KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 13.13.1996
KOM(96) 700 endg. - COD 343

STELLUNGNAHME DER KOMMISSION
gemäß Artikel 189 b, Absatz 2, Buchstabe d) des EG-Vertrages,
zu den Abänderungen des Europäischen Parlaments
des gemeinsamen Standpunkts des Rates betreffend den

Vorschlag für eine
RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

ZUR ÄNDERUNG DER RICHTLINIE 84/450/EWG ÜBER IRREFÜHRENDE WERBUNG ZWECKS EINBEZIEHUNG DER VERGLEICHENDEN WERBUNG

ZUR ÄNDERUNG DES VORSCHLAGS DER KOMMISSION
gemäß Artikel 189 a, Absatz 2 des EG-Vertrages

BEGRÜNDUNG

I. Stand des Verfahrens

Am 19. März 1996 hat der Rat der Europäischen Union einen gemeinsamen Standpunkt im Hinblick auf den Erlaß einer Richtlinie zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende Werbung zwecks Einbeziehung der vergleichenden Werbung festgelegt.

Am 23. Oktober 1996 hat das Europäische Parlament in zweiter Lesung im Rahmen des Mitentscheidungsverfahrens seine Stellungnahme zu dem gemeinsamen Standpunkt abgegeben (Berichterstatter Frau Oomen-Ruijten). Diese Stellungnahme umfaßt 16 Abänderungen, von denen 8 von der Kommission auf der Vollversammlung gebilligt worden sind.

Gemäß Artikel 189 b Absatz 2 d) des Vertrags muß die Kommission dem Rat eine Stellungnahme zu den Abänderungen des Parlaments zuleiten. In dem vorliegenden Fall schließt die Stellungnahme eine Änderung des Vorschlags der Kommission gemäß Artikel 189 a Absatz 2 des Vertrags ein.

II. Standpunkt der Kommission zu den Abänderungen

Die Kommission hat sich auf der Vollversammlung verpflichtet, die Abänderungen 1, 2, 4, 8, 9, 16, 20 und 21 zu billigen. Hingegen sieht sich die Kommission außer Stande, die Abänderungen 3, 6, 12, 13, 15, 17, 18 und 19 zu akzeptieren, und zwar aus folgenden Gründen:

Die Abänderungen 3 und 15 betreffen die vergleichenden Tests. Auf der Tagung des Europäischen Rats in Edinburgh im Jahre 1992 hat sich die Kommission verpflichtet, die in einer Liste aufgenommenen Vorschläge – zu denen auch der Vorschlag hinsichtlich der vergleichenden Werbung gehörte – zu überarbeiten, um einige Passagen zu beseitigen, die dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit entgegenstanden. In dem vorliegenden Fall war die Kommission der Auffassung, daß die die vergleichenden Tests betreffenden Bestimmungen (die in ihrem ursprünglichen Vorschlag enthalten waren) gestrichen werden konnten, da sie nicht unbedingt erforderlich sind, um die Zielsetzungen des Vorschlags zu verwirklichen.

Bei den Abänderungen 6, 18 und 19 geht es um die Systeme der freiwilligen Kontrolle. Die Einrichtung eines „europäischen Dachverbands" (Abänderung 19) ist wegen der möglichen finanziellen Auswirkung auf den Gemeinschaftshaushalt abzulehnen. Die Rolle der nationalen Einrichtungen der Selbstverwaltung (Abänderungen 6 und 18) ist bereits in Artikel 5 der Richtlinie 84/450/EWG ausreichend berücksichtigt. Abänderung 18 hätte zur Folge, daß dieser Artikel nicht nur hinsichtlich der vergleichenden Werbung verfälscht würde, sondern auch in den Punkten, die die irreführende Werbung betreffen (die von derselben Bestimmung abgedeckt werden).

Die Abänderungen 12 und 13 sind abzulehnen, da sie die Werbenden, angesichts der anderen Bedingungen, die bereits in dem Wortlaut des gemeinsamen Standpunkts (Artikel 3 a) enthalten sind, übermäßig und in unangemessener Weise belasten würden.

