit dieser Novelle umzusetzende Modernisierungsrichtlinie ist dem § 45 anzufügen. Ansonsten handelt es sich um eine redaktionelle Anpassung.

**Zu Z 22 (§ 46):**

Es handelt es sich um eine redaktionelle Ergänzung. Die sprachliche Gleichbehandlung gilt auch für die sonstigen personenbezogenen Bezeichnungen in den gesamten Erläuterungen.

**Zu Z 23 (Z 11a des Anhangs):**

Gemäß Art. 3 Z 7 lit. a der Modernisierungsrichtlinie (Z 11a des Anhangs zur UGP-RL) soll die Anzeige von Suchergebnissen aufgrund der Online-Suchanfrage eines Verbrauchers in bestimmten Fällen als irreführende Geschäftspraktik gelten. Dies dann, wenn etwaige bezahlte Werbung oder spezielle Zahlungen, die dazu dienen, ein höheres Ranking der jeweiligen Produkte im Rahmen der Suchergebnisse zu erreichen, nicht eindeutig offengelegt werden. Dieser Verbotstatbestand richtet sich daher gegen die verdeckte Beeinflussung eines Rankings durch erkaufte Platzierungen.

Online-Suchfunktionen können hierbei von unterschiedlichen Arten von Online-Anbietern bereitgestellt werden, darunter Vermittler wie Online-Marktplätze, Suchmaschinen und Vergleichswebsites. Sofern ein Unternehmer einen Anbieter einer Online-Suchfunktion unmittelbar oder mittelbar dafür bezahlt hat, dass ein Produkt im Rahmen der Suchergebnisse ein höheres Ranking erhält, sollte der Anbieter der Online-Suchfunktion die Verbraucher über diese Tatsache informieren. Diese Information soll in kurzer, einfach zugänglicher und verständlicher Weise erfolgen und in unmittelbarem Zusammenhang mit dem jeweiligen Suchergebnis präsentiert werden. Bezahlte Werbung oder spezielle Zahlungen, die dazu dienen, ein höheres Ranking eines Produktes zu erreichen, sind daher nur dann zulässig, wenn dies eindeutig offengelegt wird.

Eine mittelbare Bezahlung kann nach EG 20 der Modernisierungsrichtlinie beispielsweise dann vorliegen, wenn ein Unternehmer zusätzliche Verpflichtungen jeglicher Art gegenüber dem Anbieter der Online-Suchfunktion eingeht, die im konkreten Fall zu einem höheren Ranking führen. Als weitere Beispiele werden genannt: erhöhte Provision pro Transaktion sowie unterschiedliche Vergütungsregelungen, die gezielt zu einem höheren Ranking führen. Zahlungen für allgemeine Dienstleistungen wie Leistungsgebühren oder Mitgliedsbeiträge, die eine breite Palette an Funktionen abdecken, die der Anbieter der Online-Suchmaschine für den Gewerbetreibenden erbringt, gelten dann nicht als spezielle Zahlung für ein höheres Ranking, wenn sie nicht dazu bestimmt sind, ein höheres Ranking zu bewirken.

Dieser Verbotstatbestand soll auch auf nationaler Ebene dem Anhang zum UWG als neue Z 11a hinzugefügt werden und soll ergänzend zu der neuen Informationspflicht nach § 2 Abs. 6a gelten.

**Zu Z 24 (Z 23a, 23b und 23c des Anhangs):**

Zu Z 23a:

Stets als unlauter und daher verboten soll nach Art. 3 Z 7 lit. b der Modernisierungsrichtlinie (Z 23a des Anhangs zur UGP-RL) der Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen an Verbraucher gelten, wenn der Unternehmer diese Eintrittskarten unter Verwendung automatisierter Verfahren erworben hat, die dazu dienen, Beschränkungen in Bezug auf die Zahl der von einer Person zu erwerbenden Eintrittskarten oder andere für den Verkauf der Eintrittskarten geltende Regeln zu umgehen. Aus EG 50 der Modernisierungsrichtlinie geht hervor, dass es sich bei den Veranstaltungen speziell um Kultur- und Sportveranstaltungen handeln soll.

