



Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

ÖV-Experten-Scan, Wien 2022
Prof. Dr. Christian Alexander
Friedrich-Schiller-Universität Jena

Überblick

18.12.2019

DE

Amtsblatt der Europäischen Union

L 328/7

RICHTLINIEN

RICHTLINIE (EU) 2019/2161 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 27. November 2019

zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union

(Text von Bedeutung für den EWR)



3504

Bundesgesetzblatt Jahrgang 2021 Teil I Nr. 53, ausgegeben zu Bonn am 17. August 2021

Gesetz
zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht^{1, 2}

Vom 10. August 2021



Bundesgesetzblatt Jahrgang 2021 Teil I Nr. 79, ausgegeben zu Bonn am 23. November 2021

4921

Verordnung
zur Novellierung der Preisangabenverordnung¹

Vom 12. November 2021

Überblick

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

I. Ziele des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht

4

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

II. Definitionen, Irreführung und Transparenzanforderungen

6

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

III. Sanktionen/Ansprüche

11

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

IV. Influencer-Marketing

17

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

V. Fazit

22

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

I. Ziele des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht

I. Ziele des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes...



Umsetzung der Omnibus-RL



Influencer-Marketing



„Aufräumarbeiten“

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

II. Definitionen, Irreführung und Transparenzanforderungen

II. Definitionen, Irreführung und Transparenzanforderungen

Neue Definitionen

Begriffe	UWG (MoRUG II)	dUWG
Online-Marktplatz	§ 1 Abs. 4 Z 10	§ 2 Abs. 1 Nr. 6
Ranking	§ 1 Abs. 4 Z 9	§ 2 Abs. 1 Nr. 7



Neu: Alphabetische Sortierung
aller Definitionen

II. Definitionen, Irreführung und Transparenzanforderungen

Veränderte Struktur des Irreführungsschutzes

Irreführungen und Vorenthalten wesentlicher Informationen

§ 5 dUWG:
Irreführungsverbote

Vorenthalten wesentlicher Informationen
(= Irreführung durch Unterlassen)

§ 5a dUWG: Schutz der
Verbraucher und sonstigen
Marktteilnehmer

§ 5b dUWG: Wesentliche
Informationen gegenüber
Verbrauchern

II. Definitionen, Irreführung und Transparenzanforderungen

Neue Irreführungstatbestände und Transparenzanforderungen

Tatbestand	UWG (MoRUG II)	dUWG
Irreführende Vermarktung eines Produkts als identisch („dual quality“)	§ 2 Abs. 3 Z 3	§ 5 Abs. 3 Nr. 2
Wesentliche Informationen bei Online-Marktplätzen	§ 2 Abs. 6 Z 7	§ 5b Abs. 1 Nr. 6
Transparenz beim Ranking	§ 2 Abs. 6a	§ 5b Abs. 2
Transparenz bei Verbraucherbewertungen	§ 2 Abs. 6b	§ 5b Abs. 3

II. Definitionen, Irreführung und Transparenzanforderungen

Neue Tatbestände in der „Schwarzen Liste“

Tatbestand	Anhang UWG (MoRUG II)	Anhang dUWG
Verdeckte Werbung in Suchergebnissen	Z 11a	Nr. 11a
Wiederverkauf von Eintrittskarten	Z 23a	Nr. 23a
Irreführung über Echtheit von Verbraucherbewertungen	Z 23b	Nr. 23b
Gefälschte Verbraucherbewertungen	Z 23c	Nr. 23c
Zahlungsaufforderung bei Hausbesuchen	---	Nr. 32

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

III. Sanktionen/Ansprüche

III. Sanktionen/Ansprüche

Bußgeldsanktionen

§ 5c dUWG: Spezieller Verbotstatbestand für weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unions-Dimension iSd VO (EU) 2017/2394

§ 19 dUWG: Rechtsgrundlage für Bußgelder (Ordnungswidrigkeiten-Verfahren)

Zuständige Behörden: Bundesamt für Justiz (= Bundesoberbehörde im Geschäftsbereich des BMJ) sowie weitere Fachbehörden

III. Sanktionen/Ansprüche

Neuer Verbraucherschadensersatz (§ 9 Abs. 2 dUWG)

- Ausgangspunkt dUWG
 - 1986-2004: Individuelles Rücktrittsrecht für Abnehmer bei Irreführung (§ 13a dUWG a. F.)
 - Keine Anerkennung eines Individualanspruchs von Verbrauchern aus dem dUWG
 - Bis 27.05.2018: Nur Schadensersatzanspruch von Mitbewerbern (§ 9 Satz 1 dUWG a. F.)
 - Vorschriften des dUWG keine Schutzgesetze im Sinne des Deliktsrechts (§ 823 Abs. 2 BGB)
 - Amtliche Begründung zu früheren UWG-Novellen
 - Rechtsprechung, z. B. BGH, 05.11.2020 – I ZR 234/19 Rn. 65 – Zweitmarkt für Lebensversicherungen

III. Sanktionen/Ansprüche

Neuer Verbraucherschadensersatz (§ 9 Abs. 2 dUWG)

(2) Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach § 3 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt und hierdurch Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die sie andernfalls nicht getroffen hätten, ist ihnen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet. Dies gilt nicht für unlautere geschäftliche Handlungen nach den §§ 3a, 4 und 6 sowie nach Nummer 32 des Anhangs.

