

Wettbewerbsrecht

Wann ist der Bogen überspannt?

Sponsoren und Partner



Österreichisches Produktivitäts-
und Wirtschaftlichkeits-Zentrum



ÖSTERREICH'S KARRIEREN
BEGINNEN HIER

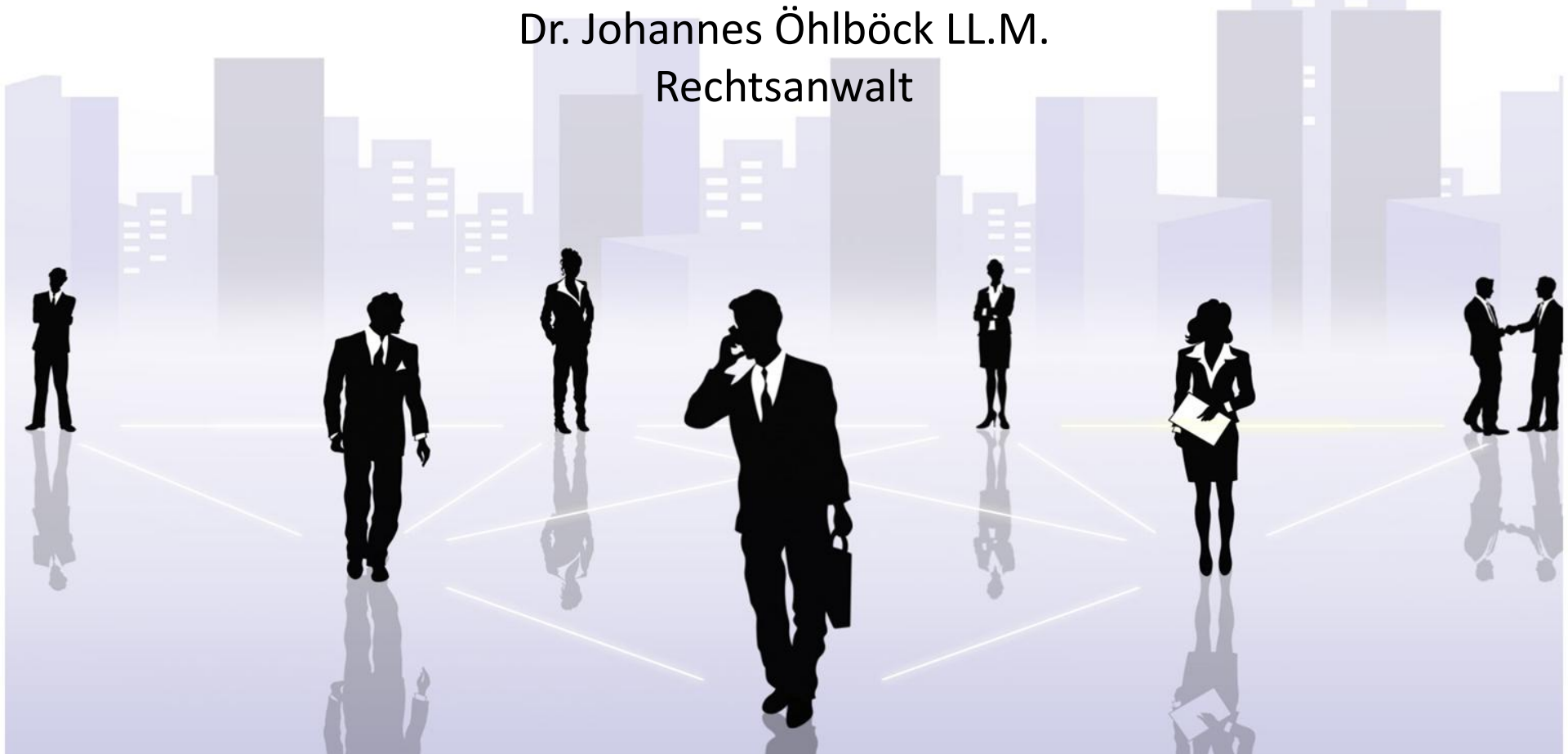


rza®software &
business solutions

Wettbewerbsrecht

Wann ist der Bogen überspannt?