Mit diesem Verbot soll jenen Fällen entgegengetreten werden, in denen Unternehmer Eintrittskarten für Veranstaltungen an Verbraucher wiederverkaufen, die sie unter Verwendung von Software wie Bots erworben haben und durch die sie über die von dem Erstverkäufer auferlegten technischen Beschränkungen hinaus, Eintrittskarten kaufen oder andere technische Mittel umgehen, die der Erstverkäufer eingerichtet hat, um den Zugang zu Eintrittskarten für alle Personen zu gewährleisten (vgl. EG 50 der Modernisierungsrichtlinie). Bei Bots (abgeleitet von „Robots“) handelt es sich um Computerprogramme, die automatisiert sich wiederholende Aufgaben abarbeiten. Sie sind dabei nicht auf eine Interaktion mit einem menschlichen Benutzer angewiesen und können daher viel schneller als Menschen einfache, klar definierte Aufgaben, wie z. B. Produkte in einen Warenkorb legen, ausführen.

Der Verbotstatbestand soll als neue Z 23a dem Anhang zum UWG hinzugefügt werden. Von der Systematik des Anhangs im Allgemeinen unterscheidet sich dieses neue Verbot insofern, als die eigentliche unlautere Handlung zwischen zwei Unternehmern (Erstverkäufer und Wiederkäufer) stattfindet und erst beim Wiederverkauf Verbraucher betroffen sind.

Zu Z 23b und 23c:

Neben der neuen Informationspflicht in Art. 7 Abs. 6 der UGP-RL (§ 2 Abs. 6b) über Verbraucherbewertungen werden gemäß Art. 3 Z lit. b der Modernisierungsrichtlinie auch zwei neue Verbotstatbestände betreffend Bewertungen von Verbrauchern in den Anhang zur UGP-RL aufgenommen.

Gemäß Z 23b des Anhangs soll die Behauptung, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass angemessene und verhältnismäßige Schritte unternommen wurden, um zu prüfen, ob die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen, stets als unlauter gelten. Verboten ist eine solche Behauptung daher dann, wenn nicht entsprechende Prüfmaßnahmen von dem behauptenden Unternehmer gesetzt werden. Zu den zumutbaren und verhältnismäßigen Schritten zur Prüfung von Bewertungen zählen etwa technische Mittel zur Überprüfung der Glaubwürdigkeit einer Person, die eine Bewertung veröffentlicht, beispielsweise indem Informationen darüber angefordert werden, ob ein Verbraucher das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben hat (vgl. EG 47 der Modernisierungsrichtlinie).

Gemäß Z 23c des Anhangs soll zudem die Abgabe, insbesondere im Sinne der Veröffentlichung, gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern und die Erteilung des Auftrags an andere juristische oder natürliche Personen, gefälschte Bewertungen oder Empfehlungen von Verbrauchern abzugeben, sowie die falsche Darstellung von Verbraucherbewertungen oder Empfehlungen in sozialen Medien durch Unternehmer, bei denen es sich nicht speziell um Betreiber von Bewertungsplattformen handeln muss, verboten sein, wenn diese Praktiken zu Zwecken der Verkaufsförderung erfolgen (d.h. wenn der Unternehmer damit Werbung für seine Produkte machen will). Von diesem Verbot umfasst sind auch falsche Empfehlungen im Sinne von „Likes“ in sozialen Medien, z. B. wenn diese gekauft werden. Ferner sind jene Fälle von dem Verbot umfasst, in denen Verbraucher, die ein Produkt tatsächlich kaufen, für die Veröffentlichung positiver Bewertungen eine Vergütung erhalten.

Als Beispiele für eine falsche Darstellung im Sinne dieses Tatbestands werden in EG 49 der Modernisierungsrichtlinie folgende Praktiken genannt: Veröffentlichung ausschließlich positiver

Bewertungen, während negative gelöscht werden oder etwa eine Extrapolation von Empfehlungen. Eine solche liegt dann vor, wenn eine positive Interaktion eines Nutzers mit einem bestimmten Online-Inhalt mit einem anderen – wenn auch in Zusammenhang stehenden – Inhalt verknüpft oder auf diesen übertragen wird und dadurch der Anschein erweckt wird, der Nutzer befürworte auch den anderen Inhalt.

