

IX. Bürokratiekosten

Der Entwurf schafft in § 5a Abs. 2 und 3 UWG-E neue Informationspflichten im Sinne des Gesetzes zur Errichtung eines nationalen Normenkontrollrats (NKR-Gesetz).

B. Besonderer Teil

Zu Artikel 1

Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb

Zu Nummer 1 (§ 2 Abs. 1)

Zu Buchstabe a

In § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG-E wird der Begriff der Wettbewerbshandlung in dreifacher Hinsicht modifiziert.

Um zum Ausdruck zu bringen, dass als Wettbewerbshandlung nicht nur positives Tun, sondern auch Unterlassen in Betracht kommt, wird sie nicht als „Handlung“, sondern als „Verhalten“ qualifiziert.

Das nach dem UWG bisher maßgebliche subjektive Merkmal des Handelns zu Zwecken des Wettbewerbs, also das Erfordernis einer gezielten Absatzförderung, wird entsprechend der Definition der Geschäftspraktiken in Artikel 2 Buchstabe d der Richtlinie durch das ausschließlich an objektiven Kriterien zu messende Erfordernis eines unmittelbaren Zusammenhangs mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder mit der Erbringung oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen ersetzt. Der Gesichtspunkt der Unmittelbarkeit des Zusammenhangs mit der Absatzförderung usw. dient – ebenso wie die gezielte Absatzförderung im bisherigen Recht – dazu, weltanschauliches, wissenschaftliches, redaktionelles oder verbraucherpoltisches Marktverhalten aus dem Anwendungsbereich des Wettbewerbsrechts auszunehmen. So mag etwa eine redaktionelle Äußerung/mittelbar der Absatzförderung der erwähnten Waren oder Dienstleistungen dienen. Unmittelbar dient sie aber nur der Information der Leserschaft. *bzw. der die Anonymität der befragten Personen währenden Markt- und Meinungsforschung*

Andererseits können Maßnahmen wie z. B. Sponsoring und Image-Werbung nach wie vor in den Anwendungsbereich des Gesetzes fallen. Dies wird durch die Erwähnung von Sponsoring in § 5 Abs. 2 Nr. 4 UWG-E verdeutlicht und steht im Einklang mit Erwägungsgrund 7 der

oder eine Reichweitenforschung