

WETTEN, DECRETEN, ORDONNANTIES EN VERORDENINGEN LOIS, DECRETS, ORDONNANCES ET REGLEMENTS

FEDERALE OVERHEIDSDIENST BINNENLANDSE ZAKEN

N. 2008 — 866

[C — 2008/00233]

5 JUNI 2007. — Wet tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument. — Duitse vertaling

De hierna volgende tekst is de Duitse vertaling van de wet van 5 juni 2007 tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (*Belgisch Staatsblad* van 21 juni 2007).

Deze vertaling is opgemaakt door de Centrale Dienst voor Duitse vertaling bij de Adjunct-arrondissementscommissaris in Malmedy in uitvoering van artikel 76 van de wet van 31 december 1983 tot hervorming der instellingen voor de Duitstalige Gemeenschap, vervangen bij artikel 16 van de wet van 18 juli 1990 en gewijzigd bij artikel 6 van de wet van 21 april 2007.

SERVICE PUBLIC FEDERAL INTERIEUR

F. 2008 — 866

[C — 2008/00233]

5 JUIN 2007. — Loi modifiant la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur. — Traduction allemande

Le texte qui suit constitue la traduction en langue allemande de la loi du 5 juin 2007 modifiant la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (*Moniteur belge* du 21 juin 2007).

Cette traduction a été établie par le Service central de traduction allemande auprès du Commissaire d'arrondissement adjoint à Malmedy en exécution de l'article 76 de la loi du 31 décembre 1983 de réformes institutionnelles pour la Communauté germanophone, remplacé par l'article 16 de la loi du 18 juillet 1990 et modifié par l'article 6 de la loi du 21 avril 2007.

FÖDERALER ÖFFENTLICHER DIENST INNERES

D. 2008 — 866

[C — 2008/00233]

5. JUNI 2007 — Gesetz zur Abänderung des Gesetzes vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher — Deutsche Übersetzung

Der folgende Text ist die deutsche Übersetzung des Gesetzes vom 5. Juni 2007 zur Abänderung des Gesetzes vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher.

Diese Übersetzung ist von der Zentralen Dienststelle für Deutsche Übersetzungen beim Beigeordneten Bezirkskommissar in Malmedy erstellt worden in Ausführung von Artikel 76 des Gesetzes vom 31. Dezember 1983 über institutionelle Reformen für die Deutschsprachige Gemeinschaft, ersetzt durch Artikel 16 des Gesetzes vom 18. Juli 1990 und abgeändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 21. April 2007.

FÖDERALER ÖFFENTLICHER DIENST WIRTSCHAFT, KMB, MITTELSTAND UND ENERGIE

5. JUNI 2007 — Gesetz zur Abänderung des Gesetzes vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher

ALBERT II., König der Belgier,

Allen Gegenwärtigen und Zukünftigen, Unser Gruß!

Die Kammern haben das Folgende angenommen und Wir sanktionieren es:

Artikel 1 - Vorliegendes Gesetz regelt eine in Artikel 78 der Verfassung erwähnte Angelegenheit.

Mit diesem Gesetz werden die Bestimmungen der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates umgesetzt.

Art. 2 - In das Gesetz vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher wird ein Artikel 39bis mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 39bis - Einem Verkäufer ist es untersagt, den Verbraucher einen Wechsel unterzeichnen zu lassen, durch den dieser die Begleichung seiner Verbindlichkeiten verspricht oder gewährleistet, unbeschadet besonderer Vorschriften, die dies ausdrücklich erlauben.»

Art. 3 - In Kapitel V - Allgemeine Bestimmungen über den Verkauf von Waren und Dienstleistungen an Verbraucher - desselben Gesetzes wird ein Abschnitt 5, der Artikel 39ter umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Abschnitt 5 — Vertragsausführung».

Art. 4 - In das Gesetz vom 14. Juli 1991 über die Handelspraktiken sowie die Aufklärung und den Schutz der Verbraucher wird ein Artikel 39ter mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 39ter - Einem Verkäufer ist es untersagt, Telefonanrufe, für die der Verbraucher neben dem Anrufpreis den Gesprächsinhalt bezahlen muss, zu fakturieren, wenn diese Anrufe die Ausführung eines bereits abgeschlossenen Kaufvertrags betreffen.»

Art. 5 - In Artikel 43 § 4 desselben Gesetzes, abgeändert durch das Gesetz vom 25. Mai 1999, werden die Wörter «von Artikel 23bis» durch die Wörter «von Artikel 94/1» ersetzt.

Art. 6 - In Artikel 78 desselben Gesetzes, ersetzt durch das Gesetz vom 25. Mai 1999, dessen heutiger Text § 1 bilden wird, wird ein § 2 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«§ 2 - Unbeschadet der Artikel 55, 56 und 57 ist ein kostenloses Angebot von Waren, Dienstleistungen oder sonstigen Vorteilen nur erlaubt, wenn der Antrag auf Inanspruchnahme des Angebots auf einer Unterlage vermerkt ist, die von jeglichem Bestellschein für Waren oder Dienstleistungen getrennt ist.»

Art. 7 - Die Überschrift von Kapitel VII desselben Gesetzes wird durch folgende Überschrift ersetzt:

«KAPITEL VII — Werbung und unlautere Handelspraktiken».

Art. 8 - In Kapitel VII - Werbung und unlautere Handelspraktiken - desselben Gesetzes wird ein Abschnitt 1, der Artikel 93 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Abschnitt 1 — Begriffsbestimmungen».

Art. 9 - Artikel 93 desselben Gesetzes wird durch folgende Bestimmung ersetzt:

«Art. 93 - Für die Anwendung des vorliegenden Kapitels ist beziehungsweise sind zu verstehen unter:

