

**Gordian Deger, LL.M.**Rechtsanwalt
Partner der Kanzlei

deger[at]avocat.de

10.04.2015: WETTBEWERBSRECHT FRANKREICH

**Frankreich passt nationale Bestimmungen zur
Veranstaltung von Gewinnspielen an EU-Recht an**

Absatzfördernde Maßnahmen in Form von Preisausschreiben und Gewinnspielen werden in Frankreich unter dem Begriff *loteries publicitaires* (Werbelotterien) zusammengefasst. Für solche Gewinnspiele galten bislang strenge Regelungen. Gemäß dem französischen Verbrauchergesetzbuch waren Werbelotterien grundsätzlich verboten, wenn die Teilnahme daran nicht kostenlos war. Darüber hinaus unterlagen derartige Maßnahmen strengen Formalitäten, wie etwa der Verpflichtung, ein Regelwerk für die Teilnahme an der jeweiligen Lotterie zu verfassen und dieses zur Prüfung bei einem Gerichtsvollzieher zu hinterlegen.

In einem Urteil vom 14. Januar 2010 hat der Europäische Gerichtshof jedoch darauf hingewiesen, dass die Richtlinie 2005/29/EG vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern eine erschöpfende Liste von Geschäftspraktiken enthält, die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind, und bekräftigt, dass nur diese Geschäftspraktiken einem pauschalen Verbot unterliegen dürfen. Geschäftspraktiken, die nicht auf dieser „schwarzen Liste“ stehen, dürfen hingegen nur dann verboten werden, wenn sie unlauter sind, was wiederum einer Beurteilung des Einzelfalls bedarf. Da kostenpflichtige Gewinn-

Büro Köln
Konrad-Adenauer-Ufer 71
D-50668 KölnIhr Ansprechpartner:
Herr Gordian Deger
[deger\[at\]avocat.de](mailto:deger[at]avocat.de)
Tel. 00 49 - (0)2 21 - 1 39 96 96 0
Fax 00 49 - (0)2 21 - 1 39 96 96 69
www.avocat.deHinweis auf kommende
Veranstaltungen:**21. April 2015 – Köln**
Arbeitsrecht in Frankreich**22. April 2015 – Webinar**
Fit für Frankreich – in 30 Min.
AGB und Verträge mit französischen
Kunden und Lieferanten**23. April 2015 – IHK Bochum**
Vertrieb in Frankreich**05. Mai 2015 - Köln**
Die französische Tochtergesellschaft in
der Krise**07. Mai 2015 – Webinar**
Fit für Frankreich – in 30 Min.
Wie ist der Vertrieb in Frankreich zu
gestalten?**19. Mai 2015 – Webinar**
Fit für Frankreich – in 30 Min.
Arbeitsrecht in Frankreich und worauf
Sie unbedingt achten sollten!**20. Mai 2015 – Webinar**
Fit für Frankreich – in 30 Min.
Geschäftsführer im FrankreichgeschäftWeitere Informationen zu unseren
Veranstaltungen finden Sie [hier](#).



spiele nicht Bestandteil besagter Liste sind, trifft Letzteres auch auf diese zu.

Artikel 4 der Richtlinie 2005/29/EG sieht zudem vor, dass die Mitgliedsstaaten keine strengeren Regeln erlassen dürfen, als die in der Richtlinie vorgesehenen, so dass eine nationale Regelung, die eine nicht auf der Liste aufgeführte Geschäftspraktik grundsätzlich für unzulässig erklärt, der Richtlinie 2005/29 entgegensteht.

Was ändert sich?

Mit dem französischen Gesetz Nr. 2014-1545 vom 20. Dezember 2014 hat der französische Gesetzgeber nun die Bestimmungen zu einem generellen Verbot entgeltlicher Gewinnspiele sowie die Einschränkungen für kostenlose Gewinnspiele aus dem französischen Verbrauchergesetzbuch gestrichen. Künftig bleibt nur Artikel L. 121-36 des französischen Verbrauchergesetzbuchs, der vorsieht, dass Gewinnspiele zulässig sind, sofern sie nicht im Einzelfall unlauter im Sinne des Artikels L. 120-1 sind.

Für die Organisatoren von Gewinnspielen stellt dies eine erhebliche Vereinfachung dar. Denn mit dem Wegfall der bis dato obligatorischen Formalitäten entfällt unter anderem auch die Verpflichtung zur Erstellung und Hinterlegung der Spielregeln bei einem Gerichtsvollzieher. Durch den Wegfall des Verbots der entgeltlichen Teilnahme an Gewinnspielen sind Unternehmer überdies nicht mehr verpflichtet, Verbrauchern etwaige Kosten zurückzuerstatten.

