

RICHTLINIE 97/55/EG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 6. Oktober 1997

zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende Werbung zwecks Einbeziehung der vergleichenden Werbung

DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 100a,

auf Vorschlag der Kommission ⁽¹⁾,

nach Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses ⁽²⁾,

gemäß dem Verfahren des Artikels 189b des Vertrags ⁽³⁾, in Kenntnis des vom Vermittlungsausschuß am 25. Juni 1997 gebilligten gemeinsamen Entwurfs,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Eines der Hauptziele der Gemeinschaft ist die Vollendung des Binnenmarktes. Es sind geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um sein reibungsloses Funktionieren sicherzustellen. Der Binnenmarkt umfaßt einen Raum ohne Binnengrenzen, in dem der freie Verkehr von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital gewährleistet ist.
- (2) Mit der Vollendung des Binnenmarktes wird das Angebot immer vielfältiger. Da die Verbraucher aus dem Binnenmarkt größtmöglichen Vorteil ziehen können und sollen und die Werbung ein sehr wichtiges Instrument ist, mit dem überall in der Gemeinschaft wirksam Märkte für Erzeugnisse und Dienstleistungen erschlossen werden können, sollten die wesentlichen Vorschriften für Form und Inhalt der Werbung einheitlich sein und die Bedingungen für vergleichende Werbung in den Mitgliedstaaten harmonisiert werden. Unter diesen Umständen wird dies dazu beitragen, die Vorteile der verschiedenen vergleichbaren Erzeugnisse objektiv herauszustellen. Vergleichende Werbung kann ferner den Wettbewerb zwischen den Anbietern von Waren und Dienstleistungen im Interesse der Verbraucher fördern.
- (3) Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften über vergleichende Werbung weisen in den einzelnen Mitgliedstaaten erhebliche Unterschiede auf. Die Werbung reicht über die Grenzen hinaus und wird im Hoheitsgebiet anderer Mitgliedstaaten empfangen. Die Zulässigkeit oder Nichtzulässigkeit

vergleichender Werbung nach den verschiedenen einzelstaatlichen Rechtsvorschriften kann den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr behindern und Wettbewerbsverzerrungen hervorrufen. Insbesondere können sich Unternehmen von Konkurrenten entwickelten Arten der Werbung gegenübersehen, denen sie nicht mit gleichen Mitteln begegnen können. Der freie Dienstleistungsverkehr im Bereich der vergleichenden Werbung sollte sichergestellt werden. Es ist Aufgabe der Gemeinschaft, in einer solchen Situation Abhilfe zu schaffen.

- (4) In der Richtlinie 84/450/EWG des Rates vom 10. September 1984 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung ⁽⁴⁾ heißt es im sechsten Erwägungsgrund, daß nach der Angleichung der einzelstaatlichen Bestimmungen zum Schutz gegen irreführende Werbung „in einer zweiten Phase anhand entsprechender Vorschläge der Kommission (...), soweit erforderlich, auch die vergleichende Werbung zu behandeln“ ist.
- (5) Nummer 3 Buchstabe d) des Anhangs der Entschließung des Rates vom 14. April 1975 betreffend ein erstes Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft für eine Politik zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher ⁽⁵⁾ zählt das Recht auf Unterrichtung zu den fundamentalen Rechten des Verbrauchers. Dieses Recht wird in der Entschließung des Rates vom 19. Mai 1981 betreffend ein zweites Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft für eine Politik zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher ⁽⁶⁾ bekräftigt, in dessen Anhang unter Nummer 40 ausdrücklich von der Unterrichtung der Verbraucher die Rede ist. Vergleichende Werbung kann, wenn sie wesentliche, relevante, nachprüfbar und typische Eigenschaften vergleicht und nicht irreführend ist, ein zulässiges Mittel zur Unterrichtung der Verbraucher über ihre Vorteile darstellen.
- (6) Der Begriff „vergleichende Werbung“ sollte breit gefaßt werden, so daß alle Arten der vergleichenden Werbung abgedeckt werden.
- (7) Es sollten Bedingungen für zulässige vergleichende Werbung vorgesehen werden, soweit der vergleichende Aspekt betroffen ist, mit denen festgelegt wird, welche Praktiken der vergleichenden Werbung den Wettbewerb verzerren, die Mitbewerber

⁽¹⁾ ABl. C 180 vom 11. 7. 1991, S. 14, und ABl. C 136 vom 19. 5. 1994, S. 4.

