II

(Vorbereitende Rechtsakte)

KOMMISSION

Geänderter Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über vergleichende Werbung und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende Werbung (1)

(94/C 136/04)

(Text von Bedeutung für den EWR)

KOM(94) 151 endg. — COD 343

(Gemäß Artikel 189a Absatz 2 des EG-Vertrags von der Kommission vorgelegt am 21. April 1994)

(1) ABl. Nr. C 180 vom 11. 7. 1991, S. 14.

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
DER RAT DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —	DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —
gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, insbesondere auf Artikel 100a,	gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 100a,
gestützt auf den Vorschlag der Kommission,	gestützt auf den Vorschlag der Kommission,
	im Annahmeverfahren nach Artikel 189b des Vertrags
in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Parlament,	
gestützt auf die Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses,	gestützt auf die Stellungnahme des Wirtschafts- und Sozialausschusses,
in Erwägung nachstehender Gründe:	in Erwägung nachstehender Gründe:
Eines der Hauptziele der Gemeinschaft ist die Verwirklichung des Binnenmarktes bis spätestens zum 31. Dezember 1992. Es sind geeignete Maßnahmen zur schrittweisen Verwirklichung des Binnenmarktes zu ergreifen. Dieser Binnenmarkt umfaßt einen Raum ohne Binnengrenzen, in dem der freie Verkehr von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital gewährleistet ist.	1. Eines der Hauptziele der Gemeinschaft ist die Verwirklichung des Binnenmarktes. Es sind geeignete Maßnahmen zur schrittweisen Verwirklichung des Binnenmarktes zu ergreifen. Dieser Binnenmarkt umfaßt einen Raum ohne Binnengrenzen, in dem der freie Verkehr von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital gewährleistet ist.
Die Werbung ist ein sehr wichtiges Instrument, mit dem überall in der Gemeinschaft wirksame Märkte für Erzeugnisse und Dienstleistungen erschlossen werden können. Für Form und Inhalt der Werbung müssen im wesentlichen dieselben Vorschriften gelten. Bei der vergleichenden Werbung ist das gegenwärtig jedoch nicht der Fall.	2. Unverändert