Worauf ist zu achten?

Bei allen Freiheiten, die das neue Gesetz den Organisatoren von Gewinnspielen bietet, darf nicht außer Acht gelassen werden, dass diese nur dann zulässig sind, wenn sie nicht unlauter im Sinne des Artikels L. 120-1 des französischen Verbrauchergesetzbuchs sind. Als unlauter im Sinne des Artikels L. 120-1 gilt eine Geschäftspraktik, *„wenn sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers, der angemessen gut unterrichtet und angemessen aufmerksam und kritisch ist, in Bezug auf eine Ware oder eine Dienstleistung wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen“*. Angesichts dieser eher vagen Formulierung stellt sich die Frage, welche Geschäftspraktiken tatsächlich unter das Merkmal der Unlauterkeit fallen. Gemäß Artikel L. 120-1 gelten insbesondere solche Geschäftspraktiken als unlauter, die irreführend im Sinne der Artikel L. 121-1 und L. 121-1-1 oder aggressiv im Sinne der Artikel L. 122-11 und L. 122-11-1 des französischen Verbrauchergesetzbuchs sind. Ein Beispiel für eine irreführende Geschäftspraktik wäre damit etwa ein Gewinnspiel, welches als kostenlos angepriesen wird, obwohl die Teilnahme in Wirklichkeit kostenpflichtig ist (vgl. Art. L. 121-1-1, 19° frz. Verbrauchergesetzbuch).

Wird eine Geschäftspraktik als irreführend oder aggressiv eingestuft, droht dem Unternehmer eine Freiheitsstrafe von zwei Jahren und ein Bußgeld von bis zu 1.500.000 €, wobei Letzteres proportional zu den aus dem Verstoß gezogenen Vorteilen auf bis zu 50 % des



durchschnittlichen Jahresumsatzes oder – betrifft nur den Fall der irreführenden Geschäftspraktiken – auf bis zu 250 % der für die Umsetzung der Geschäftspraktik aufgewendeten Ausgaben angehoben werden kann (vgl. Artikel L. 121-6 und L. 122-12 frz. Verbrauchergesetzbuch).

Um zu vermeiden, dass eine Geschäftspraktik als unlauter eingestuft wird, sollten Unternehmer darauf achten, dass die an den Verbraucher gerichteten Werbeunterlagen alle gesetzlichen oder wichtigen Hinweise (z.B. zu Teilnahmebedingungen und -beschränkungen, Kosten, Details zu den Gewinnen etc.) enthalten. Die Erstellung eines Regelwerks und dessen Hinterlegung bei einem Gerichtsvollzieher ist künftig zwar freiwilliger Natur, können aber u.U. im Streitfall als Beleg der Lauterkeit des betreffenden Gewinnspiels dienen.

Darüber hinaus sollten Organisatoren von Gewinnspielen natürlich die französischen Datenschutzbestimmungen und hierbei insbesondere die Vorschriften zum Schutz personenbezogener Daten beachten (z.B. laute und dem Zweck angemessene Datenerhebung etc.). Besondere Vorschriften gilt es darüber hinaus bei Gewinnspielen im Internet zu beachten.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass der neue Artikel L. 121-36 des französischen Verbrauchergesetzbuchs nur Gewinnspiele betrifft, die sich an Verbraucher richten. An Unternehmer gerichtete Gewinnspiele unterliegen weiterhin den Artikeln L. 322-2 ff. des französischen Gesetzbuches für die innere Sicherheit und sind mithin jedenfalls dann verboten, falls die Teilnahme nicht kostenlos ist.

Diese Information wird Ihnen zur Verfügung gestellt von:

Deutsch-Französische Rechtsanwaltskanzlei
Cabinet d'Avocats Franco-AllemandKühl Rechtsanwaltsgesellschaft mbH Konrad-Adenauer-Ufer 71, 50668 Köln
www.avocat.de

KÖLN PARIS LYON STRASBOURG BADEN-BADEN SARREGUEMINES BORDEAUX

Der Artikel dient ausschließlich der generellen Information und ersetzt kein individuelles Beratungsgespräch. Ein Mandatsverhältnis kommt durch dieses Merkblatt nicht zustande. Eine Haftung für dessen Inhalt ist ausgeschlossen.