1. Verbraucher: natürliche Personen, die vermarktete Waren oder Dienstleistungen ausschließlich zu nichtberuflichen beziehungsweise nichtgewerblichen Zwecken erwerben beziehungsweise verwenden,
2. Waren: bewegliche Sachgüter, unbewegliche Güter, Rechte und Verpflichtungen,
3. Werbung: Mitteilungen mit dem direkten oder indirekten Ziel, den Verkauf von Waren oder Dienstleistungen zu fördern, ungeachtet wo und wie diese Mitteilungen erfolgen,
4. vergleichender Werbung: Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder Waren oder Dienstleistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht,
5. Handelspraktiken: Handlungen, Unterlassungen, Verhaltensweisen oder Erklärungen, kommerzielle Mitteilungen einschließlich Werbung und Marketing eines Verkäufers, die unmittelbar mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung von Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher zusammenhängen,
6. wesentlicher Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens der Verbraucher: die Anwendung einer Handelspraktik, um die Fähigkeit der Verbraucher, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und damit den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte,
7. Verhaltenskodex: eine Vereinbarung oder ein Vorschriftenkatalog, die beziehungsweise der nicht durch Gesetzes-, Verordnungs- oder Verwaltungsbestimmungen vorgeschrieben ist und das Verhalten der Verkäufer definiert, die sich in Bezug auf eine oder mehrere spezielle Handelspraktiken oder Wirtschaftszweige auf diesen Kodex verpflichten,
8. beruflicher Sorgfalt: der Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt, bei denen billigerweise davon ausgegangen werden kann, dass der Verkäufer sie gegenüber dem Verbraucher gemäß den anständigen Marktgepflogenheiten in seinem Tätigkeitsbereich anwendet,
9. Aufforderung zum Kauf: jede kommerzielle Kommunikation, die die Merkmale der Ware oder Dienstleistung und den Preis in einer Weise angibt, die den Mitteln der verwendeten kommerziellen Kommunikation angemessen ist und den Verbraucher dadurch in die Lage versetzt, einen Kauf zu tätigen,
10. unzulässiger Beeinflussung: die Ausnutzung einer Machtposition gegenüber dem Verbraucher zur Ausübung von Druck, auch ohne die Anwendung oder Androhung von körperlicher Gewalt, in einer Weise, die die Fähigkeit des Verbrauchers zu einer informierten Entscheidung wesentlich einschränkt,
11. geschäftlicher Entscheidung: jede Entscheidung eines Verbrauchers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er einen Kauf tätigen, eine Zahlung insgesamt oder teilweise leisten, eine Ware behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit der Ware oder Dienstleistung ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher beschließt, tätig zu werden oder ein Tätigwerden zu unterlassen.»

Art. 10 - In Kapitel VII - Werbung und unlautere Handelspraktiken - desselben Gesetzes wird ein Abschnitt 2, der Artikel 94/1 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Abschnitt 2 — Vergleichende Werbung».

Art. 11 - Artikel 94 desselben Gesetzes wird durch folgende Bestimmung ersetzt:

«Art. 94/1 - § 1 - Vergleichende Werbung gilt, was den Vergleich anbelangt, als zulässig, sofern folgende Bedingungen erfüllt sind:

1. Sie ist nicht irreführend im Sinne der Artikel 94/2 Nr. 1 bis 5 und 94/6 bis 94/8 des vorliegenden Gesetzes.
2. Sie vergleicht Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung.
3. Sie vergleicht objektiv eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbar und typische Eigenschaften dieser Waren und Dienstleistungen, zu denen auch der Preis gehören kann.
4. 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.
5. Durch sie werden weder die Marken, die Handelsnamen oder andere Unterscheidungszeichen noch die Waren, die Dienstleistungen, die Tätigkeiten oder die Verhältnisse eines Mitbewerbers herabgesetzt oder verunglimpft.
6. Bei Waren mit Ursprungsbezeichnung bezieht sie sich in jedem Fall auf Waren mit der gleichen Bezeichnung.
7. Sie nutzt den Ruf einer Marke, eines Handelsnamens oder anderer Unterscheidungszeichen eines Mitbewerbers oder der Ursprungsbezeichnung von Konkurrenzzeugnissen nicht in unlauterer Weise aus.
8. Sie stellt nicht eine Ware oder eine Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer Ware oder Dienstleistung mit geschützter Marke oder geschütztem Handelsnamen dar.

§ 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.

§ 3 - Verboten ist jede vergleichende Werbung, die die in den Paragraphen 1 und 2 festgelegten Bedingungen nicht einhält.»

Art. 12 - In Kapitel VII - Werbung und unlautere Handelspraktiken - desselben Gesetzes wird ein Abschnitt 3, der die Artikel 94/2 und 94/3 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Abschnitt 3 — Werbung und ehrlichen Bräuchen zuwiderlaufende Praktiken unter Verkäufern».

Art. 13 - Artikel 94*bis* desselben Gesetzes, eingefügt durch das Gesetz vom 25. Mai 1999, wird durch folgende Bestimmung ersetzt:

«Art. 94/2 - Unbeschadet anderer Gesetzes- oder Verordnungsbestimmungen ist Werbung unter Verkäufern verboten:

1. die Behauptungen, Angaben oder Darstellungen enthält, die irreführend sein können in Bezug auf Identität, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Herkunft, Menge, Verfügbarkeit, Herstellungsart, Herstellungsdatum, Merkmale einer Ware oder Auswirkungen auf die Umwelt; unter Merkmalen sind die Vorteile einer Ware zu verstehen, unter anderem in Bezug auf ihre Eigenschaften, ihre Verwendungsmöglichkeiten, die Ergebnisse, die bei ihrer Verwendung zu erwarten sind, die Inanspruchnahmebedingungen, unter anderem Preis oder Modus der Preisfestsetzung und wesentliche Merkmale der Tests oder Kontrollen der Ware und der damit einhergehenden Dienstleistungen,

2. die Behauptungen, Angaben oder Darstellungen enthält, die irreführend sein können in Bezug auf Wesen, Art, Zusammensetzung, Dauer, Verfügbarkeit, Datum, an dem die Dienstleistung erbracht wird, oder Merkmale einer Dienstleistung; unter Merkmalen sind die Vorteile einer Dienstleistung zu verstehen, unter anderem in Bezug auf ihre Eigenschaften, die Ergebnisse, die bei ihrer Inanspruchnahme zu erwarten sind, die Inanspruchnahmebedingungen, unter anderem Preis oder Modus der Preisfestsetzung und wesentliche Merkmale der Tests oder Kontrollen der Dienstleistung und der damit einhergehenden Dienstleistungen,

3. die Behauptungen, Angaben oder Darstellungen enthält, die irreführend sein können in Bezug auf Identität oder Qualifikation des Verkäufers einer Ware oder Dienstleistung,

4. bei der der Verkäufer bestimmte wesentliche Informationen verschweigt im Hinblick auf eine Irreführung in Bezug auf die Fakten, die in Nr. 1, 2 und 3 erwähnt sind,

5. die vom Gesamteindruck her einschließlich der Aufmachung nicht eindeutig als Werbung erkannt werden kann und nicht auf lesbare, sichtbare und unmissverständliche Art und Weise den Vermerk «Werbung» trägt,