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
Mit der Vollendung des Binnenmarktes wird das Angebot immer vielfältiger. Da die Verbraucher aus dem Binnenmarkt größtmöglichen Vorteil ziehen können und sollen, ist die vergleichende Werbung in allen Mitgliedstaaten zuzulassen, weil sie dazu beiträgt, die Vorteile der verschiedenen Erzeugnisse einer Sparte herauszustellen. Im übrigen kann vergleichende Werbung den Wettbewerb zwischen den Anbietern von Waren und Dienstleistungen im Interesse der Verbraucher fördern.	3. Mit der Vollendung des Binnenmarktes wird das Angebot immer vielfältiger. Da die Verbraucher aus dem Binnenmarkt größtmöglichen Vorteil ziehen können und sollen, ist die vergleichende Werbung in allen Mitgliedstaaten unter ganz bestimmten eng gefaßten Bedingungen zuzulassen, weil sie dazu beiträgt, die Vorteile der verschiedenen Erzeugnisse einer Sparte herauszustellen. Unter diesen Bedingungen kann vergleichende Werbung den Wettbewerb zwischen den Anbietern von Waren und Dienstleistungen im Interesse der Verbraucher fördern.
Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über vergleichende Werbung weisen erhebliche Unterschiede auf. Die Werbung reicht über die Grenzen hinaus und wird im Hoheitsgebiet anderer Mitgliedstaaten empfangen. Die jeweilige Zulässigkeit oder Nichtzulässigkeit der vergleichenden Werbung nach den verschiedenen Rechtsvorschriften kann den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr behindern und Wettbewerbsverzerrungen hervorrufen.	4. Die Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über vergleichende Werbung weisen erhebliche Unterschiede auf. Die Werbung reicht über die Grenzen hinaus und wird im Hoheitsgebiet anderer Mitgliedstaaten empfangen. Die jeweilige Zulässigkeit oder Nichtzulässigkeit der vergleichenden Werbung nach den verschiedenen Rechtsvorschriften kann den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr behindern und Wettbewerbsverzerrungen hervorrufen. Vor allem Unternehmen können sich von Konkurrenten entwickelten Arten der Werbung gegenübersehen, denen sie nicht mit gleichen Mitteln begegnen können. Der freie Dienstleistungsverkehr im Bereich der vergleichenden Werbung ist sicherzustellen. Es ist Aufgabe der Union, in einer solchen Situation Abhilfe zu schaffen.
Im sechsten Erwägungsgrund der Richtlinie 84/450/EWG zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung (1) heißt es, 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. Unverändert
Ziffer 3 Buchstabe d) des Anhangs der Entschließung des Rates vom 14. April 1975 betreffend ein Erstes Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher (2) 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 zur Unterrichtung der Verbraucher (3) bekräftigt, in dessen Anhang in Ziffer 40 ausdrücklich von der Information der Verbraucher die Rede ist; vergleichende Werbung stellt, wenn sie sachliche und nachprüfbare Einzelheiten vergleicht und weder irreführend noch unlauter ist, ein zulässiges Mittel zur Unterrichtung der Verbraucher in deren Interesse dar.	6. Ziffer 3 Buchstabe d) des Anhangs der Entschließung des Rates vom 14. April 1975 betreffend ein Erstes Programm der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zum Schutz und zur Unterrichtung der Verbraucher (2) 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 zur Unterrichtung der Verbraucher (3) bekräftigt, in dessen Anhang in Ziffer 40 ausdrücklich von der Information der Verbraucher die Rede ist; vergleichende Werbung kann, wenn sie sachliche, jederzeit nachprüfbare Einzelheiten vergleicht und weder irreführend noch unlauter ist, ein zulässiges Mittel zur Unterrichtung der Verbraucher in deren Interesse darstellen.

(1) ABl. Nr. L 250 vom 19. 9. 1984, S. 17.
(2) ABl. Nr. C 92 vom 25. 4. 1975, S. 1.
(3) ABl. Nr. C 133 vom 3. 6. 1981, S. 1.

(1) ABl. Nr. L 250 vom 19. 9. 1984, S. 17
(2) ABl. Nr. C 92 vom 25. 4. 1975, S. 1.
(3) ABl. Nr. C 133 vom 3. 6. 1981, S. 1.

