

Staatssekretariat für Wirtschaft sec  
Effingerstrasse 1  
3003 Bern

Zürich, 15. August 2006 HSC

### **Vernehmlassung zur Anpassung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb**

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, zur vorgeschlagenen Änderung des UWG Stellung nehmen zu können. Ausgangspunkt der Vorlage bilden Wünsche der UEFA, die – im Zusammenhang mit der Fussball-Europameisterschaft (EURO 08), die in der Schweiz und in Österreich stattfinden wird – Lücken in der Schweizerischen Gesetzgebung ortet, die den Schutz ihrer kommerziellen Rechte beeinträchtigen könnten. So fordert die UEFA gesetzliche Grundlagen zur Bekämpfung von verdeckten Marketingaktivitäten („Ambush“-Marketing“), ein Eingreifen von Amtes wegen bei Verletzung von Immaterialgüterrechten und ein Werbeverbot an offiziellen Plätzen für nicht offizielle Partner.

Der **KV Schweiz** steht der Vorlage **skeptisch** gegenüber. Wie Sie in den Unterlagen ausführen, enthält das UWG aber bereits heute – wenngleich ohne explizite Nennung dieses Tatbestandes - Instrumente zur Bekämpfung von Ambush-Marketing<sup>1</sup> Letzteres ist ein Verhalten, mit dem ein Unternehmen in seiner Werbung bewusst eine Assoziation zu einem Anlass – hier der EURO 08 – herzustellen sucht, um von diesem Anlass zu profitieren, ohne einen eigenen Beitrag – etwa in Form eines Sponsoring zu leisten („Trittbrettfahrer-Marketing“). Die von Ihnen mit Art. 3 Bst. e<sup>bis</sup> UWG<sup>2</sup> vorgeschlagene scheinbar präzisere Erfassung des „Ambush-Marketing“, lässt gleichwohl wichtige Fragen offen. Wann wäre ein „hinreichender Grund“ gegeben und wann nicht, und wann genau wäre ein Verhalten als „schmarotzerisch“ zu bezeichnen? Diese Begriffe wären in jedem Fall weiter zu präzisieren.

---

<sup>1</sup> Generalklausel gem. Art. 2 UWG; Unlautere Werbe- und Verkaufsmethoden und anderes widerrechtliches Verhalten gem. Art. 3, insbesondere Bst. b (Irreführung) und d (Verwechslung).

<sup>2</sup> Art. 3 e - : „Unlauter handelt, wer ohne hinreichenden Grund in schmarotzerischer Weise Bezug auf Dritte, ihre Ware, Werke oder Leistungen nimmt und dadurch deren Ruf ausnutzt“

Die weiteren Forderungen der UEFA erachten wir in jedem Fall als zu weitgehend. Wir teilen Ihre Einschätzung, dass unzulässige Verwendungen von Eintrittskarten (Weitergabe, unerlaubter Weiterverkauf oder kommerzielle Verwendung etwa im Rahmen von Wettbewerben) durch geeignete Massnahmen der Veranstalter selbst (z.B. personalisierte Eintrittskarten) vermieden werden können. Die beiden andern von der UEFA vorgeschlagenen Massnahmen – Eingreifen *von Amtes wegen* bei Verletzung von Immaterialgüterrechten und Mitwirkung zur Durchsetzung von Werbeverboten an öffentlichen Plätzen für nicht offizielle Partner – führten aber faktisch dazu, den Veranstaltern „Monopolrenten“ zu sichern. Dies wäre aber ein klarer Verstoss gegen das Wettbewerbsprinzip.

**Fazit:**

Wir erachten die Ergänzung des UWG durch Art. 3 Bst e<sup>bis</sup> als nicht zwingend, da schon das bisherige Gesetz Instrumente zur Bekämpfung von Ambush-Marketing enthält. Die weiteren Forderungen, wie sie von der UEFA vorgebracht worden sind, lehnen wir klar ab.

Wir danken Ihnen für die Aufmerksamkeit, die Sie unseren Ausführungen schenken.

Freundliche Grüsse

Kaufmännischer Verband Schweiz

Mario Fehr  
Präsident

Prof. Dr. Edi Class  
Generalsekretär