

Textgegenüberstellung

Geltende Fassung

Vorgeschlagene Fassung

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG
StF: BGBl. Nr. 448/1984

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG
StF: BGBl. Nr. 448/1984

I. ABSCHNITT

ZIVILRECHTLICHE UND STRAFRECHTLICHE
BESTIMMUNGEN

1. Handlungen unlauteren Wettbewerbes

Unlautere Geschäftspraktiken

§ 1. (1) ...

(4) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

1. bis 9. ...

10. „Online-Marktplatz“ ein Dienst, der es Verbrauchern durch die Verwendung von Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom oder im Namen des Unternehmers betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Unternehmern oder Verbrauchern, abzuschließen.

I. ABSCHNITT

ZIVILRECHTLICHE UND STRAFRECHTLICHE
BESTIMMUNGEN

1. Handlungen unlauteren Wettbewerbes

Unlautere Geschäftspraktiken

§ 1. (1) ...

(4) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

1. bis 9. ...

10. „Online-Marktplatz“ ein Dienst, der es Verbrauchern durch die Verwendung von Software, einschließlich einer Website, eines Teils einer Website oder einer Anwendung, die vom oder im Namen des Unternehmers betrieben wird, ermöglicht, Fernabsatzverträge mit anderen Unternehmern oder Verbrauchern, abzuschließen.

11. „Umweltaussage“ unabhängig von ihrer Form, eine Aussage oder Darstellung, die nach Unionsrecht oder nationalem Recht nicht verpflichtend ist, einschließlich Darstellungen durch Text, Bilder, grafische Elemente oder Symbole wie beispielsweise Etiketten, Markennamen, Firmennamen oder Produktbezeichnungen, im Kontext einer kommerziellen Kommunikation, und in der ausdrücklich oder stillschweigend angegeben wird, dass ein Produkt, eine Produktkategorie, eine Marke oder ein Unternehmer eine positive oder keine Auswirkung auf die Umwelt hat oder weniger schädlich für die Umwelt ist als andere Produkte, Produktkategorien, Marken bzw. Unternehmer oder seine bzw. ihre Auswirkung im Laufe der Zeit verbessert wurde;

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

12. „allgemeine Umweltaussage“ eine schriftlich oder mündlich getätigte Umweltaussage, einschließlich über audiovisuelle Medien, die nicht auf einem Nachhaltigkeitsiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist;
13. „Nachhaltigkeitsiegel“ ein freiwilliges öffentliches oder privates Vertrauensiegel, Gütezeichen oder Ähnliches, mit dem Ziel, ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit gegenüber Verbrauchern in Bezug auf ihre ökologischen oder sozialen Merkmale oder beides hervorzuheben oder zu fördern, ausgenommen alle verpflichtenden Kennzeichnungen gemäß Unionsrecht oder nationalem Recht;
14. „Zertifizierungssystem“ ein System der Überprüfung durch Dritte, mit dem zertifiziert wird, dass ein Produkt, ein Verfahren oder eine Geschäftstätigkeit bestimmte Anforderungen erfüllt, das die Verwendung eines entsprechenden Nachhaltigkeitsiegels ermöglicht, und dessen Bedingungen, einschließlich seiner Anforderungen, öffentlich einsehbar sind und folgende Kriterien erfüllen:
- a) das System steht allen Unternehmen, die bereit und in der Lage sind, die Anforderungen des Systems zu erfüllen, unter transparenten, lauterer und diskriminierungsfreien Bedingungen offen;
 - b) die Anforderungen des Systems werden vom Systeminhaber in Absprache mit einschlägigen Sachverständigen und Interessenträgern ausgearbeitet;
 - c) in dem System sind Verfahren für den Umgang mit Verstößen gegen die Anforderungen des Systems festgelegt und es ist der Entzug oder die Aussetzung der Verwendung des Nachhaltigkeitsiegels durch den Unternehmer im Falle von Verstößen gegen die Anforderungen des Systems vorgesehen; und
 - d) die Überwachung der Einhaltung der Anforderungen des Systems durch einen Unternehmer unterliegt einem objektiven Verfahren und wird von einem Dritten durchgeführt, dessen Kompetenz und Unabhängigkeit sowohl vom Systeminhaber als auch vom Unternehmer auf internationalen, unionsweiten oder nationalen Normen und Verfahren beruht;
15. „anerkannte hervorragende Umweltleistung“ die Umweltleistung im