„Checkliste“

1. Nach § 3 dUWG unzulässige geschäftliche Handlung
 2. Kein Ausnahmereich (§ 9 Abs. 2 Satz 2 dUWG)
 3. Veranlassen zu einer geschäftlichen Entscheidung, die der Verbraucher andernfalls nicht getroffen hätte
 4. Verschulden des Unternehmers:
Vorsatz oder Fahrlässigkeit
 5. Gläubiger: Verbraucher
 6. Schuldner: Unlauter handelnde Person
- Rechtsfolge: Ersatz des entstandenen Schadens

III. Sanktionen/Ansprüche

Funktionsweise des § 9 Abs. 2 dUWG

- Eigenständige, neue (sonderdeliktische) Anspruchsgrundlage
- Verjährung: Ein Jahr (§ 11 Abs. 1 dUWG)
- Durchsetzung nach allgemeinen Regeln des Verfahrensrechts, insbesondere keine ausschließliche Zuständigkeit der Landgerichte (§ 14 Abs. 4 dUWG)
- Verbandsklage
 - Derzeit: Bündelung von Verfahren nur eingeschränkt möglich
 - Künftig: Änderungen durch Umsetzung der Verbandsklagen-RL 2020/1828
- Internationales
 - Anwendbares Recht: Art. 6 Abs. 1 Rom II-VO (unlauteres Wettbewerbsverhalten)
 - Zuständigkeit: Art. 7 Nr. 2 Brüssel Ia-VO (unerlaubte Handlung)

III. Sanktionen/Ansprüche

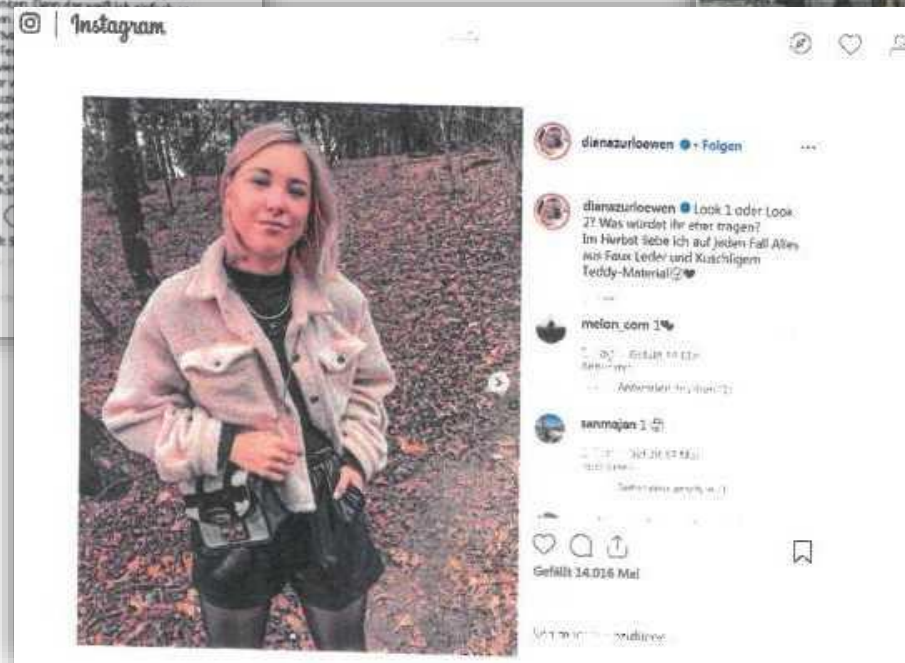
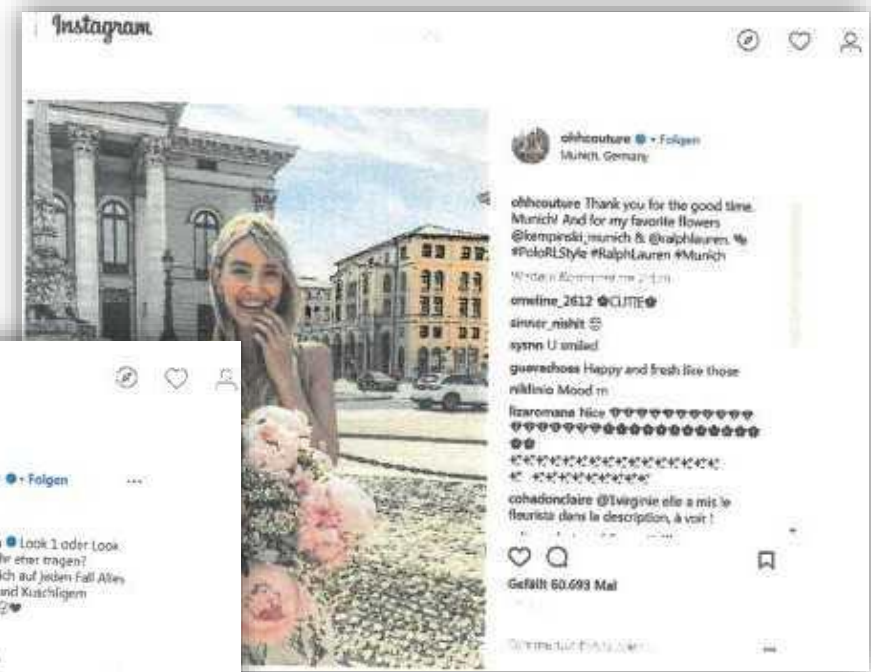
Welche Fragen werden bei § 9 Abs. 2 dUWG diskutiert?