6. die unbeschadet der Bestimmungen von Artikel 94/1 verleumderische Angaben in Bezug auf einen anderen Verkäufer, seine Waren, Dienstleistungen oder seine Tätigkeit enthält,

7. die unbeschadet der Bestimmungen von Artikel 94/1 Vergleiche enthält, die irreführend oder verleumderisch sind oder unnötigerweise die Identifizierung eines oder mehrerer anderer Verkäufer ermöglichen,

8. die unbeschadet der Bestimmungen von Artikel 94/1 Angaben enthält, durch die eine Verwechslung mit einem anderen Verkäufer, seinen Waren, Dienstleistungen oder seiner Tätigkeit entstehen kann,

9. die sich auf ein Waren- oder Dienstleistungsangebot bezieht, wenn der Verkäufer nicht über einen ausreichenden Warenbestand verfügt oder die Dienstleistungen nicht wirklich erbringen kann, die unter Berücksichtigung des Umfangs der Werbung normalerweise vorgesehen werden müssten,

10. die einer Handlung förderlich ist, die als Nichteinhaltung des vorliegenden Gesetzes oder in Anwendung der Artikel 102 bis 105 des vorliegenden Gesetzes als Verstoß zu betrachten ist,

11. die falsche Behauptungen enthält, eine Ware oder Dienstleistung könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen,

12. die in Werbematerialien eine Rechnung oder ein ähnliches Dokument mit einer Zahlungsaufforderung enthält, die dem Verbraucher den Eindruck vermitteln, dass er die Ware oder Dienstleistung bereits bestellt hat, obwohl dies nicht der Fall ist,

13. die in Werbematerialien eine wesentliche Information über die Folgen der vom Empfänger gegebenen Antwort verheimlicht oder auf unklare Weise bereitstellt oder die ihren eigenen kommerziellen Zweck, sofern er sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, verheimlicht oder auf unklare Weise bereitstellt.»

Art. 14 - Artikel 94*ter* desselben Gesetzes, eingefügt durch das Gesetz vom 3. Dezember 2006, wird durch folgende Bestimmung ersetzt:

«Art. 94/3 - Handlungen, die ehrlichen Handelsbräuchen zuwiderlaufen und durch die ein Verkäufer den beruflichen Belangen eines oder mehrerer anderer Verkäufer schadet oder schaden kann, ist untersagt.»

Art. 15 - In Kapitel VII - Werbung und unlautere Handelspraktiken - desselben Gesetzes wird ein Abschnitt 4, der die Artikel 94/4 und 94/11 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Abschnitt 4 — Unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern».

Art. 16 - In Kapitel VII Abschnitt 4 - Unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern - desselben Gesetzes wird ein Unterabschnitt 1, der Artikel 94/4 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Unterabschnitt 1 — Anwendungsbereich».

Art. 17 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/4 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/4 - Vorliegender Abschnitt gilt für unlautere Handelspraktiken zwischen Verkäufern und Verbrauchern vor, während und nach dem Anbieten zum Kauf und dem Verkauf von Waren oder Dienstleistungen.»

Art. 18 - In Kapitel VII Abschnitt 4 - Unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern - desselben Gesetzes wird ein Unterabschnitt 2, der Artikel 94/5 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Unterabschnitt 2 — Unlautere Handelspraktiken».

Art. 19 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/5 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/5 - § 1 - Unlautere Handelspraktiken sind verboten.

§ 2 - Eine Handelspraktik ist unlauter, wenn sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und wenn sie in Bezug auf die Ware oder Dienstleistung das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers, an den sie sich richtet, wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen.

Handelspraktiken, die voraussichtlich in einer für den Verkäufer vernünftigerweise vorhersehbaren Art und Weise das wirtschaftliche Verhalten nur einer eindeutig identifizierbaren Gruppe von Verbrauchern wesentlich beeinflussen, die aufgrund von geistigen oder körperlichen Gebrechen, Alter oder Leichtgläubigkeit im Hinblick auf die Praktiken oder die ihnen zugrunde liegenden Waren oder Dienstleistungen besonders schutzbedürftig sind, werden aus der Perspektive eines durchschnittlichen Mitglieds dieser Gruppe beurteilt. Die übliche und rechtmäßige Werbepraktik, übertriebene Behauptungen oder nicht wörtlich zu nehmende Behauptungen aufzustellen, bleibt davon unberührt.

§ 3 - In den Artikeln 94/6 bis 94/11 erwähnte irreführende und aggressive Handelspraktiken sind unlauter.»

Art. 20 - In Kapitel VII Abschnitt 4 - Unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern - desselben Gesetzes wird ein Unterabschnitt 3, der die Artikel 94/6 bis 94/8 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Unterabschnitt 3 — Irreführende Handelspraktiken».

Art. 21 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/6 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/6 - § 1 - Eine Handelspraktik gilt als irreführend, wenn sie falsche Angaben enthält oder wenn sie irgendeiner Weise, einschließlich sämtlicher Umstände ihrer Präsentation, selbst mit sachlich richtigen Angaben den Verbraucher in Bezug auf einen oder mehrere der in Absatz 2 aufgeführten Punkte täuscht oder ihn zu täuschen geeignet ist und ihn in jedem Fall tatsächlich oder voraussichtlich zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die er ansonsten nicht getroffen hätte.

Absatz 1 bezieht sich auf folgende Informationen:

1. Vorhandensein oder Art der Ware oder Dienstleistung,
2. wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Vorteile, Risiken, Ausführung, Zusammensetzung, Zubehör, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, Verfahren und Zeitpunkt der Herstellung oder Erbringung, Lieferung, Zwecktauglichkeit, Verwendung, Menge, Beschaffenheit, geografische oder kommerzielle Herkunft oder von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder Ergebnisse und wesentliche Merkmale von Tests oder Untersuchungen, denen die Ware oder Dienstleistung unterzogen wurde,
3. Umfang der Verpflichtungen des Verkäufers, Beweggründe für die Handelspraktik und Art des Vertriebsverfahrens, Aussagen oder Symbole jeder Art, die im Zusammenhang mit direktem oder indirektem Sponsoring stehen oder sich auf eine Zulassung des Verkäufers oder der Ware oder Dienstleistung beziehen,
4. Preis, Art der Preisberechnung oder Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils,
5. Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur,
6. Person, Eigenschaften und Rechte des Verkäufers, wie Identität und Vermögen, Befähigungen, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen und gewerbliche, kommerzielle oder geistige Eigentumsrechte oder Auszeichnungen und Ehrungen,
7. Rechte des Verbrauchers einschließlich des Rechts auf Ersatzlieferung oder Erstattung in Anwendung des Gesetzes vom 1. September 2004 über den Schutz der Verbraucher beim Verkauf von Verbrauchsgütern oder Risiken, denen er sich möglicherweise aussetzt.