Geltende Fassung

(5) Der Unternehmer hat in Verfahren auf Unterlassung oder Schadenersatz nach Abs. 1 bis 3 die Richtigkeit der Tatsachenbehauptungen im Zusammenhang mit einer Geschäftspraktik zu beweisen, wenn ein solches Verlangen unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Unternehmers und anderer Marktteilnehmer wegen der Umstände des Einzelfalls angemessen erscheint.

Aggressive Geschäftspraktiken

§ 1a. (1) ...

(2) ...

(3) Jedenfalls als aggressiv gelten die im Anhang unter Z 24 bis **3I** angeführten Geschäftspraktiken.

(4) ...

Vorgeschlagene Fassung

Einklang mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 über das EU-Umweltzeichen, ABl. Nr. L 27 vom 30.01.2010 S. 1, mit nationalen oder regionalen Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I, die in den Mitgliedstaaten offiziell anerkannt sind, oder mit Umwelthöchstleistungen nach sonstigem geltenden Unionsrecht;

16. *„Softwareaktualisierung“ eine Aktualisierung, einschließlich einer Sicherheitsaktualisierung, die für den Erhalt der Vertragsmäßigkeit von Waren mit digitalen Elementen, digitalen Inhalten und digitalen Dienstleistungen nach der Richtlinie (EU) 2019/770 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen, ABl. Nr. L 136 vom 22.05.2019 S. 1, und der Richtlinie (EU) 2019/771 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG, ABl. Nr. L 136 vom 22.05.2019 S. 28, erforderlich ist, oder eine Funktionsaktualisierung;*

17. *„Betriebsstoff“ jeden Bestandteil einer Ware, der wiederholt verbraucht wird und ersetzt oder aufgefüllt werden muss, damit die Ware bestimmungsgemäß funktioniert.*

(5) Der Unternehmer hat in Verfahren auf Unterlassung oder Schadenersatz nach Abs. 1 bis 3 die Richtigkeit der Tatsachenbehauptungen im Zusammenhang mit einer Geschäftspraktik zu beweisen, wenn ein solches Verlangen unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Unternehmers und anderer Marktteilnehmer wegen der Umstände des Einzelfalls angemessen erscheint.

(6) Kollidieren die Bestimmungen über unlautere Geschäftspraktiken dieses Bundesgesetzes mit anderen Unionsrechtsvorschriften sowie deren nationalen Umsetzung, die besondere Aspekte unlauterer Geschäftspraktiken regeln, so gehen die Letzteren vor und sind für diese besonderen Aspekte maßgebend.

Aggressive Geschäftspraktiken

§ 1a. (1) ...

(2) ...

(3) Jedenfalls als aggressiv gelten die im Anhang unter Z 24 bis **3Ia** angeführten Geschäftspraktiken.

(4) ...

Geltende Fassung
Irreführende Geschäftspraktiken

§ 2. (1) ...

(2) Jedenfalls als irreführend gelten die im Anhang unter Z 1 bis 23c angeführten Geschäftspraktiken.

(3) Eine Geschäftspraktik gilt ferner als irreführend, wenn sie geeignet ist, einen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte und das Folgende enthält:

1. ...

2. ...

3. jegliche Vermarktung einer Ware in einem Mitgliedstaat als identisch mit einer in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Ware, obgleich sich diese Waren in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden, sofern dies nicht sachlich gerechtfertigt ist.