Wie bereits bei § 2 Abs. 6b klargestellt, berühren diese Verbote (Z 23b und 23c) jedoch nicht die übliche und rechtmäßige Werbepaxis, übertriebene oder nicht wörtlich zu nehmende Behauptungen aufzustellen (vgl. EG 48 der Modernisierungsrichtlinie).

## **Zu Artikel 2 (Änderung des Bundesgesetzes über die Auszeichnung von Preisen)**

### **Zu Z 1 (§ 9a):**

Gemäß Art. 2 Z 1 der Modernisierungsrichtlinie (Art. 6a der Preisangaben-RL) soll bei Preisermäßigungen nunmehr auch der vorherige Preis, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum verlangt hat, anzugeben sein. Zu den Modalitäten betreffend Auszeichnung des vorherigen Preises werden in Art. 6a der Preisangaben-RL konkrete Vorgaben gemacht. Erwägungsgründe zu dieser neuen Bestimmung sind der Modernisierungsrichtlinie nicht zu entnehmen, da diese der Modernisierungsrichtlinie erst im Laufe der Trilogverhandlungen zwischen der Europäischen Kommission, dem Rat der Europäischen Union und dem Europäischen Parlament hinzugefügt wurde. Gemäß dem Anwendungsbereich der Preisangaben-RL soll Art. 6a nur für Erzeugnisse, nicht auch für Dienstleistungen gelten. Umgesetzt werden soll diese Bestimmung in einem neuen § 9a.

Entsprechend der Modernisierungsrichtlinie soll nun vorgesehen werden, dass Unternehmer bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung für Sachgüter auch den vorherigen niedrigsten Preis anzugeben haben, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal und vom jeweiligen Unternehmer verlangt wurde. § 9a richtet sich an jenen Unternehmer, der im Sinne des § 1 Sachgüter verkauft oder zum Verkauf anbietet. Hingegen ist die neue Regelung nicht auf reine Vermittler anzuwenden, beispielsweise Online-Marktplätze, die Unternehmern lediglich die Möglichkeit bieten, ihre Sachgüter zu verkaufen, ohne selbst als Verkäufer aufzutreten oder im Auftrag eines anderen zu verkaufen. Ebenfalls vom Anwendungsbereich ausgenommen sind Preisvergleichsplattformen, die lediglich Informationen über die Preise anderer Verkäufer aggregieren und anzeigen. Umfasst sind sämtliche Vertriebskanäle, wie beispielsweise der stationäre Handel, der Online-Handel etc. Gerade zu Ausverkaufszeiten werden Preisermäßigungen schrittweise angewendet. In diesem Fall soll nicht der jeweils davor verlangte Preis als niedrigster Preis gelten. Stattdessen soll als niedrigster Preis der vorherige niedrigste Preis vor der ersten Anwendung der Preisermäßigung, der zumindest einmal in einem Zeitraum von 30 Tagen verlangt wurde, gelten.

Bei einer Preisermäßigung kündigt der Unternehmer an, dass der Preis eines Sachgutes im Vergleich zum Preis desselben Gutes in der Vergangenheit gesenkt wurde. Relevant soll daher der vorherige niedrigste Preis des konkreten Produktes im konkreten Vertriebskanal innerhalb der letzten 30 Tage sein. Diese Regelung berührt nicht die Dauer einer Preisermäßigung. Abweichungen von dem Zeitraum der letzten 30 Tage sollen dann möglich sein, wenn ein Sachgut weniger als 30 Tage am Markt ist (Abs. 2). Dies ist dann der Fall, wenn das Sachgut z.B. neu auf den Markt kommt, aber auch dann, wenn der konkrete Unternehmer das Sachgut erst weniger als 30 Tage anbietet. Wenn die Preisermäßigung durch eine allgemeine Ankündigung (beispielsweise minus 20% auf das gesamte Sortiment oder eine bestimmte Warengruppe) erfolgt, z.B. durch ein physisches Banner oder eine Online-Kommunikation, dann muss der vorherige Preis der einzelnen Sachgüter bei dieser allgemeinen Ankündigung nicht angegeben werden. Sachgüter sind in der Regel mit dem regulären, demnach mit dem vorherigen, Preis auf den Etiketten der jeweiligen Sachgüter im stationären Handel oder bei der Auszeichnung der Preise in Online-Shops ausgezeichnet. Sofern es sich dabei um den niedrigsten Preis, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen verlangt wurde, handelt, besteht für den Unternehmer kein weiterer Handlungsbedarf.