Abänderung 17 zielt auf eine Änderung von Artikel 4 Absatz 1 der Richtlinie 84/450/EWG ab. Würde sie angenommen, so hätte dies zur Folge, daß es den Mitgliedstaaten ermöglicht wird, „... vorab die Durchführung eines Verfahrens vor anderen bestehenden Einrichtungen zur Regelung von Beschwerden, einschließlich der in Artikel 5 genannten Einrichtungen, zu verlangen..." (Selbstkontrollverfahren). Eine derartige Änderung ist geeignet, den Zugang der Verbraucher zur ordentlichen Gerichtsbarkeit zu behindern oder zumindest zu verzögern, und es stellt sich die Frage nach ihrer Vereinbarkeit mit Artikel 6 der Europäischen Konvention der Menschenrechte.

III. Geänderter Vorschlag

Angesichts der voranstehenden Ausführungen und gemäß den Bestimmungen des Mitentscheidungsverfahrens wird der Vorschlag von der Kommission dahingehend geändert, daß die Abänderungen 1, 2, 4, 8, 9, 16, 20 und 21 des Europäischen Parlaments berücksichtigt werden.

DER RICHTLINIE DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES ZUR ÄNDERUNG DER RICHTLINIE 84/450/EWG ÜBER IRREFÜHRENDE WERBUNG ZWECKS EINBEZIEHUNG DER VERGLEICHENDEN WERBUNG

GEMEINSAMER STANDPUNKT DES RATES	*GEÄNDERTER VORSCHLAG*
DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION -	DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION -
gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 100a,	gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 100a,
auf Vorschlag der Kommission[1]	auf Vorschlag der Kommission[1]
nach Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschußes[2]	nach Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschußes[2]
gemäß dem Verfahren des Artikels 189b des Vertrags	gemäß dem Verfahren des Artikels 189b des Vertrags
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.	*Unverändert*

1 ABl. Nr. C 180 vom 11.7.1991, S. 4.

2 ABl. Nr. C 49 vom 24.2.1992, S. 35.

(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. Dies wird dazu beitragen, die Vorteile der verschiedenen vergleichbaren Erzeugnisse herauszustellen. Vergleichende Werbung kann ferner den Wettbewerb zwischen den Anbietern von Waren und Dienstleistungen im Interesse der Verbraucher fördern.

(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 Europäischen 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 Voraussetzungen wird dies dazu beitragen, die Vorteile der verschiedenen vergleichbaren Erzeugnisse objektiv herauszustellen. Vergleichende Werbung kann ferner den Wettbewerb zwischen den Abietern 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 bzw. 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.

Unverändert

(4) In der Richtlinie 84/450/EWG des Rates vom 10. September 1984 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung[3] 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.

Unverändert

(5) Nummer 3 Buchstabe d) des Anhangs der Entschließung des Rates vom 14. April 1975 betreffend das Erste Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher[4] zählt das Recht auf Unterrichtung zu den fundamentalen Rechten des Verbrauchers. Dieses Recht wird in der Entschließung des Rates vom 19. Mai 1981 über ein Zweites Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zum Schutz und zu Unterrichtung der Verbraucher[5] bekräftigt, in dessen Anhang unter Nummer 40 ausdrücklich von der Information der Verbraucher die Rede ist. Vergleichende Werbung stellt, wenn sie relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften vergleicht und nicht irreführend ist, ein zuläßiges Mittel zur Unterrichtung der Verbraucher über ihre Vorteile dar.

(5) Nummer 3 Buchstabe d) des Anhangs der Entschließung des Rates vom 14. April 1975 betreffend das Erste Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zum Schutz und zur Unterricht der Verbraucher zählt das Recht auf Unterrichtung zu den fundamentalen Rechten des Verbrauchers. Dieses Recht wird in der Entschließung des Rates vom 19. Mai 1981 über ein Zweites Programm der Europäischen Wirtschafts-gemeinschaft zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher bekräftigt, in dessen Anhang unter Nummer 40 ausdrücklich von der Information der Verbraucher die Rede ist. Vergleichende Werbung kann, wenn sie wesentliche, nachprüfbare 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 Modalitäten der vergleichenden Werbung abgedeckt werden.