§ 2 - Eine Handelspraktik gilt ferner als irreführend, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände einen Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte, und Folgendes beinhaltet:

1. jegliche Art der Vermarktung einer Ware oder Dienstleistung, einschließlich vergleichender Werbung, die eine Verwechslungsgefahr mit einer anderen Ware, Dienstleistung, einem anderen Warenzeichen, Warennamen oder anderen Kennzeichen eines Mitbewerbers begründet,
2. Nichteinhaltung von Verpflichtungen, die der Verkäufer im Rahmen von Verhaltenskodizes, auf die er sich verpflichtet hat, eingegangen ist, sofern es sich um eine eindeutige Verpflichtung handelt, deren Einhaltung nachprüfbar ist, und der Verkäufer darauf hinweist, dass er durch den Kodex gebunden ist. »

Art. 22 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/7 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/7 - § 1 - Eine Handelspraktik gilt als irreführende Unterlassung, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände und der Beschränkungen des Kommunikationsmediums wesentliche Informationen vorenthält, die der Verbraucher je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und die somit einen Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte.

§ 2 - Eine Handelspraktik gilt auch als irreführende Unterlassung, wenn ein Verkäufer wesentliche Informationen, so wie in § 1 definiert, verheimlicht oder auf unklare, unverständliche, zweideutige Weise oder nicht rechtzeitig bereitstellt oder wenn er den kommerziellen Zweck der Handelspraktik nicht kenntlich macht, sofern er sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, auf unklare Weise bereitstellt, und dies jeweils einen Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er ansonsten nicht getroffen hätte.

§ 3 - Werden durch das für die Handelspraktik verwendete Kommunikationsmedium räumliche oder zeitliche Beschränkungen auferlegt, so werden diese Beschränkungen und alle Maßnahmen, die der Verkäufer getroffen hat, um den Verbrauchern die Informationen anderweitig zur Verfügung zu stellen, bei der Entscheidung darüber, ob Informationen vorenthalten wurden, berücksichtigt.

§ 4 - Im Falle der Aufforderung zum Kauf gelten folgende Informationen als wesentlich, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben:

1. wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem für das Medium und die Ware oder Dienstleistung angemessenen Umfang,
2. geographische Anschrift und Identität des Verkäufers und gegebenenfalls geographische Anschrift und Identität des Verkäufers, für den er handelt,

3. Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben oder in Fällen, in denen der Preis vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, Art der Preisberechnung und gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Zustellkosten oder in Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, Vermerk, dass diese Kosten zu Lasten des Verbrauchers gehen können,

4. Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen und Beschwerdeverfahren, falls sie von den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt abweichen,

5. gegebenenfalls Vorhandensein eines Rücktritts- oder Widerrufsrechts.

§ 5 - Die im Gemeinschaftsrecht festgelegten Informationen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing gelten ebenfalls als wesentlich, unter anderem die Artikel der Richtlinien, die erwähnt sind in der Anlage II zur Richtlinie 2005/09/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates.»

Art. 23 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/8 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/8 - Unter allen Umständen gelten folgende irreführende Handelspraktiken als unlautere Handelspraktiken:

1. Behauptung eines Verkäufers, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodex zu gehören, obgleich dies nicht der Fall ist,

2. Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung,

3. Behauptung, ein Verhaltenskodex sei von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt, obgleich dies nicht der Fall ist,

4. Behauptung, dass ein Verkäufer oder seine Handelspraktiken oder eine Ware oder Dienstleistung von einer öffentlichen oder privaten Stelle zugelassen, gebilligt oder genehmigt worden sei, obwohl dies nicht der Fall ist, oder Aufstellung einer solchen Behauptung, ohne dass den Bedingungen für die Zulassung, Billigung oder Genehmigung entsprochen wird,

5. Aufforderung zum Kauf von Waren oder Dienstleistungen zu einem bestimmten Preis, ohne dass darüber aufgeklärt wird, dass der Verkäufer hinreichende Gründe für die Annahme hat, dass er nicht in der Lage sein wird, diese oder gleichwertige Ware oder Dienstleistung zu dem genannten Preis für einen Zeitraum und in einer Menge zur Lieferung bereitzustellen oder durch einen anderen Verkäufer bereitstellen zu lassen, wie es in Bezug auf die Ware oder Dienstleistung, den Umfang der für die Ware oder Dienstleistung eingesetzten Werbung und den Angebotspreis angemessen wäre,

6. Aufforderung zum Kauf von Waren oder Dienstleistungen zu einem bestimmten Preis und dann:

a) Weigerung, dem Verbraucher die beworbene Ware oder Dienstleistung zu zeigen,

b) Weigerung, Bestellungen dafür anzunehmen oder innerhalb einer vertretbaren Zeit zu liefern,

c) Vorführung eines fehlerhaften Exemplars in der Absicht, stattdessen eine andere Ware oder Dienstleistung abzusetzen,

7. falsche Behauptung, dass die Ware oder Dienstleistung nur eine sehr begrenzte Zeit oder nur eine sehr begrenzte Zeit zu bestimmten Bedingungen verfügbar sein werde, um so den Verbraucher zu einer sofortigen Entscheidung zu verleiten, so dass er weder Zeit noch Gelegenheit hat, eine informierte Entscheidung zu treffen,

8. Verbrauchern, mit denen der Verkäufer vor Abschluss des Geschäfts in einer Sprache kommuniziert hat, bei der es sich nicht um eine der Landessprachen handelt, eine nach Abschluss des Geschäfts zu erbringende Leistung zusichern, diese Leistung anschließend aber nur in einer anderen Sprache erbringen, ohne den Verbraucher eindeutig hierüber aufgeklärt zu haben, bevor er das Geschäft tätigt.