Preisvergleiche mit Preisen anderer Unternehmer oder mit unverbindlichen Verkaufspreisen sind von dieser Regelung nicht erfasst. Ebenso wenig sind etwa Preisvergleiche bei Mengenrabatten oder Koppelungsangebote (z.B. zwei zum Preis von einem) erfasst. Diese Praktiken sind jedoch weiterhin nach dem Irreführungstatbestand im UWG zu prüfen. Preisvergleiche im Vergleich zu den früheren Preisen dienen nur dann der Transparenz, wenn sie sich auch auf die Preise ein und desselben Unternehmers (z. B. Händler) in demselben Vertriebskanal (z. B. stationärer Handel, Vertrieb online, Vertrieb über Online-Plattformen) beziehen, weil dieser für die Preisbestimmung relevant ist und deshalb die Preise je nach Vertriebskanal auch unterschiedlich sein können. Auch allgemeine Marketingkommunikationen, bei denen der Unternehmer ganz besonders günstige Konditionen in den Vordergrund rückt, wie „bester Preis“ oder „niedrigster Preis“, sind von der Bestimmung nicht erfasst; ebenso wenig nicht angekündigte

Eröffnungspreise oder Sonderpreise. Ebenfalls nicht erfasste Praktiken sind angekündigte Ermäßigungen beispielsweise durch Kundenkarten, Treueprogramme oder Gutscheine, bei denen nicht genau identifizierte Produkte, sondern Produktkategorien zu einem ermäßigten Preis angeboten werden. Außerdem gilt § 9a nicht für echte personalisierte Preisermäßigungen, wie z.B. solche Preisermäßigungen, die sich aus einem vorherigen Kauf bei demselben Unternehmer ergeben (Bsp.: Der Verbraucher erhält bei seinem Einkauf einen Gutschein über 20% für den nächsten Einkauf, der bis zum Ende des Monats gültig ist.) oder auch Preisermäßigungen, die aus besonderem Anlass gewährt werden (z.B. zum Geburtstag, beim Beitritt zum Treueprogramm etc.).

Für schnell verderbliche Sachgüter und solche mit kurzer Haltbarkeit sollen Abs. 1 und 2 dann nicht anzuwenden sein, wenn die Preisermäßigung wegen des bevorstehenden Ablaufs des Mindesthaltbarkeitsdatums erfolgt. Hinsichtlich der Eigenschaft „schnell verderblich“ kann auf § 5b Z 4 des Bundesgesetzes zur Verbesserung der Nahversorgung und der Wettbewerbsbedingungen – FWBG, BGBl. Nr 339/1977, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 239/2021, der normiert, dass unter „verderblichen Agrar- und Lebensmittelzeugnissen“ jene Erzeugnisse, bei denen aufgrund ihrer Beschaffenheit oder auf ihrer Stufe der Verarbeitung davon auszugehen ist, dass sie innerhalb von 30 Tagen nach der Ernte, der Erzeugung oder der Verarbeitung nicht mehr zum Verkauf geeignet sind, verwiesen werden. Das Mindesthaltbarkeitsdatum ist gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. f iVm Art. 24 der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel, ABl. Nr. L 304 vom 22.11.2011 S. 18, in der Fassung der Verordnung (EU) Nr. 2015/2283, ABl. Nr. L 327 vom 11.12.2015 S. 1, bei Lebensmitteln anzugeben. Es handelt sich nach Art. 2 Abs. 2 lit. r der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 um das Datum, bis zu dem ein Lebensmittel bei richtiger Aufbewahrung seine spezifischen Eigenschaften behält. Diese nun vorgesehene Bestimmung soll den Aufwand der Unternehmer bei verderblichen Waren reduzieren und der Verschwendung noch genießbarer Lebensmittel wegen Mehraufwands vorbeugen.

