Zweite Kammer/ Deuxième Chambre 5.11.2014

1. Verfahren/Procédures

a) Nr. 194/14
(Konsumkredite – Berechnungsbeispiel, Firmenbezeichnung auf Werbeflyer)

b) Nr. 204/14
(Impressumspflicht – Angabe der E-Mail Kontaktadresse)

c) Nr. 188/14
(Direktmarketing – Werbe-E-Mails trotz Sterneintrag, mehrfacher Abmahnung, ohne Abmeldemöglichkeit)

d) Nr. 200/14
(Direktmarketing – Unerwünschte Faxwerbung für Jobangebote trotz Sterneintrag und Abmahnung)

1. Verfahren/Procédures

a) **Nr. 194/14**
(Konsumkredite – Berechnungsbeispiel, Firmenbezeichnung auf Werbeflyer)

Die **Zweite Kammer**,

in Erwägung:

1 Der Beschwerdeführer macht geltend, dass die Zins- und Firmenangaben in einem Werbeflyer für Konsumkredite der Beschwerdegegnerin unrichtig und irreführend seien. Damit werde unter anderem gegen Art. 3 Abs. 1 lit. k des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstossen.

2 Die Beschwerdegegnerin erläutert in ihrer Beschwerdeantwort, weshalb die Zinsangaben korrekt seien. Betreffend Firmenangabe räumt die Beschwerdegegnerin ein, dass diese im Flyer nicht vollständig war und sichert zu, dies inskünftig anzupassen.

3 Die Beschwerdegegnerin bewirbt auf ihrem Werbeflyer die Vergabe von «Barkrediten bis CHF 250'000.–» und weist beim Claim «Brauchen Sie Geld? Verwirklichen Sie Ihre Träume» auf einen Zinssatz ab 7.9% hin. Unmittelbar neben dem zitierten Claim und dem Zinssatzhinweis wird ein Berechnungsbeispiel angeführt, welches bei einem «Kapital» von CHF 10'000.– einen «Zins für 12 Monate» von CHF 417.80 ausweist. Weitere Spezifikationen zum Berechnungsbeispiel oder zu den Bedingungen, oder aber wann der Zinssatz von 7.9% gilt, finden sich nicht. Ebensowenig werden beim Berechnungsbeispiel die Gesamtkosten des Kredits oder der effektive Jahreszins, welcher offensichtlich nicht 7.9% sein kann, angegeben. Als Kreditgeberin wird auf dem Werbeflyer eine «[redacted] GmbH» bezeichnet.

4 Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. k UWG handelt unlauter, wer es bei öffentlichen Auskündigungen über einen Konsumkredit unterlässt, seine Firma eindeutig zu bezeichnen oder den Nettobetrag des Kredits, die Gesamtkosten des Kredits und den effektiven Jahreszins deutlich anzugeben.

5 Nach Ansicht der Lauterkeitskommission verstösst die inkriminierte kommerzielle Kommunikation gegen die zitierte Bestimmung des UWG sowie gegen das allgemeine lauterkeitsrechtliche Irreführungsverbot. Der Durchschnittsadressat geht davon aus, dass der günstigste Kredit zu einem Jahreszins zu 7.9% erhältlich ist. Bei Betrachtung des Berechnungsbeispiels ist die Verwendung dieses Zinssatzes jedoch in keiner Weise erkennbar, ebensowenig der im Sinne von Art. 33 des Bundesgesetzes über den Konsumkredit (KKG) zu berechnende effektive Jahreszins oder die Gesamtkosten des Kredits. Der durch die Beschwerdegegnerin geltend gemachte monatliche Rückzahlungsmodus wird im Beispiel mit keinem Wort erwähnt und ist dem Werbemittel auch nicht an anderer Stelle zu entnehmen. Wenn ein Zinssatz ab 7.9% beworben wird, muss im Sinne von Art. 13 der Preisbekanntgabeverordnung (PBV) ein Berechnungsbeispiel angeführt werden, welches diesen Zinssatz beinhaltet und die übrigen Faktoren wie Laufzeit, Rückzahlungsmodalitäten etc. spezifiziert. Das im vorliegenden Fall unspezifizierte Berechnungsbeispiel und die nicht näher spezifizierte Angabe von einem Ab-Zinssatz sind für den Durchschnittsadressaten in klarer Weise irreführend.