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
Es sind objektive Beurteilungsmaßstäbe dafür festzulegen, welche Handlungen der vergleichenden Werbung unlauter sind und daher den Wettbewerb verzerren, die Mitbewerber schädigen und die Entscheidung der Verbraucher negativ beeinflussen können.	7. Unverändert
Damit vergleichende Werbung nicht in einer unlauteren und wettbewerbswidrigen Weise betrieben wird, sind Vergleiche nur zwischen gleichartigen Waren und Dienstleistungen zuzulassen, die von Mitbewerbern angeboten werden.	8. Unverändert
Vergleichende Tests, die von Dritten vorgenommen werden, können eine wertvolle Grundlage für vergleichende Werbung abgeben. Diese unabhängig geleistete Arbeit ist jedoch davor zu schützen, daß ihre Ergebnisse von Werbenden unerlaubterweise verwertet werden. Werbende, die sie erlaubterweise verwerten, müssen selbst die Verantwortung dafür übernehmen.	Gestrichen
Gemäß Artikel 5 der Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 (1) betreffend die Angleichung des Rechtes der Mitgliedstaaten über Warenzeichen steht dem Inhaber eines eingetragenen Warenzeichens ein Ausschließlichkeitsrecht zu, das insbesondere das Recht einschließt, jedem Dritten im geschäftlichen Verkehr den Gebrauch eines identischen oder ähnlichen Zeichens für identische Produkte oder Dienstleistungen, gegebenenfalls sogar für andere Produkte, zu untersagen.	9. Unverändert
Indessen kann es für eine wirksame vergleichende Werbung unerläßlich sein, Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers dadurch erkennbar zu machen, daß auf ein ihm gehörendes Warenzeichen oder auf seinen Handelsnamen Bezug genommen wird.	10. Unverändert
Ein derartiger Gebrauch, sofern er unter Beachtung der in dieser Richtlinie aufgestellten Bedingungen gemacht wird und insbesondere nicht mit dem Ziel erfolgt, den Ruf eines anderen Warenzeichens auszubeuten, stellt jedoch keine Verletzung des Ausschließlichkeitsrechts Dritter dar, da er nicht zum Zweck hat, sich dessen Bekanntheit anzueignen sondern gerade den, sich hiervon zu unterscheiden, demgemäß also die Unterschiede objektiv herauszustellen.	11. Ein derartiger Gebrauch von Warenzeichen oder Handelsnamen anderer stellt jedoch nur dann keine Verletzung des Ausschließlichkeitsrechts Dritter dar, sofern er unter Beachtung der in dieser Richtlinie aufgestellten Bedingungen erfolgt, insbesondere nicht das Ziel hat, den Ruf eines anderen Warenzeichens auszubeuten, und wenn er lediglich beabsichtigt, eine Unterscheidung vorzunehmen, demgemäß also die Unterschiede objektiv herauszustellen.
Es ist dafür zu sorgen, daß dieselben gerichtlichen und/oder verwaltungsmäßigen Rechtsbehelfe wie in den Artikeln 4 und 5 der Richtlinie 84/450/EWG zur Verfügung stehen, um die vergleichende Werbung zu kontrollieren, die den in dieser Richtlinie festgelegten Kriterien der Lauterkeit nicht entspricht.	12. Es ist dafür zu sorgen, daß dieselben gerichtlichen und/oder verwaltungsmäßigen Rechtsbehelfe wie in den Artikeln 4 und 5 der Richtlinie 84/450/EWG zur Verfügung stehen, um die vergleichende Werbung zu kontrollieren, die den in dieser Richtlinie festgelegten Kriterien der Lauterkeit nicht entspricht. Übrigens gilt Artikel 6 auch für vergleichende Werbung.

(1) ABl. Nr. L 40 vom 12. 2. 1989, S. 1.

(1) ABl. Nr. L 40 vom 12. 2. 1989, S. 1.

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
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, kann nicht für vergleichende Werbung gelten, da der Zweck der vorliegenden Änderung gerade darin besteht, sie unter denselben Voraussetzungen auf einem hohen Schutzniveau in allen Mitgliedstaaten zuzulassen —	13. Unverändert
	14. Es ist klarzustellen, daß diese Richtlinie die Rechtsvorschriften der Gemeinschaft betreffend die Werbung für bestimmte Waren und/oder Dienstleistungen bzw. betreffend den werbespezifischen Inhalt bestimmter Medien nicht einschränkt.
	15. Die Zulassung der vergleichenden Werbung unter den in der Richtlinie aufgestellten Bedingungen ist notwendig für die Verwirklichung des Binnenmarktes, weshalb eine Aktion auf Gemeinschaftsebene benötigt wird. Die Annahme einer Richtlinie ist ein geeignetes Instrument, da sie einheitliche und allgemeine Prinzipien festlegt, es aber den Mitgliedstaaten überläßt, die Form und die geeignete Methode zu wählen, um diese Ziele zu erreichen. Sie entspricht daher dem Subsidiaritätsprinzip —
HAT FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:	HABEN FOLGENDE RICHTLINIE ERLASSEN:
Artikel 1	*Artikel 1*
Die Richtlinie 84/450/EWG wird wie folgt geändert:	Unverändert
1. Der Titel wird durch folgenden Titel ersetzt:	
„Richtlinie des Rates vom 10. September 1984 über irreführende und vergleichende Werbung“	
2. In Artikel 2 erhält Ziffer 3 folgende Fassung:	
„3. ‚Vergleichende Werbung‘ jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder dessen gleichartige Erzeugnisse oder Dienstleistungen erkennbar macht;	
4. ‚Personen‘ jede natürliche oder juristische Person.“	
3. Folgender Artikel wird eingefügt:	
„Artikel 3a	*„Artikel 3a*
(1) Vergleichende Werbung ist zulässig, sofern sie sich auf wesentliche, sachliche, nachprüfbare und lauter ausgewählte Eigenschaften von Erzeugnissen oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers bezieht und	(1) Vergleichende Werbung ist nur zulässig, sofern sie sich auf wesentliche, sachliche, jederzeit nachprüfbare, lauter ausgewählte und typische Eigenschaften von Erzeugnissen oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers bezieht und
a) nicht irreführend ist;	a) nicht irreführend ist;