9. Behauptung oder anderweitige Herbeiführung des Eindrucks, eine Ware oder eine Dienstleistung könne rechtmäßig verkauft werden, obgleich dies nicht der Fall ist,

10. Verbrauchern gesetzlich zugestandene Rechte als Besonderheit des Angebots des Verkäufers präsentieren,

11. Einsatz von redaktionellen Inhalten in Medien zu Zwecken der Verkaufsförderung von Waren oder Dienstleistungen, die der Verkäufer bezahlt, ohne dass dies aus dem Inhalt oder aus für den Verbraucher klar erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde,

12. Aufstellen einer sachlich falschen Behauptung über die Art und das Ausmaß der Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie für den Fall, dass er die Ware oder Dienstleistung nicht kauft,

13. Werbung für eine Ware oder Dienstleistung, die einer Ware oder Dienstleistung eines bestimmten Herstellers ähnlich ist, in einer Weise, die den Verbraucher absichtlich dazu verleitet, zu glauben, die Ware oder Dienstleistung sei von jenem Hersteller hergestellt worden, obwohl dies nicht der Fall ist,

14. Behauptung, der Verkäufer werde demnächst sein Geschäft aufgeben oder seine Geschäftsräume verlegen, obwohl er dies keineswegs beabsichtigt, unbeschadet der Artikel 46 und folgenden,

15. Behauptung, Waren oder Dienstleistungen könnten die Gewinnchancen bei Glücksspielen erhöhen,

16. Falsche Behauptung, eine Ware oder Dienstleistung könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen,

17. Erteilung sachlich falscher Informationen über die Marktbedingungen oder die Möglichkeit, die Ware oder Dienstleistung zu finden, mit dem Ziel, den Verbraucher dazu zu bewegen, die Ware oder Dienstleistung zu weniger günstigen Bedingungen als den normalen Marktbedingungen zu kaufen,

18. Anbieten von Wettbewerben und Preisausschreibungen, ohne dass die beschriebenen Preise oder ein angemessenes Äquivalent vergeben werden,

19. Beschreibung einer Ware oder Dienstleistung als «gratis», «umsonst», «kostenfrei» oder Ähnliches beschrieben, obwohl der Verbraucher weitere Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Handelspraktik und für die Abholung oder Lieferung des Produkts unvermeidbar sind,

20. Beifügung einer Rechnung oder eines ähnlichen Dokuments mit einer Zahlungsaufforderung an Werbematerialien, die dem Verbraucher den Eindruck vermitteln, dass er die Ware oder Dienstleistung bereits bestellt hat, obwohl dies nicht der Fall ist,

21. fälschliche Behauptung oder Erweckung des Eindrucks, dass der Verkäufer nicht für die Zwecke seiner Berufstätigkeit handelt, oder fälschliches Auftreten als Verbraucher,

22. Erwecken des fälschlichen Eindrucks, dass der Kundendienst im Zusammenhang mit einer Ware oder Dienstleistung in einem anderen Mitgliedstaat verfügbar sei als demjenigen, in dem die Ware oder Dienstleistung verkauft wird.»

Art. 24 - In Kapitel VII Abschnitt 4 - Unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern - desselben Gesetzes wird ein Unterabschnitt 4, der die Artikel 94/9 bis 94/11 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Unterabschnitt 4 — Aggressive Handelspraktiken».

Art. 25 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/9 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/9 - Eine Handelspraktik gilt als aggressiv, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände die Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Verbrauchers in Bezug auf die Ware oder Dienstleistung durch Belästigung, Nötigung, einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt, oder durch unzulässige Beeinflussung tatsächlich oder voraussichtlich erheblich beeinträchtigt und dieser dadurch tatsächlich oder voraussichtlich dazu veranlasst wird, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.»

Art. 26 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/10 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/10 - Bei der Feststellung, ob im Rahmen einer Handelspraktik die Mittel der Belästigung, der Nötigung, einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt, oder der unzulässigen Beeinflussung eingesetzt werden, ist abzustellen auf:

1. Zeitpunkt, Ort, Art oder Dauer des Einsatzes,
2. Verwendung drohender oder beleidigender Formulierungen oder Verhaltensweisen,
3. Ausnutzung durch den Verkäufer von konkreten Unglückssituationen oder Umständen von solcher Schwere, dass sie das Urteilsvermögen des Verbrauchers beeinträchtigen, worüber sich der Verkäufer bewusst ist, um die Entscheidung des Verbrauchers in Bezug auf die Ware oder Dienstleistung zu beeinflussen,
4. finanziell belastende oder unverhältnismäßige Hindernisse nichtvertraglicher Art, mit denen der Verkäufer den Verbraucher an der Ausübung seiner vertraglichen Rechte zu hindern versucht, wozu auch das Recht gehört, den Vertrag zu kündigen oder zu einer anderen Ware oder Dienstleistung oder zu einem anderen Verkäufer zu wechseln,
5. Drohungen mit rechtlich unzulässigen Handlungen.»

Art. 27 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/11 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/11 - Als unlautere Handelspraktiken unter allen Umständen gelten folgende aggressive Handelspraktiken:

1. Erwecken des Eindrucks, der Verbraucher könne die Räumlichkeiten ohne Vertragsabschluss nicht verlassen,
2. Nichtbeachtung der Aufforderung des Verbrauchers bei persönlichen Besuchen in dessen Wohnung, diese zu verlassen beziehungsweise nicht zurückzukehren, unbeschadet der Gesetzes- und Verordnungsbestimmungen, die dies zulassen, um eine vertragliche Verpflichtung durchzusetzen,
3. Werbung von Kunden durch hartnäckiges und unerwünschtes Ansprechen über Telefon, Fax, E-Mail oder sonstige für den Fernabsatz geeignete Medien, unbeschadet der Gesetzes- und Verordnungsbestimmungen, die dies zulassen, um eine vertragliche Verpflichtung durchzusetzen und unbeschadet des Artikels 94/17 und des Artikels 14 des Gesetzes vom 11. März 2003 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft,
4. Aufforderung eines Verbrauchers, der eine Versicherungspolice in Anspruch nehmen möchte, Dokumente vorzulegen, die vernünftigerweise nicht als relevant für die Gültigkeit des Anspruchs anzusehen sind, oder systematische Nichtbeantwortung einschlägiger Schreiben, um so den Verbraucher von der Ausübung seiner vertraglichen Rechte abzuhalten,
5. Einbeziehung einer direkten Aufforderung an Kinder in einer Werbung, die beworbenen Waren zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Waren für sie zu kaufen,
6. ausdrücklicher Hinweis gegenüber dem Verbraucher, dass Arbeitsplatz oder Lebensunterhalt des Verkäufers gefährdet sind, falls der Verbraucher die Ware oder Dienstleistung nicht erwirbt,
7. Erwecken des fälschlichen Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen, werde einen Preis gewinnen oder werde durch eine bestimmte Handlung einen Preis oder einen sonstigen Vorteil gewinnen, obwohl:

- es in Wirklichkeit keinen Preis oder sonstigen Vorteil gibt

oder

- die Möglichkeit des Verbrauchers, Handlungen in Bezug auf die Inanspruchnahme des Preises oder eines sonstigen Vorteils vorzunehmen, in Wirklichkeit von der Zahlung eines Betrags oder der Übernahme von Kosten durch den Verbraucher abhängig gemacht wird.»