(4) Eine Geschäftspraktik gilt auch als irreführend, wenn sie

1. unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände und der Beschränkungen des Kommunikationsmediums wesentliche Informationen vorenthält, die der Marktteilnehmer benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, oder

2. wesentliche Informationen gemäß Z 1 unter Berücksichtigung der darin beschriebenen Einzelheiten verheimlicht, oder auf unklare, unverständliche, zweideutige Weise oder nicht rechtzeitig bereitstellt oder ihren kommerziellen Zweck nicht kenntlich macht, sofern dieser

Vorgeschlagene Fassung
Irreführende Geschäftspraktiken

§ 2. (1) ...

(2) Jedenfalls als irreführend gelten die im Anhang unter Z 1 bis 23j angeführten Geschäftspraktiken.

(3) Eine Geschäftspraktik gilt ferner als irreführend, wenn sie geeignet ist, einen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte und das Folgende enthält:

1. ...

2. ...

3. jegliche Vermarktung einer Ware in einem Mitgliedstaat als identisch mit einer in anderen Mitgliedstaaten vermarkteten Ware, obgleich sich diese Waren in ihrer Zusammensetzung oder ihren Merkmalen wesentlich voneinander unterscheiden, sofern dies nicht sachlich gerechtfertigt ist;

4. *das Treffen einer Umweltaussage gegenüber Verbrauchern über die künftige Umweltleistung ohne klare, objektive, öffentlich einsehbare und überprüfbare Verpflichtungen, die in einem detaillierten und realistischen Umsetzungsplan festgelegt sind, der messbare und zeitgebundene Ziele sowie weitere relevante Elemente umfasst, die zur Unterstützung seiner Umsetzung erforderlich sind, wie die Zuweisung von Ressourcen, und der regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft wird, dessen Erkenntnisse Verbrauchern zur Verfügung gestellt werden;*

5. *die Werbung mit Vorteilen für Verbraucher, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produkts oder der Geschäftstätigkeit ergeben.*

(4) Eine Geschäftspraktik gilt auch als irreführend, wenn sie

1. unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände und der Beschränkungen des Kommunikationsmediums wesentliche Informationen vorenthält, die der Marktteilnehmer benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, oder

2. wesentliche Informationen gemäß Z 1 unter Berücksichtigung der darin beschriebenen Einzelheiten verheimlicht, oder auf unklare, unverständliche, zweideutige Weise oder nicht rechtzeitig bereitstellt oder ihren kommerziellen Zweck nicht kenntlich macht, sofern dieser

Geltende Fassung

sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt und somit geeignet ist, einen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

(5) bis (6b) ...

(7) ...

Vorgeschlagene Fassung

sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt und somit geeignet ist, einen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

(5) bis (6b) ...

(6c) Wenn ein Unternehmer einen Dienst anbietet, der Produkte vergleicht und dem Verbraucher Informationen über ökologische oder soziale Merkmale oder über Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit der Produkte oder der Anbieter dieser Produkte bereitstellt, gelten Informationen über die Vergleichsmethode, die betreffenden Produkte und die Anbieter dieser Produkte sowie die bestehenden Maßnahmen, um die Informationen auf dem neuesten Stand zu halten, als wesentlich im Sinne des Abs. 4.

(7) ...

Rechtsmissbräuchliche Abmahnung

§ 7a. (1) Wer eine rechtsmissbräuchliche Abmahnung vornimmt, kann auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

(2) Eine rechtsmissbräuchliche Abmahnung liegt vor, wenn

- 1. eine größere Zahl von inhaltlich sehr ähnlichen Abmahnungen durchgeführt wird,*
- 2. keine oder im Verhältnis zu den Abmahnungen nur eine geringfügige Anzahl von Klagen erhoben wird, wenn eine gütliche Lösung abgelehnt wird und*
- 3. die Abmahnung vorwiegend dazu dient, wirtschaftliche Einnahmen zu erzielen, ohne die bewirkten Rechtsverletzungen konkret bekämpfen zu wollen.*

(3) Bei einer rechtsmissbräuchlichen Abmahnung steht dem Abmahnenden kein Ersatz der Kosten für die Abmahnung zu.