⁽²⁾ ABl. C 49 vom 24. 2. 1992, S. 35.

⁽³⁾ Stellungnahme des Europäischen Parlaments vom 18. November 1992 (AbI. C 337 vom 21. 12. 1992, S. 142), Gemeinsamer Standpunkt des Rates vom 19. März 1996 (AbI. C 219 vom 27. 7. 1996, S. 14) und Beschluß des Europäischen Parlaments vom 23. Oktober 1996 (AbI. C 347 vom 16. 11. 1996, S. 69). Beschluß des Europäischen Parlaments vom 16. September 1997 und Beschluß des Rates vom 15. September 1997.

⁽⁴⁾ ABl. L 250 vom 19. 9. 1984, S. 17.

⁽⁵⁾ ABl. C 92 vom 25. 4. 1975, S. 1.

⁽⁶⁾ ABl. C 133 vom 3. 6. 1981, S. 1.

- schädigen und die Entscheidung der Verbraucher negativ beeinflussen können. Diese Bedingungen für zulässige vergleichende Werbung sollten Kriterien beinhalten, die einen objektiven Vergleich der Eigenschaften von Waren und Dienstleistungen ermöglichen.
- (8) Ein Vergleich, der sich lediglich auf den Preis von Waren oder Dienstleistungen bezieht, sollte zulässig sein, wenn dabei bestimmte Bedingungen eingehalten werden. Insbesondere darf er nicht irreführend sein.
- (9) Damit vergleichende Werbung nicht in einer wettbewerbswidrigen und -unlauteren Weise betrieben wird, sollten Vergleiche zwischen Waren und Dienstleistungen, die von Mitbewerbern angeboten werden, nur zulässig sein, wenn diese den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung erfüllen sollen.
- (10) Werden in der vergleichenden Werbung die Ergebnisse der von Dritten durchgeführten vergleichenden Tests angeführt oder wiedergegeben, so gelten die internationalen Vereinbarungen zum Urheberrecht und die innerstaatlichen Bestimmungen über vertragliche und außervertragliche Haftung.
- (11) Die Bedingungen für vergleichende Werbung sollten kumulativ sein und uneingeschränkt eingehalten werden. Die Wahl der Form und der Mittel für die Umsetzung dieser Bedingungen bleibt gemäß dem Vertrag den Mitgliedstaaten überlassen, sofern Form und Mittel noch nicht durch diese Richtlinie festgelegt sind.
- (12) Zu diesen Bedingungen sollte insbesondere die Einhaltung der Vorschriften gehören, die sich aus der Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 des Rates vom 14. Juli 1992 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel⁽¹⁾, insbesondere aus Artikel 13 dieser Verordnung, und den übrigen Gemeinschaftsvorschriften im Bereich der Landwirtschaft ergeben.
- (13) Gemäß Artikel 5 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken⁽²⁾ steht dem Inhaber einer eingetragenen Marke ein Ausschließlichkeitsrecht zu, das insbesondere das Recht einschließt, Dritten im geschäftlichen Verkehr die Benutzung eines identischen oder ähnlichen Zeichens für identische Produkte oder Dienstleistungen, gegebenenfalls sogar für andere Produkte, zu untersagen.
- (14) Indessen kann es für eine wirksame vergleichende Werbung unerlässlich sein, Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers dadurch erkennbar zu machen, daß auf eine ihm gehörende Marke oder auf seinen Handelsnamen Bezug genommen wird.
- (15) Eine solche Benutzung von Marken, Handelsnamen oder anderen Unterscheidungszeichen eines Mitbewerbers stellt keine Verletzung des Ausschließlichkeitsrechts Dritter dar, wenn sie unter Beachtung der in dieser Richtlinie aufgestellten Bedingungen erfolgt und nur eine Unterscheidung bezweckt, durch die Unterschiede objektiv herausgestellt werden sollen.
- (16) Es sollte dafür gesorgt werden, daß dieselben gerichtlichen und/oder verwaltungsrechtlichen Rechtsbehelfe wie in den Artikeln 4 und 5 der Richtlinie 84/450/EWG zur Verfügung stehen, um die vergleichende Werbung zu kontrollieren, die die in dieser Richtlinie festgelegten Bedingungen nicht erfüllt. Nach dem Erwägungsgrund 16 der vorgenannten Richtlinie können durch freiwillige Kontrollen, die durch Einrichtungen der Selbstverwaltung zur Unterbindung irreführender Werbung durchgeführt werden, Verwaltungs- oder Gerichtsverfahren vermieden werden, weshalb diese gefördert werden sollten. Entsprechend gilt Artikel 6 auch für unzulässige vergleichende Werbung.
- (17) Die einzelstaatlichen Einrichtungen der Selbstverwaltung können ihre Arbeit mit Hilfe von auf Gemeinschaftsebene geschaffenen Verbänden oder Organisationen koordinieren und unter anderem grenzüberschreitende Beschwerden entgegennehmen.
- (18) Artikel 7 der Richtlinie 84/450/EWG, wonach die Mitgliedstaaten Bestimmungen aufrechterhalten oder erlassen können, die einen weiterreichenden Schutz der Verbraucher, der einen Handel, ein Gewerbe, ein Handwerk oder einen freien Beruf ausübenden Personen sowie der Allgemeinheit vorsehen, sollte nicht für vergleichende Werbung gelten, da der Zweck der Änderung der Richtlinie darin besteht, die Bedingungen festzulegen, unter denen vergleichende Werbung zulässig ist.
- (19) Ein Vergleich, bei dem eine Ware oder Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer Ware oder Dienstleistung mit geschützter Marke oder geschütztem Handelsnamen dargestellt wird, gilt nicht als Vergleich, der die Bedingungen für rechtlich zulässige vergleichende Werbung erfüllt.
- (20) Diese Richtlinie schränkt die Rechtsvorschriften der Gemeinschaft über die Werbung für bestimmte Waren und/oder Dienstleistungen bzw. die Beschränkungen oder Verbote für die Werbung in bestimmten Medien nicht ein.
- (21) Untersagt ein Mitgliedstaat unter Einhaltung der Vorschriften des Vertrags die Werbung für bestimmte Waren oder Dienstleistungen, so kann dieses Verbot auf die vergleichende Werbung ausgedehnt werden; dies gilt sowohl für unmittelbar ausge-

