

Kurztitel

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Kundmachungsorgan

BGBI. Nr. 448/1984 zuletzt geändert durch BGBI. I Nr. 185/1999

§/Artikel/Anlage

§ 2

Inkrafttretensdatum

01.04.2000

Außerkrafttretensdatum

11.12.2007

Text**Irreführung**

§ 2. (1) Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbes über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit, den Ursprung, die Herstellungsart oder die Preisbemessung einzelner Waren oder Leistungen oder des gesamten Angebotes, über Preislisten, über die Art des Bezuges oder die Bezugsquelle von Waren, über den Besitz von Auszeichnungen, über den Anlaß oder den Zweck des Verkaufes oder über die Menge der Vorräte zur Irreführung geeignete Angaben macht, kann auf Unterlassung der Angaben und, wenn er deren Eignung zur Irreführung kannte oder kennen mußte, auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

(2) Vergleichende Werbung, die weder gegen Abs. 1 noch gegen die §§ 1, 7 und 9 Abs. 1 bis 3 verstößt, ist zulässig.

(3) Zusätzlich ist vergleichende Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die Waren oder Leistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht, hinsichtlich des Vergleiches nur dann zulässig, wenn

1. sie sich bei Waren mit Ursprungsbezeichnung in jedem Fall auf Waren mit gleicher Bezeichnung bezieht oder
2. sich der Vergleich auf ein Sonderangebot bezieht, der Zeitpunkt des Endes des Sonderangebotes und, wenn das Sonderangebot noch nicht gilt, der Zeitpunkt des Beginns des Zeitraums, in dem der Sonderpreis oder andere besondere Bedingungen gelten, klar und eindeutig angegeben werden.

(4) Wer im geschäftlichen Verkehr gegen Abs. 3 verstößt, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

(5) In Verfahren auf Unterlassung oder Schadenersatz nach den Abs. 1 bis 4 und Abs. 6 sind vom Werbenden die entsprechenden Beweise für die Richtigkeit der in der Werbung enthaltenen Tatsachenbehauptungen zu verlangen, in den Fällen irreführender Werbung aber nur dann, wenn ein solches Verlangen unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Werbenden und anderer Verkehrsteilnehmer im Hinblick auf die Umstände des Einzelfalles angemessen erscheint.

(6) Der Anspruch auf Schadenersatz kann gegen Personen, die sich gewerbsmäßig mit der Verbreitung öffentlicher Ankündigungen befassen, nur geltend gemacht werden, wenn sie die Unrichtigkeit der Angaben kannten, gegen bloß preßrechtlich verantwortliche Personen nur, wenn sie verpflichtet waren, die Ankündigung auf ihre Wahrheit zu prüfen (§ 4 Abs. 2).