Art. 28 - In Kapitel VII - Unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern - desselben Gesetzes wird ein Abschnitt 5, der die Artikel 94/12 bis 94/17 umfasst, mit folgender Überschrift eingefügt:

«Abschnitt 5 — Gemeinsame Bestimmungen».

Art. 29 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/12 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/12 - § 1 - Jede Werbung, in der ein Preis oder eine Preismäßigung angeführt wird, muss diesen Preis beziehungsweise diese Ermäßigung gemäß den Vorschriften der Artikel 3 und 4 und gegebenenfalls des Artikels 5 und der Bestimmungen zur Ausführung von Artikel 6 Nr. 1 anführen.

§ 2 - Jede Werbung für in vorher festgesetzten Mengen vorverpackte Ware muss die Nominalmenge des Inhalts der Verpackung gemäß den Bestimmungen von Kapitel II Abschnitt 2 angeben, falls in der Werbung der Verkaufspreis dieser Waren angegeben wird.»

Art. 30 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/13 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/13 - § 1 - Wenn in Anwendung des Artikels 101 der Minister oder der von ihm aufgrund von Artikel 113 § 1 bevollmächtigte Bedienstete einen Verkäufer oder einen Werbenden benachrichtigt, dass eine Handelspraktik oder eine Werbung gegen die Bestimmungen des vorliegenden Kapitels verstößt, muss der Werbende oder der Verkäufer innerhalb einer Frist von höchstens einem Monat den Nachweis der Wahrhaftigkeit der fraglichen Angaben erbringen.

Falls die aufgrund von Absatz 1 verlangten Nachweise nicht erbracht oder als unzureichend betrachtet werden, kann der Minister oder der von ihm bevollmächtigte Bedienstete urteilen, dass die Werbung oder die Handelspraktik gegen die Bestimmungen des vorliegenden Kapitels verstößt.

§ 2 - Der Werbende oder der Verkäufer ist ebenfalls verpflichtet, diesen Nachweis zu erbringen, falls eine Unterlassungsklage erhoben wird:

1. vom Minister und gegebenenfalls von dem in Artikel 98 § 2 erwähnten zuständigen Minister,

2. von den anderen in Artikel 98 § 1 erwähnten Personen, sofern der Präsident des Handelsgerichtes unter Berücksichtigung der rechtmäßigen Belange des Werbenden oder des Verkäufers und jeder anderen Partei des Verfahrens der Ansicht ist, dass eine derartige Forderung aufgrund der Umstände des konkreten Falls angebracht ist.

Falls die aufgrund von Absatz 1 verlangten Nachweise nicht erbracht oder als unzureichend betrachtet werden, kann der Präsident des Handelsgerichtes die Angaben als unwahr ansehen.»

Art. 31 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/14 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/14 - § 1 - Lieferungsverträge und -bedingungen für Waren und Dienstleistungen zugunsten von Verbrauchern können unter anderem aufgrund der Werbemitteilungen und der Handelspraktiken, die direkt damit verbunden sind, interpretiert werden.

§ 2 - Wenn ein Vertrag infolge einer in den Artikeln 94/8 Nr. 12, 15 und 16 und 94/11 Nr. 1, 2 und 7 erwähnten unlauteren Handelspraktik abgeschlossen worden ist, kann der Verbraucher innerhalb einer annehmbaren Frist ab dem Zeitpunkt, zu dem ihm diese Praktik bekannt war oder hätte sein müssen, die Rückerstattung der gezahlten Beträge verlangen, ohne dass er die gelieferte Ware oder erbrachte Dienstleistung zurückgeben muss.

Wenn ein Vertrag infolge einer in den Artikeln 94/5 bis 94/7, 94/8 Nr. 1 bis 11, 13 und 14 und 17 bis 22, 94/9, 94/10 und 94/11 Nr. 3 bis 6 erwähnten unlauteren Handelspraktik abgeschlossen worden ist, kann der Richter unbeschadet der Strafen des allgemeinen Rechts die Rückerstattung aller durch den Verbraucher gezahlten Beträge anordnen, ohne dass der Verbraucher die gelieferte Ware oder erbrachte Dienstleistung zurückgeben muss.»

Art. 32 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/15 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/15 - § 1 - Der König kann unbeschadet der ihm aufgrund einer anderen Gesetzesbestimmung zuerkannten Befugnisse durch einen im Ministerrat beratenen Erlass für Waren oder Dienstleistungen beziehungsweise für Kategorien von Waren oder Dienstleistungen, die er bestimmt:

1. Werbung verbieten oder einschränken, um einen besseren Schutz der Sicherheit der Verbraucher und der Umwelt zu gewährleisten,

2. Mindestangaben in der Werbung festlegen zur Gewährleistung einer besseren Aufklärung der Verbraucher.

§ 2 - Bevor der Minister einen Erlass in Anwendung von § 1 vorschlägt, zieht er den Verbraucherrat zu Rate und setzt er die Frist fest, innerhalb deren das Gutachten abzugeben ist. Nach Ablauf dieser Frist ist das Gutachten nicht mehr erforderlich.»

Art. 33 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/16 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/16 - § 1 - Der König setzt im Verbraucherrat unter von ihm bestimmten Bedingungen einen Ausschuss ein, der damit beauftragt ist, Stellungnahmen und Empfehlungen abzugeben über Werbung und Etikettierung hinsichtlich der Auswirkungen auf die Umwelt und über das Erstellen eines Kodexes der ökologischen Werbung.

§ 2 - Nach Stellungnahme des Ausschusses und auf gemeinsame Initiative des Ministers und des für Umwelt zuständigen Ministers kann der König einen Kodex der ökologischen Werbung auferlegen.

§ 3 - Der König bestimmt die Zusammensetzung des Ausschusses. Letzterer muss mindestens zwei Vertreter von Umweltschutzvereinigungen zu seinen Mitgliedern zählen.»

Art. 34 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 94/17 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 94/17 - § 1 - Die Verwendung von automatischen Anrufsystemen ohne menschlichen Eingriff und Faxgeräten für Zwecke der Direktwerbung ist ohne vorherige, freie, besondere und informierte Zustimmung des Empfängers der Nachrichten verboten. Unter Berücksichtigung der Entwicklung der Kommunikationsmittel kann der König dieses Verbot durch einen im Ministerrat beratenen Erlass auf andere Mittel ausweiten.

