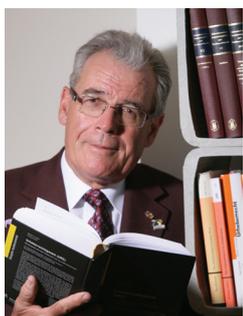


Abbau von Bürokratie – eine Nadel im Heuhaufen



Dr. iur. Bruno Glaus

Dr. iur. Bruno Glaus ist Rechtsanwalt in Uznach (www.glaus.com) und Mitglied des Verwaltungsrates von mediatonic sa. Im Spezialgebiet Werbe- und Kunstrecht hat er mehrere Fachbücher veröffentlicht.

Absurde Bürokratie bekämpfen! Kaum eine bürgerliche Partei, die nicht dafür plädiert.

Von mehr „Kultur der Eigenverantwortung“ ist die Rede, vom „Grundrecht für den Bürger auf verständliche, einfache und effiziente Gesetze“, von unbürokratischer und rascher Anwendung der Gesetze durch Verwaltung und Gerichte, von „Entlastung für Unternehmen“, von „Reduktion der Baubürokratie“ und Vielem mehr. Es wird (vom Gewerbeverband) eine „Regulierungsbremse“ gefordert, der Bundesrat prüft, das Parlament auch, es gibt Vorstösse, jüngst gar Beschlüsse des Parlaments. Nur: im Alltag spüren wir kaum etwas davon. Und es wird garantiert so bleiben. Wir haben es mit einer kognitiven Dissonanz zu tun: Das Ergebnis entspricht nicht dem Postulat. Jedes neue Gesetz bringt neue Verordnungen und das wiederum führt zu mehr Bürokratie. Die Regulierungskosten gehen in die Milliarden, selbst wenn wir die durch die Regulierung verhinderten Schadensfolgen

abziehen. Echte, spürbare Entlastungen auszumachen, das bedeutet, eine Nadel in einem Heuhaufen suchen.

Nur ganz selten und in Randbereichen kommt

es zu tatsächlichen „Erleichterungen“. Aus der Kommunikationsbranche ist eine einzige jüngeren Datums zu vermelden. Sie betrifft die Gewinnspiele, die weitverbreiteten Gewinnspiele und Wettbewerbe im Marketing der KMU – insbesondere an Gewerbemessen. Bis Ende 2018 wurde jeglicher Geldeinsatz für ein Gewinnspiel als „Kaufzwang“ gewertet. Das führte zu grotesken Situationen. Bereits das Eintrittsgeld in eine Gewerbemesse oder in ein Skigebiet galt als verbotener „Kaufzwang“, wenn der Wettbewerb schon vor dem Eintritt in die Ski-Arena oder in die Gewerbemesse beworben wurde. Es handelte sich um eine verbotene Lotterie im Sinne des alten Lotteriegesetzes. Es sei denn, man habe an dem Gewinnspiel auch unentgeltlich teilnehmen können. Die Unternehmen konnten dieser Fessel nur entgehen, wenn sie die Gratis-Teilnahme per Postkarte oder E-Mail ermöglichten. Eine Farce! Es war branchenbekannt, dass die Gewinner schliesslich doch nur aus den zahlenden Kunden ausgelost wurden. Eine neutrale Urkundsperson, welche die faire Verlosung überprüfte, wurde nur in den seltensten Fällen beigezogen. Der Rechtsweg wurde ausgeschlossen. So entzog sich das Verlosungsverfahren einer Überprüfung.

**Jedes neue
Gesetz bringt neue
Verordnungen und
das wiederum führt
zu mehr Bürokratie.**

Mit dieser Farce ist es nun vorbei. Seit 1. Januar 2019 löst ein nationales Geldspielgesetz (BGS) das bisherige Lotteriegesetz ab. Das BGS bringt dem Gewerbe für einmal eine Erleichterung bezüglich Gewinnspiele. Es besteht keine Pflicht mehr, eine Gratisteilnahme zu ermöglichen.

Das wäre dann einmal mehr eine „kognitive Dissonanz“. Tangiert ist das eingangs erwähnte „Grundrecht der Bürgerinnen und Bürger auf verständliche, einfache und effiziente Gesetze“.

Dies allerdings nur unter folgenden Voraussetzungen: Der Wettbewerb darf nur vorübergehend, d.h. „von kurzer Dauer“ sein und die im Rahmen des Wettbewerbs zum Kauf angebotenen Waren und Dienstleistungen müssen „zu höchstens marktkonformen Preisen“ feil sein. Die Teilnahme am Wettbewerb ist dann quasi im Kaufpreis inbegriffen.

Die Verknüpfung von Warenverkauf und Wettbewerbsteilnahme ist nun also grundsätzlich zulässig. Eine Bewilligungspflicht besteht nicht und wird wohl auch nicht vorgesehen in den Entwürfen zu den kantonalen Einführungsgesetzen zum Geldspielgesetz (BGS).

Grenzenlos ist die Freiheit allerdings nicht. Es darf in der Wettbewerbsausschreibung nicht vorgegaukelt werden, die Teilnahme

am Wettbewerb sei gratis und es sei ein Gewinn erzielt worden, um dann aber für das Einlösen des Gewinns den Kauf einer Ware zu verlangen. Die Einlösung des Gewinnes darf auch nicht von weiteren Zuwendungen abhängig gemacht werden, etwa von der Benutzung einer kostenpflichtigen Mehrwertdienst-Nummer, von einer Aufwandschädigung oder Teilnahme an einer Werbefahrt oder Ähnliches. Das wäre unlauter (Lauterkeitsrecht: Art. 3 Abs.2 lit.t UWG).

Auf diese Bestimmung im Lauterkeitsrecht nimmt das Geldspielgesetz keinen Bezug. Es findet sich im Gesetz kein Verweis. Recherchen bei einem kantonalen Amt für Wirtschaft und Arbeit legen die Vermutung nahe, dass den Redaktoren des Geldspielgesetzes (sprich: dem Parlament) diese Schnittstelle gar nicht bewusst war. Sonst hätte man doch im Geldspielgesetz auf das Lauterkeitsrecht verwiesen, meint der Beamte. Und das wäre dann einmal mehr eine „kognitive Dissonanz“. Tangiert ist das eingangs erwähnte „Grundrecht der Bürgerinnen und Bürger auf verständliche, einfache und effiziente Gesetze“.

Freuen wir uns dennoch an dem kleinen Mehr an Freiheit bei Gewinnspielen und Wettbewerben.