⁽¹⁾ ABl. L 208 vom 24. 7. 1992, S. 1.

⁽²⁾ ABl. L 40 vom 11. 2. 1989, S. 1. Richtlinie zuletzt geändert durch die Entscheidung 92/10/EWG (AbI. L 6 vom 11. 1. 1992, S. 35).

sprochene Verbote als auch für Verbote durch eine Körperschaft oder Organisation, die gemäß den Rechtsvorschriften des Mitgliedstaats für die Regelung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs zuständig ist.

- (22) Die Mitgliedstaaten sind nicht verpflichtet, vergleichende Werbung für Waren oder Dienstleistungen zuzulassen, für die sie unter Einhaltung der Bestimmungen des Vertrags Verbote — einschließlich von Verboten betreffend Marketingmethoden oder Werbung, die auf schutzbedürftige Verbrauchergruppen abzielt — aufrechterhalten oder einführen. Die Mitgliedstaaten können unter Einhaltung der Bestimmungen des Vertrags Verbote oder Beschränkungen für die Verwendung von Vergleichen in der Werbung für Dienstleistungen freier Berufe aufrechterhalten oder einführen, und zwar unabhängig davon, ob diese Verbote oder Beschränkungen unmittelbar auferlegt oder von einer Einrichtung oder Organisation verfügt werden, die nach dem Recht der Mitgliedstaaten für die Regelung der Ausübung einer beruflichen Tätigkeit zuständig ist.
- (23) Die Regelung der vergleichenden Werbung unter den in dieser Richtlinie aufgestellten Bedingungen ist für das reibungslose Funktionieren des Binnenmarktes erforderlich, und eine Aktion auf Gemeinschaftsebene ist daher notwendig. Eine Richtlinie ist das geeignete Instrument, da sie einheitliche allgemeine Prinzipien festlegt, es aber den Mitgliedstaaten überläßt, die Form und die geeignete Methode zu wählen, um diese Ziele zu erreichen. Sie entspricht dem Subsidiaritätsprinzip —

HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:

Artikel 1

Die Richtlinie 84/450/EWG wird wie folgt geändert:

1. Der Titel erhält folgende Fassung:

„Richtlinie des Rates vom 10. September 1984 über irreführende und vergleichende Werbung“.

2. Artikel 1 erhält folgende Fassung:

„Artikel 1

Zweck dieser Richtlinie ist der Schutz der Verbraucher, der Personen, die einen Handel oder ein Gewerbe betreiben oder ein Handwerk oder einen freien Beruf ausüben, sowie der Interessen der Allgemeinheit gegen irreführende Werbung und deren unlautere Auswirkungen und die Festlegung der Bedingungen für zulässige vergleichende Werbung.“

3. In Artikel 2 wird folgende Nummer hinzugefügt:

„2a. ‚vergleichende Werbung‘ jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die Erzeugnisse oder Dienstleistungen, die

von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht;“.