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
b) auf dem Markt keine Verwechslung zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den Warenzeichen, Handelsnamen, den Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Werbenden und denen eines Mitbewerbers verursacht;	b) auf dem Markt nicht die Gefahr einer Verwechslung zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den Warenzeichen, Handelsnamen, anderen unterscheidenden Kennzeichen, den Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Werbenden und denen eines Mitbewerbers verursacht;
c) weder einen Mitbewerber oder dessen Warenzeichen, Handelsnamen, Erzeugnisse oder Dienstleistungen herabsetzt, verunglimpft oder verächtlich macht noch hauptsächlich darauf abzielt, den Ruf eines Warenzeichens oder des Handelsnamens eines Mitbewerbers auszubeuten.	c) weder Warenzeichen, Handelsnamen, Erzeugnisse oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers herabsetzt, verunglimpft oder verächtlich macht noch hauptsächlich darauf abzielt, den Ruf eines Warenzeichens oder des Handelsnamens eines Mitbewerbers auszubeuten;
	d) nicht gegen die Persönlichkeit oder die persönliche Situation eines Mitbewerbers gerichtet ist.
(2) In der Werbung ist die Erwähnung oder die Wiedergabe der Ergebnisse von vergleichenden Tests von Erzeugnissen oder Dienstleistungen, die von einem Dritten vorgenommen werden, nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Person zulässig, die den Test durchgeführt hat. In solchen Fällen übernimmt der Werbende die Verantwortung für den vergleichenden Test, als ob er von ihm selbst oder unter seiner Leitung vorgenommen worden wäre.“	Gestrichen
	(2) Handelt es sich bei den vergleichenden Gütern und Dienstleistungen um Sonderangebote oder um befristete Angebote, so muß im Rahmen der vergleichenden Werbung der Zeitraum angegeben werden, für den diese Angebote gelten.“
4. Artikel 4 Absatz 1 erhält folgende Fassung:	4. 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 Kontrolle der vergleichenden Werbung.	
Diese Möglichkeiten müssen Rechtsvorschriften umfassen, die es den Personen oder Organisationen, die nach dem nationalen Recht ein berechtigtes Interesse an der Bekämpfung irreführender Werbung und der Kontrolle der vergleichenden Werbung haben, ermöglichen,	
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.	