(4) Der Anspruch auf Unterlassung nach Abs. 1 kann von der Bundeskammer für Arbeiter und Angestellte, der Wirtschaftskammer Österreich, der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, vom Österreichischen Gewerkschaftsbund, von der Bundeswettbewerbsbehörde, von dem Verein für Konsumenteninformation sowie von Vereinigungen zur Förderung

Geltende Fassung**4a. Ankündigung von Ausverkäufen aus besonderen Gründen**

§ 33a. (1) bis (6) ...

(7) Stellt die Bezirksverwaltungsbehörde fest, dass die tatsächliche Ankündigung eines Ausverkaufs gemäß Abs. 1 oder 6 gegen die §§ 1, 1a oder 2 oder den Anhang verstößt, so hat sie, unbeschadet der Bestrafung, dem **Gewerbetreibenden** unverzüglich die Unterlassung jeder weiteren Ankündigung eines Ausverkaufs gemäß Abs. 1 oder 6 aufzutragen.

Inkrafttreten

§ 44. (1) bis (15) ...

Bezugnahme auf Unionsrecht

§ 45. Durch dieses Bundesgesetz werden folgende Richtlinien in österreichisches Recht umgesetzt:

1. bis 4. ...

Vorgeschlagene Fassung

wirtschaftlicher Interessen von Unternehmern, soweit diese Vereinigungen Interessen vertreten, die durch die Handlung berührt werden, geltend gemacht werden.

(5) Bei Abmahnung durch eine gemäß Abs. 4 oder gemäß § 29 des Konsumentenschutzgesetzes (KSchG), BGBl. Nr. 140/1979, in der jeweils geltenden Fassung, klageberechtigte Einrichtung sowie eine gemäß den § 1 bis 3 und § 5 Abs. 5 des Qualifizierte-Einrichtungen-Gesetzes (QEG), BGBl. I Nr. 85/2024, klageberechtigte Qualifizierte Einrichtung liegt keine rechtsmissbräuchliche Abmahnung nach Abs. 2 vor.

4a. Ankündigung von Ausverkäufen aus besonderen Gründen

§ 33a. (1) bis (6) ...

(7) Stellt die Bezirksverwaltungsbehörde fest, dass die tatsächliche Ankündigung eines Ausverkaufs gemäß Abs. 1 oder 6 gegen die §§ 1, 1a oder 2 oder den Anhang verstößt, so hat sie, unbeschadet der Bestrafung, dem **Unternehmer** unverzüglich die Unterlassung jeder weiteren Ankündigung eines Ausverkaufs gemäß Abs. 1 oder 6 aufzutragen.

Inkrafttreten

§ 44. (1) bis (15) ...

(16) 1a Abs. 3, § 45 Z 5 und Z 6 und die Z 31a des Anhangs in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2026 treten mit dem der Kundmachung folgenden Tag in Kraft. Die §§ 1, 2, 7a und 33a Abs. 7 sowie Z 2a, Z 4a bis 4c, Z 10a, Z 23d bis 23j und Z 29 des Anhangs in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2026 treten mit 27. September 2026 in Kraft. Bis drei Jahre nach Inkrafttreten der im zweiten Satz genannten Bestimmungen können zivilrechtliche Ansprüche betreffend Waren wegen Verstößen gegen die im zweiten Satz genannten Bestimmungen nur geltend gemacht werden, sofern die betroffenen Waren nach dem 27. September 2026 in Verkehr gebracht werden.

Bezugnahme auf Unionsrecht

§ 45. Durch dieses Bundesgesetz werden folgende Richtlinien in österreichisches Recht umgesetzt:

1. bis 4. ...

5. Richtlinie 2023/2673/EU zur Änderung der Richtlinie 2011/83/EU in

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

Bezug auf im Fernabsatz geschlossene Finanzdienstleistungsverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/65/EG, ABl. Nr. L 2023/2673 vom 28.11.2023 im Hinblick auf Artikel 16e Richtlinie 2011/83/EU.

- 6.** *Richtlinie 2024/825/EU zur Änderung der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen, ABl. Nr. L 2024/825 vom 06.03.2024.*

Anhang**Anhang****Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten****Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten****Irreführende Geschäftspraktiken****Irreführende Geschäftspraktiken**

1. bis 2. ...