In Abweichung von Absatz 1 und unbeschadet des Paragraphen 4 Absatz 2 sind Versender davon befreit, bei juristischen Personen die vorherige Zustimmung einzuholen, Werbung über die in Absatz 1 erwähnten oder in Anwendung dieses Absatzes festgelegten Kommunikationsmittel zu erhalten.

Unbeschadet des Artikels 14 des Gesetzes vom 11. März 2003 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft können für Direktwerbung andere Kommunikationsmittel als die in Absatz 1 genannten oder in Anwendung dieses Absatzes festgelegten Kommunikationsmittel nur benutzt werden, wenn der Empfänger, ob eine natürliche oder juristische Person, keine deutlichen Einwände dagegen erhebt. Dem Empfänger können infolge der Ausübung seines Einspruchsrechts keine Kosten auferlegt werden.

§ 2 - Bei der Versendung von Werbung über ein in § 1 Absatz 1 erwähntes oder in Anwendung dieses Absatzes festgelegtes Kommunikationsmittel übermittelt der Versender eine klare und verständliche Information über das Recht, sich für die Zukunft dem Erhalt von Werbung zu widersetzen.

§ 3 - Bei der Versendung von Werbung über ein in § 1 Absatz 3 erwähntes Kommunikationsmittel ist es verboten, die Identität des Verkäufers, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, zu verschleiern.

§ 4 - Die Beweislast, dass Werbung, die über ein in § 1 Absatz 1 erwähntes oder in Anwendung dieses Absatzes festgelegtes Kommunikationsmittel übermittelt worden ist, erbeten wurde, obliegt dem Versender der Nachricht.

Jeder kann einem bestimmten Versender unmittelbar, kostenfrei und ohne Angabe von Gründen den Wunsch notifizieren, von ihm keine Werbung über ein in § 1 Absatz 1 erwähntes Kommunikationsmittel mehr zu erhalten.»

Art. 35 - Artikel 95 Absatz 2 desselben Gesetzes wird durch folgenden Absatz ersetzt:

«Er kann die in Artikel 94/2 erwähnte Werbung und die in den Artikeln 94/5 bis 94/11 erwähnten unlauteren Handelspraktiken verbieten, wenn sie noch nicht an die Öffentlichkeit gelangt beziehungsweise noch nicht angelaufen sind, ihre Veröffentlichung beziehungsweise ihre Ausführung aber bevorsteht.»

Art. 36 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 97*bis* mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 97*bis* - Wenn der Verstoß eine Werbung betrifft, kann die Unterlassungsklage wegen Nichteinhaltung der Bestimmungen der Artikel 94/1, 94/2 und 94/5 nur gegen den Auftraggeber der beanstandeten Werbung erhoben werden.

Falls Letzterer seinen Wohnsitz nicht in Belgien hat und keinen Verantwortlichen mit Wohnsitz in Belgien bestimmt hat, kann die Unterlassungsklage jedoch ebenfalls erhoben werden gegen:

- den Herausgeber der schriftlichen Werbung oder den Produzenten der audiovisuellen Werbung,
- den Drucker oder den Regisseur, falls der Herausgeber beziehungsweise der Produzent seinen Wohnsitz nicht in Belgien hat und keinen Verantwortlichen mit Wohnsitz in Belgien bestimmt hat,
- den Verteiler und jede Person, die wissentlich dazu beiträgt, dass die Werbung ihre Auswirkung hat, falls der Drucker oder der Regisseur seinen Wohnsitz nicht in Belgien hat und keinen Verantwortlichen mit Wohnsitz in Belgien bestimmt hat.»

Art. 37 - Artikel 98 desselben Gesetzes, abgeändert durch die Gesetze vom 14. Juli 1994 und 7. Dezember 1998, wird wie folgt abgeändert:

1. In § 1 Nr. 2 werden die Wörter «in Artikel 93» durch die Wörter «in Artikel 94/3» ersetzt.
2. In § 1 Nr. 3 werden die Wörter «es sei denn, der Antrag bezieht sich auf eine in Artikel 94 des vorliegenden Gesetzes erwähnte Handlung,» gestrichen.
3. In § 1 Nr. 4 werden die Wörter «in Artikel 93» durch die Wörter «in Artikel 94/3» ersetzt.
4. In § 2 werden die Wörter «der Artikel 93» durch die Wörter «der Artikel 94/3» ersetzt.

Art. 38 - In Artikel 101 Absatz 1 desselben Gesetzes werden die Wörter «unbeschadet des Artikels 24» durch die Wörter «unbeschadet des Artikels 94/13» ersetzt.

Art. 39 - Artikel 102 desselben Gesetzes, abgeändert durch die Gesetze vom 25. Mai 1999, 26. Juni 2000 und 24. August 2005, wird wie folgt abgeändert:

1. Nummer 3 wird durch folgende Bestimmung ersetzt:

«3. der Artikel 37, 39 und 39*bis* über die Unterlagen in Bezug auf Verkäufe von Waren und Dienstleistungen und der Erlasse zur Ausführung der Artikel 37 und 39,».
2. Anstelle von Nr. 6*bis*, der Nr. 6*ter* wird, wird eine neue Nr. 6*bis* mit folgendem Wortlaut eingefügt:

« 6*bis*. des Artikels 76 über die Zwangskäufe»,
3. Nummer 8 wird durch folgende Bestimmung ersetzt:

«8. der Artikel 94/5 §§ 1 und 3, 94/8 und 94/11 über unlautere Handelspraktiken gegenüber Verbrauchern, mit Ausnahme der Artikel 94/8 Nr. 12, 15 und 16 und 94/11 Nr. 1, 2 und 7.»

Art. 40 - In Artikel 103 desselben Gesetzes, abgeändert durch die Gesetze vom 25. Mai 1999 und 26. Juni 2000, werden die Wörter «in den Artikeln 30, 93 und 97» durch die Wörter «in den Artikeln 30, 94/3 und 97» ersetzt.

Art. 41 - In Artikel 105 desselben Gesetzes, abgeändert durch das Gesetz vom 26. Juni 2000, werden die Wörter «Artikel 85, der Verkaufsangebote und Verkäufe verbietet, bei denen sich missbräuchlich auf Aktionen philanthropischer oder humanitärer Art oder auf Aktionen, die die Großzügigkeit des Verbrauchers wecken können, berufen wird» durch die Wörter «die Artikel 94/8, Nr. 12, 15 und 16 und 94/11 Nr. 1, 2 und 7 über unlautere Handelspraktiken» ersetzt.