Unverändert

---

3 ABl. Nr. L 250 vom 19.9.1984, S. 17.

4 ABl. Nr. C 92 vom 25.4.1975, S. 1.

5 ABl. Nr. C 133 vom 3.6.1981, S. 1.

(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 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.

Unverändert

(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.

Unverändert

(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.

Unverändert

(10) Die Bedingungen für vergleichende Werbung sollten kumulativ sein und uneingeschränkt eingehalten werden. Dem steht nicht entgegen, daß die Mitgliedstaaten die Umsetzung der einzelnen Bedingungen näher regeln, um eine geeignete Lösung für jeden einzelnen Fall zu finden.

Entfallen

(11) 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[6], insbesondere aus Artikel 13 dieser Verordnung, und den übrigen Gemeinschaftsvorschriften im Bereich der Landwirtschaft ergeben.

Unverändert

---

[6] ABl. Nr. L 208 vom 24.7.1992, S. 1.

(12) Gemäß Artikel 5 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken[7] 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.

Unverändert

(13) 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.

Unverändert

(14) 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.

Unverändert

(15) 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. Entsprechend gilt Artikel 6 auch für unzuläßige vergleichende Werbung.

Unverändert

---

[7] ABl. Nr. L 40 vom 11.2.1989, S. 1. Richtlinie zuletzt geändert durch die Entscheidung 92/10/EWG (Abl. Nr. L 6 vom 11.1.1992, S. 35).

(16) 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.

Unverändert

(17) Ein Vergleich, bei dem eine Ware oder Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer Ware oder Dienstleistung mit eingetragener Marke dargestellt wird, gilt nicht als Vergleich, der die Bedingungen für rechtlich zuläßige vergleichende Werbung erfüllt.

Unverändert

(18) 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.

Unverändert

(19) 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 ausgesprochene 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.

Unverändert

(20) Die Mitgliedstaaten sind nicht verpflichtet, vergleichende Werbung für Waren oder Dienstleistungen zuzulassen, für die sie Verbote - einschließlich Verbote betreffend Marketingmethoden oder Werbung, die auf schutzbedürftige Verbrauchergruppen abzielt - aufrechterhalten oder einführen.	(20) Die Mitgliedstaaten sind nicht verpflichtet, vergleichende Werbung für Waren oder Dienstleistungen zuzulassen, für die sie unter Einhaltung der Bestimmungen des Vertrages Verbote – einschließlich von Verboten betreffend Marketingmethoden oder Werbung, die auf schutzbedürftige Verbrauchergruppen abzielt, sowie von Verboten, die auf Standesregeln beruhen, die von bestimmten Berufen im Rahmen der Ausübung der von der allgemeinen Rechtsordnung vorgesehenen Selbstverwaltungsbefugnis festgelegt werden – aufrechterhalten oder einführen.
(21) 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 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 -	*Unverändert*
HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:	*Unverändert*
Artikel 1	
Die Richtlinie 84/450/EWG wird wie folgt geändert:	*Unverändert*
1. Der Titel erhält folgende Fassung:	*Unverändert*
"Richtlinie 84/450/EWG des Rates vom 10. September 1984 über irreführende und vergleichende Werbung".	*Unverändert*