4. Folgender Artikel wird eingefügt:

„Artikel 3a

(1) Vergleichende Werbung gilt, was den Vergleich anbelangt, als zulässig, sofern folgende Bedingungen erfüllt sind:

- a) Sie ist nicht irreführend im Sinne des Artikels 2 Nummer 2, des Artikels 3 und des Artikels 7 Absatz 1;
- b) sie vergleicht Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung;
- c) sie vergleicht objektiv eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften dieser Waren und Dienstleistungen, zu denen auch der Preis gehören kann;
- d) sie verursacht auf dem Markt keine Verwechslung zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den Marken, den Handelsnamen, anderen Unterscheidungszeichen, den Waren oder den Dienstleistungen des Werbenden und denen eines Mitbewerbers;
- e) durch sie werden weder die Marken, die Handelsnamen oder andere Unterscheidungszeichen noch die Waren, die Dienstleistungen, die Tätigkeiten oder die Verhältnisse eines Mitbewerbers herabgesetzt oder verunglimpft;
- f) bei Waren mit Ursprungsbezeichnung bezieht sie sich in jedem Fall auf Waren mit der gleichen Bezeichnung;
- g) sie nutzt den Ruf einer Marke, eines Handelsnamens oder anderer Unterscheidungszeichen eines Mitbewerbers oder der Ursprungsbezeichnung von Konkurrenzzeugnissen nicht in unlauterer Weise aus;
- h) sie stellt nicht eine Ware oder eine Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer Ware oder Dienstleistung mit geschützter Marke oder geschütztem Handelsnamen dar.

(2) Bezieht sich der Vergleich auf ein Sonderangebot, so müssen klar und eindeutig der Zeitpunkt des Endes des Sonderangebots und, wenn das Sonderangebot noch nicht gilt, der Zeitpunkt des Beginns des Zeitraums angegeben werden, in dem der Sonderpreis oder andere besondere Bedingungen gelten; gegebenenfalls ist darauf hinzuweisen, daß das Sonderangebot nur so lange gilt, wie die Waren und Dienstleistungen verfügbar sind.“

5. Artikel 4 Absatz 1 Unterabsätze 1 und 2 erhalten folgende Fassung:

„(1) Die Mitgliedstaaten sorgen im Interesse sowohl der Verbraucher als auch der Mitbewerber und der Allgemeinheit für geeignete und wirksame Möglichkeiten zur Bekämpfung der irreführenden Werbung und zur Gewährleistung der Einhaltung der Bestimmungen über vergleichende Werbung.“

Diese Möglichkeiten müssen Rechtsvorschriften umfassen, die es den Personen oder Organisationen, die nach dem nationalen Recht ein berechtigtes Interesse am Verbot irreführender Werbung oder an der Regelung vergleichender Werbung haben, gestatten,

- a) gerichtlich gegen eine solche Werbung vorzugehen und/oder
- b) eine solche Werbung vor eine Verwaltungsbehörde zu bringen, die zuständig ist, über Beschwerden zu entscheiden oder geeignete gerichtliche Schritte einzuleiten.“

6. Artikel 4 Absatz 2 wird wie folgt geändert:

- a) In Unterabsatz 1 erhalten die Gedankenstriche folgende Fassung:

„— die Einstellung einer irreführenden oder unzulässigen vergleichenden Werbung anzuordnen oder geeignete gerichtliche Schritte zur Veranlassung der Einstellung dieser Werbung einzuleiten oder

— sofern eine irreführende oder unzulässige vergleichende Werbung noch nicht veröffentlicht ist, die Veröffentlichung aber bevorsteht, die Veröffentlichung zu verbieten oder geeignete gerichtliche Schritte einzuleiten, um das Verbot dieser Veröffentlichung anzuordnen.“

- b) In Unterabsatz 3 erhält der Eingangssatz folgende Fassung:

„Außerdem können die Mitgliedstaaten den Gerichten oder Verwaltungsbehörden Befugnisse übertragen, die es diesen gestatten, zur Ausräumung der fortdauernden Wirkung einer irreführenden oder unzulässigen vergleichenden Werbung, deren Einstellung durch eine rechtskräftige Entscheidung angeordnet worden ist.“