Art. 42 - In dasselbe Gesetz wird ein Artikel 122*bis* mit folgendem Wortlaut eingefügt:

«Art. 122*bis* - Der König kann die Bestimmungen des vorliegenden Gesetzes mit den Bestimmungen, durch die sie bis zum Zeitpunkt der Koordinierung explizit oder implizit abgeändert worden sind, koordinieren.

Zu diesem Zweck kann Er:

1. die zu koordinierenden Bestimmungen neu organisieren, insbesondere sie neu ordnen und neu nummerieren;
2. die Verweise in den zu koordinierenden Bestimmungen entsprechend neu nummerieren;
3. die zu koordinierenden Bestimmungen im Hinblick auf ihre Übereinstimmung und auf die Vereinheitlichung der Terminologie neu verfassen, ohne die darin festgeschriebenen Grundsätze zu beeinträchtigen.

Die Koordinierungen werden die vom König bestimmte Überschrift tragen.»

Art. 43 - Im selben Gesetz werden aufgehoben:

1. Kapitel IV - Werbung, abgeändert durch die Gesetze vom 25. Mai 1999, 11. März 2003 und 24. August 2005, das die Artikel 22 bis 29bis umfasst,

2. Artikel 85.

Art. 44 - Vorliegendes Gesetz tritt am ersten Tag des sechsten Monats nach dem Monat seiner Veröffentlichung im *Belgischen Staatsblatt* in Kraft.

Wir fertigen das vorliegende Gesetz aus und ordnen an, dass es mit dem Staatssiegel versehen und durch das *Belgische Staatsblatt* veröffentlicht wird.

Gegeben zu Brüssel, den 5. Juni 2007

ALBERT

Von Königs wegen:

Die Ministerin des Verbraucherschutzes

Frau F. VAN DEN BOSSCHE

Der Minister der Wirtschaft

M. VERWILGHEN

Die Ministerin des Mittelstands

Frau S. LARUELLE

Mit dem Staatssiegel versehen:

Die Ministerin der Justiz

Frau L. ONKELINX

FEDERALE OVERHEIDSDIENST BINNENLANDSE ZAKEN

N. 2008 — 867

[C – 2008/00260]

26 FEBRUARI 2008. — Koninklijk besluit waarbij de overvloedige regenval die heeft plaatsgevonden op 23 en 24 juli 2007 op het grondgebied van de provincie West-Vlaanderen als een algemene ramp wordt beschouwd en waarbij de geografische uitgestrektheid van deze ramp wordt afgebakend

ALBERT II, Koning der Belgen,
Aan allen die nu zijn en hierna wezen zullen, Onze Groet.

Gelet op de wet van 12 juli 1976 betreffende het herstel van zekere schade veroorzaakt aan private goederen door natuurrampen, inzonderheid op artikel 2, § 1, 1°, en § 2;

Overwegende dat overvloedige regenval heeft plaatsgevonden op 23 en 24 juli 2007 op het grondgebied van de provincie West-Vlaanderen;

Gelet op het advies van het Koninklijk Meteorologisch Instituut van België van 16 augustus 2007 betreffende het voormelde natuurverschijnsel;

Overwegende dat grondmetingen en de analyse van de radargegevens het mogelijk gemaakt hebben om de regio's te bepalen waarin de neerslaghoeveelheden de in de ministeriële omzendbrief van 20 september 2006 vermelde drempels kunnen bereikt hebben;

Overwegende dat de overvloedige regenval van 23 en 24 juli 2007 derhalve een uitzonderlijk karakter heeft;

Gelet op de verslagen van de Gouverneurs betreffende de omvang van de schade, veroorzaakt door de regenval van 23 en 24 juli 2007;

Gelet op het advies van de Inspecteur van Financiën, gegeven op 19 september 2007;

Gelet op de akkoordbevinding van Onze Minister van Begroting van 13 november 2007;

Op de voordracht van Onze Minister van Binnenlandse Zaken en op het advies van Onze in Raad vergaderde Ministers,

Hebben Wij besloten en besluiten Wij :

Artikel 1. De overvloedige regenval die heeft plaatsgevonden op 23 en 24 juli 2007 op het grondgebied van de provincie West-Vlaanderen wordt beschouwd als een algemene ramp die de toepassing rechtvaardigt van artikel 2, § 1, 1°, van de wet van 12 juli 1976 betreffende het herstel van zekere schade veroorzaakt aan private goederen door natuurrampen.

SERVICE PUBLIC FEDERAL INTERIEUR

F. 2008 — 867

[C – 2008/00260]

26 FEVRIER 2008. — Arrêté royal considérant comme une calamité publique les pluies abondantes survenues les 23 et 24 juillet 2007 sur le territoire de la province de Flandre occidentale et délimitant l'étendue géographique de cette calamité

ALBERT II, Roi des Belges,
A tous, présents et à venir, Salut.

Vu la loi du 12 juillet 1976 relative à la réparation de certains dommages causés à des biens privés par des calamités naturelles, notamment l'article 2, § 1^{er}, 1°, et § 2;

Considérant que des pluies abondantes se sont abattues les 23 et 24 juillet 2007 sur le territoire de la province de Flandre occidentale;

Vu l'avis de l'Institut royal météorologique de Belgique du 16 août 2007 relatif au phénomène naturel susmentionné;

Considérant que les relevés effectués au sol ainsi que l'analyse des données des radars ont permis de délimiter les régions pour lesquelles les quantités de précipitations ont pu atteindre les seuils repris dans la circulaire ministérielle du 20 septembre 2006;

Considérant que les pluies abondantes des 23 et 24 juillet 2007 présentent dès lors un caractère exceptionnel;

Vu les rapports des Gouverneurs relatifs à l'importance des dégâts provoqués par les pluies des 23 et 24 juillet 2007;

Vu l'avis de l'Inspecteur des Finances, donné le 19 septembre 2007;

Vu l'accord de Notre Ministre du Budget, donné le 13 novembre 2007;

Sur la proposition de Notre Ministre de l'Intérieur et de l'avis de Nos Ministres qui en ont délibéré en Conseil,

Nous avons arrêté et arrêtons :

Article 1^{er}. Les pluies abondantes survenues les 23 et 24 juillet 2007 sur le territoire de la province de Flandre occidentale sont considérées comme une calamité publique justifiant l'application de l'article 2, § 1^{er}, 1°, de la loi du 12 juillet 1976 relative à la réparation de certains dommages causés à des biens privés par des calamités naturelles.