2. Artikel 1 erhält folgende Fassung:	*Unverändert*
"Artikel 1	*Unverändert*
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:	*Unverändert*
"2a. 'vergleichende Werbung' jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die Erzeugnisse oder Dienstleistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht;".	*Unverändert*
4. Folgender Artikel wird eingefügt:	*Unverändert*
"Artikel 3a	*Unverändert*
(1) Vergleichende Werbung gilt, was den Vergleich anbelangt, als zuläßig, sofern folgende Bedingungen erfüllt sind:	*Unverändert*
a) sie ist nicht irreführend im Sinne des Artikels 2 Absatz 2, des Artikels 3 und des Artikels 7 Absatz 1;	*Unverändert*
b) sie vergleicht Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung;	*Unverändert*
c) sie vergleicht objektiv eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften dieser Waren und Dienstleistungen, zu denen auch der Preis gehören kann;	c) sie vergleicht objektiv eine oder mehrere wesentliche, 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;	*Unverändert*
e) durch sie werden weder die Marken, die Handelsnamen oder andere Unterscheidungszeichen noch die Waren oder die Dienstleistungen eines Mitbewerbers herabgesetzt oder verunglimpft;	e) durch sie werden weder die Marken, die Handelsnamen oder andere Unterscheidungszeichen noch die Waren, die Dienstleistungen, die persönlichen Eigenschaften oder Verhältnisse eines Mitbewerbers herabgesetzt oder verunglimpft;
f) bei Waren mit Ursprungsbezeichnung bezieht sie sich in jedem Fall auf Waren mit der gleichen Bezeichnung;	*Unverändert*
g) sie nutzt den Ruf einer Marke, eines Handelsnamens oder anderer Unterscheidungszeichen eines Mitbewerbers oder der Ursprungsbezeichnung von Konkurrenzerzeugnissen nicht in unlauterer Weise aus.	*Unverändert*
	h) bei professionellen Dienstleistungen verstößt sie nicht gegen Standesregeln, die unter Einhaltung der Bestimmungen des Vertrages im Rahmen der Ausübung der von der allgemeinen Rechtsordnung vorgesehenen Selbstverwaltungsbefugnis festgelegt werden.
(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."	*Unverändert*

5. Artikel 4 Absatz 1 Unterabsätze 1 und 2 erhalten folgende Fassung:	*Unverändert*
"(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.	*Unverändert*
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,	*Unverändert*
a) gerichtlich gegen eine solche Werbung vorzugehen und/oder	*Unverändert*
b) eine solche Werbung vor eine Verwaltungsbehörde zu bringen, die zuständig ist, über Beschwerden zu entscheiden oder geeignete gerichtliche Schritte einzuleiten."	*Unverändert*
6. Artikel 4 Absatz 2 wird wie folgt geändert:	*Unverändert*
a) In Unterabsatz 1 erhalten die Gedankenstriche folgende Fassung:	*Unverändert*
"- die Einstellung einer irreführenden oder unzuläßigen vergleichenden Werbung anzuordnen oder geeignete gerichtliche Schritte zur Veranlassung der Einstellung dieser Werbung einzuleiten oder	*Unverändert*
- 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,".	*Unverändert*

b) In Unterabsatz 3 erhält der Eingangssatz folgende Fassung: *Unverändert*

"Außerdem können die Mitgliedstaaten den Gerichten oder Verwaltungsbehörden Befugnisse übertragen, die es diesen gestatten, zur Ausräumung der fortdaürnden Wirkung einer irreführenden oder unzuläßigen vergleichenden Werbung, deren Einstellung durch eine rechtskräftige Entscheidung angeordnet worden ist,". *Unverändert*

7. Artikel 5 erhält folgende Fassung: *Unverändert*

"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." *Unverändert*

8. Artikel 7 erhält folgende Fassung: *Unverändert*

"Artikel 7

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

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

(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.

Unverändert

(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."

Unverändert

Artikel 2

(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.

Unverändert

(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.

Unverändert

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

Unverändert

Artikel 3

Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.

Unverändert

Geschehen zu . . .

Im Namen des Rates

Der Präsident

ISSN 0254-1467

KOM(96) 700 endg.

DOKUMENTE

DE **10 08 16**

Katalognummer : CB-CO-96-708-DE-C

ISBN 92-78-13791-X

Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften

L-2985 Luxemburg

14