- Ausschluss der Verletzung von Informationspflichten (§ 3a dUWG)
 - Ganz aktuell: Grundlegende Änderung der BGH-Rspr. zum Rechtsbruch: BGH, 07.04.2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II
- Unionsrechtlicher oder nationaler Schadensbegriff?
 - Freistellung vom Vertrag als Naturalherstellung?
 - Ersatz für immaterielle Beeinträchtigungen?
- Verhältnis zu vertraglichen und deliktischen Schadensersatzansprüchen der Verbraucher (Subsidiarität)?
- Abdingbarkeit des Anspruchs durch privatautonome Vereinbarung?

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

IV. Influencer-Marketing

IV. Influencer-Marketing



IV. Influencer-Marketing

Problematik: Erkennbarkeit des kommerziellen Charakters

- BMJ: Erster Regelungsvorschlag Februar 2020
- Rechtsprechung
 - BGH, 09.09.2021 – I ZR 90/20 – Influencer I
 - BGH, 09.09.2021 – I ZR 125/20 – Influencer II
 - BGH, 09.09.2021 – 126/20
 - BGH, 13.01.2022 – I ZR 35/21 – Influencer III



Wettlauf zwischen Gesetzgeber und BGH

IV. Influencer-Marketing

Gesetzliche Neuregelungen/Ergänzungen

§ 1 Abs. 2 dUWG

„Vorschriften zur Regelung besonderer Aspekte unlauterer geschäftlicher Handlungen gehen bei der Beurteilung, ob eine unlautere geschäftliche Handlung vorliegt, den Regelungen dieses Gesetzes vor.“

§ 2 Abs. 1 Nr. 2 dUWG

Geschäftliche Handlung: „jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen **unmittelbar und** objektiv zusammenhängt (...)“

IV. Influencer-Marketing

Gesetzliche Neuregelungen/Ergänzungen

§ 5b Abs. 4 dUWG

Unlauter handelt auch, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Ein kommerzieller Zweck liegt bei einer Handlung zugunsten eines fremden Unternehmens **nicht** vor, wenn der Handelnde kein Entgelt oder keine ähnliche Gegenleistung für die Handlung von dem fremden Unternehmen erhält oder sich versprechen lässt.

Der Erhalt oder das Versprechen einer Gegenleistung wird **vermutet**, es sei denn der Handelnde macht glaubhaft, dass er eine solche nicht erhalten hat.

Die Knackpunkte der Umsetzung der Omnibus-Richtlinie in Deutschland

V. Fazit

V. Fazit

- Umsetzung der Omnibus-RL erfolgte überwiegend nahe an den Vorgaben der Richtlinie
- Vereinzelt deutsche Sonderwege (z. B. Nr. 32 der „Schwarzen Liste“)
- Zentrale Diskussionsfelder während des Gesetzgebungsverfahrens
 - Ausgestaltung des Verbraucherschadensersatzes
 - Vorschriften zum Influencer-Marketing
- Nach der Umsetzung ist vor der Umsetzung
 - Kommissionsvorschlag COM(2022) 143 mit Annex



Prof. Dr. Christian Alexander

Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Wirtschafts- und Medienrecht
Friedrich-Schiller-Universität Jena | Rechtswissenschaftliche Fakultät
Carl-Zeiß-Straße 3 | D-07743 Jena | Tel.: + 49 (0) 3641/942-100
E-Mail: christian.alexander@uni-jena.de