1. bis 2. ...

- 2a.** *Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde.*

3. bis 4. ...

3. bis 4. ...

- 4a.** *Treffen einer allgemeinen Umweltaussage gegenüber Verbrauchern, wobei der Unternehmer die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann.*

- 4b.** *Treffen einer Umweltaussage gegenüber Verbrauchern zum gesamten Produkt oder der gesamten Geschäftstätigkeit des Unternehmers, wenn sie sich nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts oder eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Unternehmers bezieht.*

- 4c.** *Treffen einer Aussage gegenüber Verbrauchern, dass ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat, obwohl sich die Aussage auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründet.*

5. bis 10. ...

5. bis 10. ...

- 10a.** *Präsentation von Anforderungen, die kraft Gesetzes für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, gegenüber Verbrauchern als Besonderheit des Angebots des Unternehmers.*

11. bis 23c. ...

11. bis 23c. ...

- 23d.** *Zurückhaltung von Informationen gegenüber den Verbrauchern über den*

Geltende Fassung**Aggressive Geschäftspraktiken**

24. bis 28. ...
29. Die Aufforderung des Verbrauchers zur sofortigen oder späteren Zahlung oder zur Rücksendung oder Verwahrung von Produkten, die der **Gewerbetreibende** ohne Veranlassung des Verbrauchers geliefert hat (unbestellte Waren und Dienstleistungen).
30. bis 31. ...

Vorgeschlagene Fassung

Umstand, dass sich eine Softwareaktualisierung negativ auf das Funktionieren von Waren mit digitalen Elementen oder die Nutzung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen auswirken wird.

- 23e. Darstellung einer Softwareaktualisierung gegenüber Verbrauchern als notwendig, wenn sie lediglich der Verbesserung der Funktionalitätsmerkmale dient.
- 23f. Jedwede kommerzielle Kommunikation gegenüber Verbrauchern über eine Ware, die ein zur Begrenzung ihrer Haltbarkeit eingeführtes Merkmal enthält, obwohl dem Unternehmer Informationen über das Merkmal und seine Auswirkungen auf die Haltbarkeit der Ware zur Verfügung stehen.
- 23g. Falsche Behauptung gegenüber Verbrauchern, dass eine Ware unter normalen Nutzungsbedingungen eine bestimmte Haltbarkeit hinsichtlich der Nutzungszeit oder -intensität hat.
- 23h. Präsentation einer Ware gegenüber Verbrauchern als reparierbar, wenn sie es nicht ist.
- 23i. Veranlassen des Verbrauchers, Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen oder aufzufüllen, als dies aus technischen Gründen notwendig ist.
- 23j. Zurückhaltung von Informationen gegenüber Verbrauchern darüber, dass die Funktionalität von Waren beeinträchtigt wird, wenn Betriebsstoffe, Ersatzteile oder Zubehör verwendet werden, die nicht vom ursprünglichen Hersteller bereitgestellt werden, oder die falsche Behauptung gegenüber Verbrauchern, dass eine solche Beeinträchtigung eintreten wird.

Aggressive Geschäftspraktiken

24. bis 28. ...
29. Die Aufforderung des Verbrauchers zur sofortigen oder späteren Zahlung oder zur Rücksendung oder Verwahrung von Produkten, die der **Unternehmer** ohne Veranlassung des Verbrauchers geliefert hat (unbestellte Waren und Dienstleistungen).
30. bis 31. ...
- 31a. Die wiederholte Aufforderung an einen Verbraucher, der Empfänger von Dienstleistungen ist, beim Abschluss von Finanzdienstleistungsverträgen im Fernabsatz auf einer Online-Schnittstelle eine Auswahl zu treffen,

Geltende Fassung

32. ...

Vorgeschlagene Fassung

wenn eine solche Auswahl bereits getroffen wurde, insbesondere durch die Einblendung eines Pop-up-Fensters, mit der die Nutzererfahrung beeinträchtigt wird.

32. ...