7. Artikel 5 erhält folgende Fassung:

„Artikel 5

Diese Richtlinie schließt die freiwillige Kontrolle irreführender oder vergleichender Werbung durch Einrichtungen der Selbstverwaltung und die Inanspruchnahme dieser Einrichtungen durch die in Artikel 4 genannten Personen oder Organisationen nicht aus, wenn entsprechende Verfahren vor solchen Einrichtungen zusätzlich zu den in Artikel 4 genannten Gerichts- oder Verwaltungsverfahren zur Verfügung stehen. Die Mitgliedstaaten können diese freiwillige Kontrolle fördern.“

8. Artikel 6 Buchstabe a) erhält folgende Fassung:

„a) vom Werbenden Beweise für die Richtigkeit von in der Werbung enthaltenen Tatsachenbehauptungen zu verlangen, wenn ein solches Verlangen unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Werbenden und anderer Verfahrensbeteiligter im Hinblick auf die Umstände des Einzelfalls angemessen erscheint, und bei vergleichender Werbung vom Werbenden zu verlangen, die entsprechenden Beweise kurzfristig vorzulegen, sowie“.

9. Artikel 7 erhält folgende Fassung:

„Artikel 7

(1) Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen aufrechtzuerhalten oder zu erlassen, die bei irreführender Werbung einen weitreichenden Schutz der Verbraucher, der einen Handel, ein Gewerbe, ein Handwerk oder einen freien Beruf ausübenden Personen sowie der Allgemeinheit vorsehen.

(2) Absatz 1 gilt nicht für vergleichende Werbung, soweit es sich um den Vergleich handelt.

(3) Diese Richtlinie gilt unbeschadet der Rechtsvorschriften der Gemeinschaft, die auf die Werbung für bestimmte Waren und/oder Dienstleistungen anwendbar sind, sowie unbeschadet der Beschränkungen oder Verbote für die Werbung in bestimmten Medien.

(4) Aus den die vergleichende Werbung betreffenden Bestimmungen dieser Richtlinie ergibt sich keine Verpflichtung für diejenigen Mitgliedstaaten, die unter Einhaltung der Vorschriften des Vertrags ein Werbeverbot für bestimmte Waren oder Dienstleistungen aufrechterhalten oder einführen, vergleichende Werbung für diese Waren oder Dienstleistungen zuzulassen; dies gilt sowohl für unmittelbar ausgesprochene Verbote als auch für Verbote durch eine Einrichtung oder Organisation, die gemäß den Rechtsvorschriften des Mitgliedstaats für die Regelung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs zuständig ist. Sind diese Verbote auf bestimmte Medien beschränkt, so gilt diese Richtlinie für diejenigen Medien, die nicht unter diese Verbote fallen.

(5) Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, unter Einhaltung der Bestimmungen des Vertrags Verbote oder Beschränkungen für die Verwendung von Vergleichen in der Werbung für Dienstleistungen freier Berufe aufrechtzuerhalten oder einzuführen, und zwar unabhängig davon, ob diese Verbote oder Beschränkungen unmittelbar auferlegt oder von einer Einrichtung oder Organisation verfügt werden, die nach dem Recht der Mitgliedstaaten für die Regelung der Ausübung einer beruflichen Tätigkeit zuständig ist.“

Artikel 2

Beschwerdesysteme

Die Kommission untersucht, ob wirksame Verfahren zur Behandlung von grenzüberschreitenden Beschwerden im Zusammenhang mit vergleichender Werbung geschaffen werden können. Binnen zwei Jahren nach Inkrafttreten dieser Richtlinie legt die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat einen Bericht über die Untersuchungsergebnisse gegebenenfalls zusammen mit Vorschlägen vor.

Artikel 3

(1) Die Mitgliedstaaten erlassen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften, um dieser Richtlinie bis spätestens 30 Monate nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* nachzukommen. Sie unterrichten die Kommission unverzüglich davon.

(2) Wenn die Mitgliedstaaten Vorschriften nach Absatz 1 erlassen, nehmen sie in den Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten der Bezugnahme.

(3) Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission den Wortlaut der wichtigsten innerstaatlichen Rechtsvorschriften mit, die sie auf dem unter diese Richtlinie fallenden Gebiet erlassen.

Artikel 4

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Geschehen zu Brüssel am 6. Oktober 1997.

*Im Namen des Europäischen
Parlaments*

Der Präsident

J. M. GIL-ROBLES

*Im Namen des
Rates*

Der Präsident

J. POOS