6 Die Firmenbezeichnung muss eine genaue Identifikation des Kreditgebers ermöglichen, weshalb in der kommerziellen Kommunikation die exakte Firma und das Domizil gemäss Handelsregister anzugeben sind. Im vorliegenden Fall entspricht die Firmenbezeichnung nicht dem Handelsregistereintrag, welcher als Firma der Beschwerdegegnerin «[redacted] GmbH» anführt. Wie die Beschwerdegegnerin bereits eingeräumt hat, werde der Adressat des Werbeflyers nicht hinreichend über die Firma und ihre Rechtsform aufgeklärt, weshalb sie in dieser Hinsicht ihre Kommunikation den gesetzlichen Anforderungen anpassen werde.

7 Nur nebenbei sei erwähnt, dass die inkriminierte kommerzielle Kommunikation ebenfalls gegen Art. 3 Abs. 1 lit. n UWG verstösst, da der Hinweis fehlt, dass eine Kreditvergabe verboten ist, falls sie zur Überschuldung der Konsumentin oder des Konsumenten führt. Ein entsprechender Hinweis im Antrag allein reicht diesbezüglich nicht aus.

8 Die Beschwerde ist aus all diesen Gründen gutzuheissen.

beschliesst:

Der Beschwerdegegnerin wird empfohlen, inskünftig in ihrer kommerziellen Kommunikation für Konsumkredite die Angaben gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. k UWG vollständig und klar zu kommunizieren und, wie zugesichert, die Firma eindeutig zu bezeichnen.

b) Nr. 204/14
(Impressumspflicht – Angabe der E-Mail Kontaktadresse)

Die **Zweite Kammer**,

in Erwägung:

1 Der Beschwerdeführer bemängelt, dass auf der Webseite der Beschwerdegegnerin weder im Impressum noch unter der Rubrik «Kontakt» oder sonstwo eine E-Mail-Adresse angegeben sei. Das verstosse gegen Art. 3 Abs. 1 lit. s des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

2 Die Beschwerdegegnerin macht geltend, dass das Impressum vollständig sei. Die Pflicht der Nennung einer E-Mail-Adresse entfalle aufgrund des Ausnahmetatbestandes von Art. 3 Abs. 2 UWG. Denn das Online-Kontaktformular diene der vergleichbaren individuellen Kommunikation.

3 Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG handelt unlauter, wer Waren, Werke oder Leistungen im elektronischen Geschäftsverkehr anbietet und es dabei unterlässt, klare und vollständige Angaben über seine Identität und seine Kontaktadresse einschliesslich derjenigen der elektronischen Post zu machen.

4 Die Impressumspflicht gilt somit nur für Webseiten, welche auf einen Vertragsschluss in elektronischer Form ausgerichtet sind, wobei der Vertrag über eine entsprechende Plattform im Internet selbst und nicht durch den Austausch von E-Mails abgeschlossen werden muss (vgl. die Ausnahmebestimmung in Art. 3 Abs. 2 UWG). Ob die Beschwerdegegnerin ihre Webseite darauf ausrichtet, dass darüber elektronische Vertragsschlüsse erfolgen sollen, kann offen gelassen werden, da die Beschwerde aus den nachfolgenden Gründen abzuweisen ist.

5 Die in Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG erwähnten technischen Schritte sind erforderlich, um den besonderen Umständen des Austausches der Willensäusserungen im elektronischen Geschäftsverkehr Rechnung tragen zu können. Die Angabe der «Kontaktadresse einschliesslich derjenigen der elektronischen Post» hat den Zweck, vor oder nach Vertragsabschluss mit dem tatsächlich existierenden Betreiber der Webseite, also dem Vertragspartner, in Kontakt treten zu können. Das UWG verlangt dabei nicht explizit die Angabe einer E-Mail-Adresse. Nach Ansicht der Lauterkeitskommission kann ein Kontaktformular den Zweck dieser Bestimmung genauso erfüllen wie die Angabe einer korrekten und vollständigen E-Mail-Adresse. Gerade bei Grossanbietern kann die Verwendung eines Kontaktformulars überdies den Vorteil mit sich bringen, dass die eingehenden Anfragen gezielter und effizienter zugewiesen und beantwortet werden können, als wenn eine allgemeine E-Mail-Adresse angegeben wird.