Dr. Johannes Öhlböck LL.M.
Rechtsanwalt



Was ist Wettbewerbsrecht?

- Ordnungsvorschriften für freien Wettbewerb
- Schutz von Konkurrenten vor „Kampfmitteln“ die nicht ok sind
- Schutz der Verbraucher vor Irreführung
- Ziel: fairer Leistungswettbewerb



Unlautere Geschäftspraktiken

§ 1. (1) Wer im geschäftlichen Verkehr

B2B
Mitbewerber

1. eine unlautere Geschäftspraktik oder sonstige unlautere Handlung anwendet, die geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen,

oder

B2C
Verbraucher

2. eine unlautere Geschäftspraktik anwendet, die den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widerspricht und in Bezug auf das jeweilige Produkt geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet, wesentlich zu beeinflussen,

kann auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.



Unlautere Geschäftspraktiken

- Geschäftlicher Verkehr:
 - jede auf Erwerb gerichtete Tätigkeit
 - keine Gewinnabsicht erforderlich
 - auch bei gemeinnützigen Organisationen möglich



Unlautere Geschäftspraktiken

- Wettbewerbsverhältnis bei B2B
 - „geeignet, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen“
 - im wesentlichen gleichartiger Abnehmerkreis, Konkurrenz von Produkten oder Dienstleistungen („Austauschprobe“)
 - auch zwischen Branchenfremden möglich (Wettbewerbsverhältnis „ad hoc“)



Unlautere Geschäftspraktiken

- Geschäftspraktik
 - jede Handlung, Unterlassung, Verhaltensweise, Erklärung, Werbung, die unmittelbar mit der Absatzförderung zusammenhängt
 - unlauter insbesondere wenn
 - aggressiv
 - irreführend
- } „Schwarze Liste“
Anhang zum UWG



Übernahme fremder Leistung

- Jobanzeige-Website übernimmt Jobinserate aus dem Kurier 1:1.
 - unlauter, weil schmarotzerisch
 - kein ins Gewicht fallender eigener Schaffungsprozess
- Bauunternehmen übernimmt auf ihrer Website Wetterkarten der M GmbH in einem Frame, aber mit Copyright Vermerk
 - nicht unlauter, weil nur vereinfachter Zugriff auf Website der M GmbH



Kundenfang

- Zusenden von Rechnungen oder Erlagscheinen mit dem Angebot, ohne bestehende Forderung
 - unlauter, weil irrtümlich gezahlt werden könnte
- Werbefahrten
 - unlauter, weil die Klientel einfache Menschen und ältere Leute sind → unterliegen leichter einer intensiven Werbung
 - Aber nicht unlauter, wenn unmissverständlich und unübersehbar auf Werbecharakter hingewiesen wurde.



Ausnutzen des Vertrauens

- Augenarzt verweist alle Patienten an den Optiker im Erdgeschoß und übermittelt ihm Verschreibungen per Rohrpost.
 - unlauter, weil Patienten dem Arzt oft nicht widersprechen werden
- Schulfotograf bietet der Schule in Abhängigkeit von der Schülerzahl Prämien in Form von Ausrüstung für den Schulunterricht an
 - nicht unlauter, weil dadurch keine besondere Motivation zum Kauf entsteht



Gefühlsbetonte Werbung

- Werbung für Wiederbefüllung von Opfernlichtern durch Behindertenwerkstätte
 - nicht unlauter, weil nur Information über Herstellung des Produktes
- Hinweis auf Kaffeeverpackung, dass von jedem verkauften Stück 1 € an Kinder in Kriegsgebieten gespendet wird
 - unlauter, weil Produkt und Inhalt der Werbung nichts miteinander zu tun haben