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
Jedem Mitgliedstaat bleibt vorbehalten zu entscheiden, welche dieser Möglichkeiten gegeben sein soll und ob das Gericht oder die Verwaltungsbehörde ermächtigt werden soll, vorab die Durchführung eines Verfahrens vor anderen bestehenden Einrichtungen zur Regelung von Beschwerden, einschließlich der in Artikel 5 genannten Einrichtungen, zu verlangen."	
5. Artikel 4 Absatz 2 erhält folgende Fassung:	5. Unverändert
„(2) Im Rahmen der in Absatz 1 genannten Rechtsvorschriften übertragen die Mitgliedstaaten den Gerichten oder Verwaltungsbehörden Befugnisse, die sie ermächtigen, in Fällen, in denen sie diese Maßnahmen unter Berücksichtigung aller betroffenen Interessen und insbesondere des Allgemeininteresses für erforderlich halten,	
— die Einstellung einer irreführenden Werbung oder einer vergleichenden Werbung anzuordnen oder geeignete gerichtliche Schritte zur Veranlassung der Einstellung dieser Werbung einzuleiten,	
oder	
— sofern eine irreführende oder vergleichende Werbung noch nicht veröffentlicht ist, die Veröffentlichung aber bevorsteht, die Veröffentlichung zu untersagen oder geeignete gerichtliche Schritte zur Veranlassung der Untersagung dieser Veröffentlichung einzuleiten,	
auch wenn kein Beweis eines tatsächlichen Verlustes oder Schadens oder der Absicht oder Fahrlässigkeit seitens des Werbenden erbracht wird.	
Die Mitgliedstaaten sehen ferner vor, daß die in Unterabsatz 1 bezeichneten Maßnahmen im Rahmen eines beschleunigten Verfahrens mit	
— vorläufiger oder	
— endgültiger	
Wirkung getroffen werden können, wobei jedem Mitgliedstaat vorbehalten bleibt zu entscheiden, welche dieser beiden Möglichkeiten gewählt wird.	
Außerdem können die Mitgliedstaaten den Gerichten oder Verwaltungsbehörden Befugnisse übertragen, die sie ermächtigen, zur Ausräumung der fortdauernden Wirkung einer irreführenden oder einer vergleichenden Werbung, deren Einstellung durch eine rechtskräftige Entscheidung angeordnet worden ist,	
— die Veröffentlichung dieser Entscheidung ganz oder auszugsweise und in der von ihnen für angemessen erachteten Form zu verlangen;	
— außerdem die Veröffentlichung einer berichtigenden Erklärung zu verlangen."	

URSPRÜNGLICHER VORSCHLAG	GEÄNDERTER VORSCHLAG
6. Artikel 5 erhält folgende Fassung:	6. 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.“	
7. Artikel 7 erhält folgende Fassung:	7. Artikel 7 erhält folgende Fassung:
„*Artikel 7*	„*Artikel 7*
(1) Diese Richtlinie hindert die Mitgliedstaaten nicht daran, Bestimmungen aufrechtzuerhalten 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.	(1) Unverändert
(2) Absatz 1 gilt nicht für vergleichende Werbung.“	(2) Unverändert
	(3) Diese Richtlinie beeinträchtigt nicht die für die Werbung für bestimmte Erzeugnisse und/oder Dienstleistungen bzw. die für den werbespezifischen Inhalt bestimmter Medien geltenden Rechtsvorschriften der Gemeinschaft.“
Artikel 2	*Artikel 2*
Die Mitgliedstaaten erlassen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften, um dieser Richtlinie bis spätestens 31. Dezember 1992 nachzukommen. Sie unterrichten die Kommission unverzüglich davon.	(1) Die Mitgliedstaaten erlassen die erforderlichen Rechts- und Verwaltungsvorschriften, um dieser Richtlinie bis spätestens 31. Dezember 1995 nachzukommen. Sie unterrichten die Kommission unverzüglich davon.
Wenn die Mitgliedstaaten diese Vorschriften erlassen, nehmen sie in diesen Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten dieser Bezugnahme.	(2) Wenn die Mitgliedstaaten diese Vorschriften erlassen, nehmen sie in diesen Vorschriften selbst oder durch einen Hinweis bei der amtlichen Veröffentlichung auf diese Richtlinie Bezug. Die Mitgliedstaaten regeln die Einzelheiten dieser 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 3	*Artikel 3*
Diese Richtlinie ist an die Mitgliedstaaten gerichtet.	Unverändert