

## CH\_VB 20013422 vom 4. Juni 1985

Bundesverwaltung, 1985-06-04, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ch\\_vb\\_\\_td\\_class\\_\\_metadataCell\\_\\_20013422\\_\\_td\\_](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ch_vb__td_class__metadataCell__20013422__td_)

FR: CH\_VB 20013422 du 4 juin 1985

IT: CH\_VB 20013422 del 4 giugno 1985

### Erwägungen

#### E. 4

Juni 1985 N 839 Unlauterer Wettbewerb. Bundesgesetz immer noch in der Umschreibung, die wir in der Botschaft gefunden haben: «Unlauter wird dieses wettbewerbliche Einwirken dann, wenn der Kaufentscheid der Konsumenten nicht mehr aufgrund ihrer Entscheidungsfreiheit zustande kommt, sondern aus einer Zwangslage heraus erfolgt, in die sie versetzt wurden.» Eine solche Beeinflussung ist vom Standpunkt des lautereren Wettbewerbs aus bedenklich. .Es geht also in die Richtung des psychischen Zwangs. Angesprochen werden, wie Sie es heute wieder hörten, vor allem die Hinweise auf gesundheitliche Gefährdung beim Nichtwerb eines Produkts, Vorspiegelung einer angeblich einmaligen Kaufgelegenheit oder die Ausübung psychischen Drucks bei Haustürverkäufen, auf Werbefahrten, bei Partyverkäufen. Als ganz junger Anwalt habe ich einen solchen Fall erlebt: Es war psychischer Druck bei einem Haustürverkauf, spät nachts. Eine alleinstehende Person, die dann tatsächlich aus Ungest, es könnte ihr sonst etwas geschehen, unterschrieben hat. Wir haben das nachher im Prozess korrigiert. Aber ich sagte mir damals schon: irgend etwas spielt in diesen Bereichen nicht. Mit dieser Unterscheidung machen wir auch deutlich, dass - ich wiederhole es - die von Ihnen mitbedachten Fälle nicht gleichgesetzt werden können; denn wenn ich Sie recht verstanden habe, haben Sie weder in der Kommission noch heute auf irgend etwas hingewiesen, das mit psychischem Zwang oder mit dieser Art Aggression zu tun hätte. Soviel zu diesem Punkt. Sie spüren daraus, dass man diesen Text nicht einfach streichen kann. Die Wirklichkeit ist nun einmal so, und wir wollen das in aller Offenheit als unlauter deklarieren und auch ahnden. Nun stellt uns Frau Fetz - und ich möchte meinen, das sei eine sehr wertvolle Gelegenheit, über etwas Wichtiges zu sprechen - einen Ergänzungsantrag. Ich gestehe Ihnen, dass ich mich, seit ich Sie hörte, fragte, ob man es wirklich hier einbauen könne oder nicht, weil wir alle miteinander erleben - und das ist ja vermutlich das Motiv Ihres Antrages -, dass heute Verkaufs- und Werbemethoden praktiziert werden, die tatsächlich die Würde der Frau verletzen. Ich würde weitergehen und sagen: die die Würde des Menschen schlechthin verletzen. Es kann auch ein Kind sein, es kann auch einmal ein Mann sein, der ja auch eine Würde hat. Wenn man das in diesen grösseren Rahmen hineinstellt, dann sehen Sie auch, dass es sehr schwierig ist, hier nun einfach das einzubringen. Ich meine es aber nicht nur als Lippenbekenntnis, wenn ich sage: Das ist ein Thema, das ausdiskutiert werden muss und das uns vor allem auf unsere gesellschaftspolitische Verantwortung hinweist; denn wir können ja nicht alles normieren und mit der Normierung annehmen, es wäre schon gelöst. Der alte klassische Satz, den Sie aus «Tasso» kennen, hat immer noch volle Gültigkeit: «Erlaubt ist, was sich ziemt; und willst du wissen, was sich ziemt, so frage nur bei edlen Frauen.» Wir spüren hier auch die Grenze unserer eigenen Normierungsfähigkeit. Wenn ich das sage und damit auf die Brüchigkeit des Einbaus hinweise, wie das Herr Kommissionspräsident Lüchinger getan

hat, geht es mir um folgendes: 1. Ich denke über diese Dinge mit Blick auf den Zweitrat noch einmal nach. 2. Heute müsste ich erklären: so kann es nicht eingebracht werden, weil es nicht fassbar wird. Der Ausdruck «unsachlich» würde zu erheblichen Diskussionen in der Rechtsfindung führen. Wir müssen auch mitbedenken, dass wir in vielen Bereichen weit über rechtliche Bestimmungen hinaus innere Verpflichtungen haben, das nämlich wirklich zu praktizieren, was Sie alle wollen. Dementsprechend müssen auch die Werbemethoden von den betreffenden Firmen überdacht werden, wobei wir- und hier ist auch eine Konsumentenmöglichkeit gegeben - losgelöst von einem Gesetz sehr wohl negativ reagieren können, d.h. zu deutsch dafür zu sorgen, dass die Werbung unwirksam wird. Das hängt von unserem Verhalten ab. Indem ich Ihnen sage, dass ich das mit Blick auf Einbringbarkeit in die zweite Lesung bedenken werde, aber sehr skeptisch bin, ob das dort Platz hat, möchte ich hier nicht meinerseits so tun, als ob ich einfach sage: Jetzt sehe ich die Verankerung bei Buchstabe h nicht; bitte aber: Streichen Sie diesen Buchstaben h nicht, und Ihr Thema bleibt akut. Präsident: Herr Früh zieht seinen Streichungsantrag zurück. Abstimmung - Vote Für den Antrag der Kommission Für den Antrag Fetz 87 Stimmen 31 Stimmen Hier wird die Beratung dieses Geschäftes unterbrochen Le débat sur cet objet est interrompu Schluss der Sitzung um 12.50 Uhr Le séance est levée à 12 h 50

Schweizerisches Bundesarchiv, Digitale Amtsdrukschriften Archives fédérales suisses, Publications officielles numérisées Archivio federale svizzero, Pubblicazioni ufficiali digitali Unlauterer Wettbewerb. Bundesgesetz Concurrence déloyale. Loi In Amtliches Bulletin der Bundesversammlung Dans Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale In Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale Jahr 1985 Année Anno Band III Volume Volume Session Sommersession Session Session d'été Sessione Sessione estiva Rat Nationalrat Conseil Conseil national Consiglio Consiglio nazionale Sitzung 02 Séance Seduta Geschäftsnummer 83.038 Numéro d'objet Numero dell'oggetto Datum 04.06.1985 - 08:00 Date Data Seite 813-839 Page Pagina Ref. No 20 013 422 Dieses Dokument wurde digitalisiert durch den Dienst für das Amtliche Bulletin der Bundesversammlung. Ce document a été numérisé par le Service du Bulletin officiel de l'Assemblée fédérale. Questo documento è stato digitalizzato dal Servizio del Bollettino ufficiale dell'Assemblea federale.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.