Missbrauch wirtschaftlicher Macht

- Weigerung eines Schiliftbetreibers, Gästen die nicht in Partnerhotels untergebracht sind, Ermäßigungen zu gewähren
 - nicht unlauter, weil sachliche Rechtfertigung
- Baumarkt verlangt von seinen Lieferanten für die Neueröffnung einer Filiale, dass sie Gratislieferungen erbringen
 - unlauter, weil auf den Lieferanten wirtschaftlicher Druck ausgeübt wird; selbst dann, wenn Konsequenzen ausdrücklich verneint werden



Abwerben von Dienstnehmern

- A weiß, dass B unzufrieden bei C ist und sagt ihm, dass er ihm 300 € mehr zahlen würde.
 - nicht unlauter
- B ist eigentlich kein guter Mitarbeiter, A will ihn nur haben, um die Betriebsgeheimnisse von C zu erfahren
 - unlauter



Preisdumping

- A kündigt an, ein Handy in den nächsten 3 Wochen um 10% günstiger anzubieten und ist damit günstiger als B.
 - nicht unlauter, weil keine allgemeine Marktbehinderung
- Herabsetzung des Inseratenpreises durch ein marktbeherrschendes Medienunternehmen auf 1/6 für 6 Monate
 - unlauter, weil dadurch der Markt nachhaltig verändert wird



Ausbeutung

- A verkauft ein Medikament als Genericon und übernimmt den von B verwendeten Beipackzettel 1:1
 - unlauter, weil keine eigener ins Gewicht fallender Schaffensprozess
- Verkauf eines Energydrinks mit dem Namen „Red Puma“
 - unlauter, weil dadurch der Ruf eines bekannten Marktteilnehmers ausgebeutet wird
 - auch markenrechtlich problematisch



Rechtsbruch

- Überschreitung von vertraglich vereinbarten Gebietszuweisungen um mehr Umsatz zu erzielen
 - unlauter, weil Verstoß gegen Vertragsbestimmungen
- Verletzung vorgeschriebener Öffnungszeiten oder Tätigkeit ohne die erforderliche Gewerbeberechtigung
 - unlauter, weil Verstoß gegen gesetzliche Bestimmungen



Aggressive Geschäftspraktiken

Geschäftspraktik, die geeignet ist, die Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Marktteilnehmers in Bezug auf das Produkt durch

- Belästigung
- Nötigung
- oder unzulässige Beeinflussung

wesentlich zu beeinflussen.

→ Trifft Entscheidung, die er ohne diese unlautere Beeinflussung nicht getroffen hätte.



Nötigung

- Festhalten des Kunden im Geschäft
 - unlauter, weil physischer Zwang
- Kunde muss sich für den Kauf eines PKW in 3 Minuten entscheiden
 - unlauter, weil psychischer Zwang, keine Zeit zu überlegen
- Einladung von Freunden zu Tupperware-Party, wobei alle wissen, dass der Gastgeber eine Umsatzbeteiligung erhält
 - unlauter, weil moralischer Zwang



Belästigung

- Abfangen von Kunden, wenn Sie aus dem Geschäftslokal des Mitbewerbers kommen
 - unlauter
- hartnäckige Telefon-, SMS- oder E-Mailwerbung („Cold Calling“, Spam)
 - unlauter
 - uU Verwaltungsübertretung nach § 107 TKG
- Zusendung nicht bestellter Produkte samt Rechnung bzw. Zahlungsaufforderung
 - unlauter



Irreführende Geschäftspraktiken

- unrichtige Angaben über
 - Beschaffenheit
 - Ursprung
 - Herstellungsart
 - Preis

einzelner Waren, wenn der Inhalt der Angabe objektiv nachprüfbar ist.