6 Aus diesen Gründen vermag die Lauterkeitskommission im vorliegenden Fall kein unlauteres Verhalten zu erkennen. Die Beschwerde ist daher abzuweisen.

beschliesst:

Die Beschwerde wird abgewiesen.

c) **Nr. 188/14**
(Direktmarketing – Werbe-E-Mails trotz Sterneintrag, mehrfacher Abmahnung, ohne Abmeldemöglichkeit)

Die **Zweite Kammer**,

in Erwägung:

1 Trotz gemäss Beschwerde mehrmaliger Abmeldung per E-Mail erhalte die Beschwerdeführerin nach wie vor Werbemails von der Beschwerdegegnerin.

2 Die Beschwerdegegnerin macht geltend, aufgrund eines Fehlers sei nur die Adresse «info@[redacted].ch» gelöscht worden und nicht auch die zweite Adresse «[redacted]@[redacted].ch». Diese zweite Adresse sei unverzüglich auch gelöscht worden.

3 Wer Verkaufsmethoden im Fernabsatz anwendet, hat gemäss Grundsatz Nr. 4.4 Ziff. 2 der Schweizerischen Lauterkeitskommission zu gewährleisten, dass niemand kontaktiert wird, der nach einer Kontaktnahme erklärt hat, keine kommerzielle Kommunikation mehr erhalten zu wollen. Wer wie vorliegend dagegen verstösst, handelt unlauter. Zudem handelt unlauter, wer Massenwerbung ohne direkten Zusammenhang mit einem angeforderten Inhalt fernmeldetechnisch sendet oder solche Sendungen veranlasst und es dabei unterlässt, vorher die Einwilligung der Kunden einzuholen (Art. 3 lit. o des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)) bzw. einen ausdrücklichen Entzug einer solchen Einwilligung zu beachten. Verstösse gegen diese Bestimmung können zivil- und strafrechtlich verfolgt werden. Das Gesetz sieht bei vorsätzlichem Handeln zum Beispiel eine Bestrafung von Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe vor (Art. 23 UWG).

4 Unlauteres Verhalten liegt auch dann vor, wenn kein Verschulden bejaht werden kann. Es kann daher offen bleiben, ob die Beschwerdegegnerin vorsätzlich oder fahrlässig gehandelt hat.

5 Die wiederholte Zustellung von Werbemails durch die Beschwerdegegnerin war im vorliegenden Fall in klarer Weise unzulässig. Dies hat die Beschwerdegegnerin erkannt und hat sich der Beschwerde unterzogen. Die Beschwerde ist gutzuheissen.

beschliesst:

Der Beschwerdegegnerin wird empfohlen, an die E-Mail-Adresse der Beschwerdeführerin inskünftig gemäss eigener Zusicherung keine kommerzielle Kommunikation mehr zu senden.

d) Nr. 200/14
(Direktmarketing – Unerwünschte Faxwerbung für Jobangebote trotz Sterneintrag und Abmahnung)

Die **Zweite Kammer**,

in Erwägung:

1 Trotz Sterneintrag und Abmahnung per E-Mail erhalte die Beschwerdeführerin nach wie vor Faxwerbung von der Beschwerdegegnerin.

2 Die Beschwerdegegnerin ist offensichtlich ein Fehler unterlaufen. Sie hat sich gemäss Stellungnahme bei der Beschwerdeführerin entschuldigt und ihr zugesichert, dass sie keine weitere Faxwerbung mehr erhalten werde.

3 Wer Verkaufsmethoden im Fernabsatz anwendet, hat gemäss Grundsatz Nr. 4.4 Ziff. 2 der Schweizerischen Lauterkeitskommission zu gewährleisten, dass niemand kontaktiert wird, der zum Beispiel durch einen Sterneintrag oder nach einer Kontaktnahme erklärt hat, keine kommerzielle Kommunikation mehr erhalten zu wollen.

4 Damit war die wiederholte Zustellung der direkt adressierten Werbesendungen durch die Beschwerdegegnerin im vorliegenden Fall in klarer Weise unzulässig. Dies hat die Beschwerdegegnerin erkannt und hat sich der Beschwerde unterzogen. Die Beschwerde ist gutzuheissen.

beschliesst:

Der Beschwerdegegnerin wird empfohlen, der Beschwerdeführerin inskünftig gemäss eigener Zusicherung keine direkt adressierte Werbung mehr zukommen zu lassen.