#### **Zu Z 2 (§ 16 Abs. 3):**

Die Überwachung der Einhaltung der Preisauszeichnungspflicht obliegt gemäß § 16 den Bezirksverwaltungsbehörden, die hierzu besonders geschulte Organe heranziehen können. Den Preisauszeichnungskontrollorganen stehen dabei die Ermittlungsbefugnisse nach dem AVG und VStG, beispielsweise Vernehmungsbefugnisse, zu. Ferner dürfen bereits jetzt Geschäftsräume während der Öffnungszeiten betreten werden, um die zur Erfüllung ihrer Aufgabe notwendigen Erhebungen durchzuführen. Die Befugnisse sollen nun in Abs. 3 durch eine Unterstützungs- und Auskunftspflicht für Unternehmer konkretisiert werden. Daneben soll die Kontrollierbarkeit des neuen § 9a durch eine Verpflichtung zur Bereitstellung entsprechender Unterlagen gewährleistet werden.

Die Durchführung entsprechender Verwaltungsstrafverfahren nach § 15 obliegt den Bezirksverwaltungsbehörden, welche bei der Strafbemessung nach VStG vorgehen (§§ 19, 33a VStG) und hierbei die nach dem Zweck der Strafdrohung in Betracht kommenden Erschwerungs- und Milderungsgründe gegeneinander abwägen. Auch nach Art. 8 Abs. 2 der Preisangaben-RL idF der Modernisierungsrichtlinie sind bei der Verhängung von Sanktionen bestimmte Kriterien, sofern zutreffend, anzuwenden. Es handelt sich hierbei um eine demonstrative und beispielhafte Aufzählung. So können bei der Verhängung von Geldstrafen neben der Art, Schwere, des Umfangs und der Dauer des Verstoßes beispielsweise auch Maßnahmen des Unternehmers zur Minderung bzw. Beseitigung eines entstandenen Schadens, frühere Verstöße des Unternehmers oder bei Vorliegen entsprechender Daten aufgrund des Verstoßes erlangte finanzielle Vorteile oder vermiedene Verluste sowie auch Sanktionen, die gegen den Unternehmer für denselben Verstoß in grenzüberschreitenden Fällen in anderen Mitgliedstaaten verhängt wurden, berücksichtigt werden, sofern über letztere Informationen im Rahmen der Verbraucherbehördenkooperation nach der Verordnung (EU) Nr. 2017/2394 verfügbar sind. Derartige Kriterien können auch in Verwaltungsstrafverfahren nach dem VStG berücksichtigt werden, zumal § 19 VStG hinsichtlich der Erschwerungs- und Milderungsgründe offen formuliert ist. Einer gesonderten Umsetzung des Kriterienkatalogs aus Art. 8 Abs. 2 der Preisangaben-RL idF der Modernisierungsrichtlinie bedarf es aufgrund des bestehenden § 19 VStG, der überdies auf die sinngemäße Anwendung der §§ 32 bis 35 des Strafgesetzbuches – StGB, BGBl. Nr. 60/1974, verweist, nicht.

#### **Zu Z 3 (§ 17 Abs. 11):**

Dieser Absatz enthält die Inkrafttretensbestimmung.

#### **Zu Z 4 (§ 21):**

Der bisherige Text des § 21 hat die Absatzbezeichnung „(1)“ zu erhalten. Die mit dieser Novelle umzusetzende Modernisierungsrichtlinie ist dem § 21 in einem neuen Abs. 2 anzufügen. Ansonsten handelt es sich um eine redaktionelle Anpassung.

**Zu Z 5 (§ 22):**

Es handelt sich um eine redaktionelle Ergänzung.