Irreführung

- „Wenn Österreich ins Viertelfinale kommt, bekommen Sie Ihr Geld zurück!“ bei der WM 2010
 - unlauter, weil Österreich nicht an der WM teilgenommen hat
- „Sie können 1 Jahr gratis Daewoo fahren!“ in einem Brief mit der Erläuterung, dass ein Kaufpreis für das Auto zu entrichten ist
 - nicht unlauter, weil in persönlichem Schreiben, der zur Gänze gelesen wird



Marktschreierische Werbung

- „So billig wie hier haben Sie noch nie gekauft!“
 - unlauter
- „Das neuste Insektenmittel“
 - nicht unlauter
- „Österreichs reinstes Bier“
 - unlauter, wenn es nicht wahr ist, weil objektiv nachprüfbar
- „Österreichs bestes Bier“
 - nicht unlauter, weil subjektive Empfindung



Marktschreierische Werbung

- „So billig wie hier haben Sie noch nie gekauft!“
 - unlauter
- „Das neuste Insektenmittel“
 - nicht unlauter
- „Österreichs reinstes Bier“
 - unlauter, wenn es nicht wahr ist, weil objektiv nachprüfbar
- „Österreichs bestes Bier“
 - nicht unlauter, weil subjektive Empfindung



Vergleichende Werbung

- ÖBB Werbung: „LKW säuft wie ein Loch, raucht wie ein Schlot und bummst manchmal auch“
 - unlauter, weil pauschale Herabsetzung des LKW-Verkehrs
- Vergleich von zwei Mobilfontarifen unter Einbeziehung sämtlicher Entgeltsbestandteile (Freiminuten etc.)
 - nicht unlauter



Vergleichende Werbung

- ÖBB Werbung: „LKW säuft wie ein Loch, raucht wie ein Schlot und bummst manchmal auch“
 - unlauter, weil pauschale Herabsetzung des LKW-Verkehrs
- Vergleich von zwei Mobilfontarifen unter Einbeziehung sämtlicher Entgeltsbestandteile (Freiminuten etc.)
 - nicht unlauter



Herabsetzung von Unternehmen

- Behauptung oder Verbreitung von Tatsachen
- über das Unternehmen eines anderen oder
- über den Inhaber oder Leiter des Unternehmens
- die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Inhabers zu schädigen
- außer die Tatsachen sind nachweislich wahr



Herabsetzung von Unternehmen

- Bezeichnung der Ware des Mitbewerbers als „minderwertig“ oder „von geringer Lebensdauer“
 - unlauter, weil nachprüfbare Tatsachenbehauptung
 - nicht unlauter, wenn sie sich als wahr herausstellt
- „Der A wird es in der Branche nie zu etwas bringen“
 - nicht nachprüfbares Werturteil



Kennzeichenmissbrauch

- Verwechslungsfähige Benutzung von
 - Namen
 - Firma
 - Unternehmensbezeichnung
 - Marke
- Ausnutzung des Bekanntheitsgrades
- Überschneidung möglich mit
 - Markenrecht
 - Firmenrecht
 - Namensrecht



Verwechslungsgefahr und Unterscheidungskraft

- „One“ – „T-ONE“
 - nicht verwechslungsfähig
- „Immofinanz“ – „Immofina“
 - verwechslungsfähig
- „Hofbauer“ für Schokoladenwaren
 - unterscheidungskräftig in Bezug auf die Erzeugnisse
- „Shopping City“ für ein Einkaufszentrum
 - nicht unterscheidungskräftig → beschreibend



Mögliche Ansprüche aus unlauteren Handlungen

- Unterlassung
- Auskunft
- Beseitigung
- Schadenersatz
- Einstweilige Verfügung
- Urteilsveröffentlichung



Conclusio

- Wettbewerbsrecht ist Einzelfallbezogen
- Auch Geschäftspraktiken, die das Gesetz nicht ausdrücklich aufzählt, können unlauter sein.
- Die Ansprüche des Verletzten richten sich nach der Verstoßhandlung.
- Im Zweifelsfall hält man es wie der Slogan von Google:

„Don't be evil!“

