

DAS RECHT GEGEN UNLAUTEREN WETTBEWERB - ÜBERBLICK

Was versteht man unter dem Recht gegen unlauteren Wettbewerb (Lauterkeitsrecht)?

Das Lauterkeitsrecht bezieht sich traditionell auf die Rechtmäßigkeit unternehmerischer Verhaltensweisen in Ausübung ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit. Es zielt darauf, das Verhalten der Marktteilnehmer im Wettbewerb von sitten- und rechtswidrigen Praktiken frei zu halten, damit die im Wettbewerb stehenden Unternehmen ihre Leistungen ungehindert präsentieren und abgeben können. Durch das Lauterkeitsrecht sollen Praktiken verhindert werden, mit denen sich ein Unternehmen einen als ungerecht empfundenen Vorteil gegenüber seinen Konkurrenten verschafft.

Unlautere Geschäftspraktiken

Zentrale Regelungsquelle des Lauterkeitsrechtes ist das Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb 1984 (UWG). Seit der großen UWG-Novelle 2007 stehen im Zentrum der Betrachtung die sogenannten „unlauteren Geschäftspraktiken“. Darunter versteht das Gesetz Praktiken, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen oder die den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widersprechen und in Bezug auf das jeweilige Produkt geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreichen oder an den sie sich richten, wesentlich zu beeinflussen.

Um den unbestimmten Gesetzesbegriff der „unlauteren Geschäftspraktik“ näher zu verdeutlichen, legt der Gesetzgeber fest, dass diese insbesondere in aggressiven oder irreführenden Geschäftspraktiken bestehen können.

Aggressive Geschäftspraktiken

Dabei gilt eine Geschäftspraktik als aggressiv, wenn sie geeignet ist, die Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Marktteilnehmers in Bezug auf das Produkt durch **Belästigung**, **Nötigung** oder durch unzulässige Beeinflussung wesentlich zu beeinträchtigen und ihn dazu zu veranlassen, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Irreführende Geschäftspraktiken

Demgegenüber gilt eine Geschäftspraktik als irreführend, wenn sie unrichtige Angaben enthält oder sonst geeignet ist, einen Marktteilnehmer in Bezug auf das Produkt über einen oder mehrere der folgenden Punkte derart zu **täuschen**, dass dieser dazu veranlasst wird, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Prüfungsschritte

Dem Gesetz ist ein Anhang („**schwarze Liste**“) angefügt, worin eine nicht abschließende Reihe konkreter Tatbestände aufgezählt ist. Bei der Subsumption eines konkreten Sachverhaltes unter die Tatbestände des UWG ist daher zuerst die „schwarze Liste“ auf anwendbare Verbotstatbestände hin zu überprüfen. Wenn dies nicht der Fall ist, ist zu untersuchen, ob nicht eine sonstige aggressive oder irreführende Geschäftspraktik vorliegt. In einer dritten und letzten Stufe ist die Generalklausel des § 1 UWG auf seine Anwendbarkeit hin zu untersuchen.

Typische Fallgruppen der Generalklausel

Aufgrund der bewusst abstrakten Formulierung und der Verwendung zahlreicher unbestimmter Gesetzesbegriffe hat sich das Recht gegen unlauteren Wettbewerb in erster Linie durch Richterrecht weiterentwickelt und wurde durch zahlreiche Urteile erst ausgeformt. Praxis und Lehre unterscheiden dabei insgesamt folgende wesentliche Fallkategorien.

Kundenfang

Unter Kundenfang sind Methoden zur Kundenbeeinflussung zu verstehen, welche die freie Willensentscheidung des Kunden beeinträchtigen oder gar ausschließen. Dies geschieht häufig durch **Irreführung**, Ausübung **physischen oder psychischen Zwanges**, Manipulation durch Belästigung oder Verlockung bzw. aleatorische Reizmittel und Ausnutzung von Gefühlen.

So ist es rechtlich problematisch, eine Werbemaßnahme so zu tarnen, dass sie dem Umworbenen als solche nicht erkennbar ist (zB persönlich adressierte Postkarte mit „persönlichem“ Text, die erst bei näherem Betrachten als Werbung erkennbar wird). Hier ist insbesondere auch die sog. **Erlagscheinwerbung** zu nennen, die - angesichts der zahlreichen Probleme - im Hinblick auf die Eintragungen etwa in Branchenverzeichnisse etc. nunmehr sogar in einem eigenen Sondertatbestand geregelt wird.

Ebenfalls erfasst werden unzulässige **Vorspannangebote**. Dabei wird der Absatz einer marktüblich angebotenen Hauptware dadurch gefördert, dass eine sehr preisgünstig erscheinende, meist branchen- oder betriebsfremde Nebenware angeboten wird, deren Erwerb vom gleichzeitigen Erwerb der Hauptware abhängig ist. Wenn der dadurch ausgehende Kaufanreiz so stark ist, dass der Kunde aus sachfremden Gründen - nämlich nur deshalb, um die preisgünstige Nebenware erwerben zu können - zum Kauf der Hauptware veranlasst wird, verstößt das Vorspannangebot gegen die guten Sitten.

Beispiel: Das Angebot eines "2-Monat-Schnupperabo um S 99,-- + PKW-Jahresvignette um nur S 300,--".

Behinderungswettbewerb

Unlauterer Behinderungswettbewerb liegt etwa vor, wenn ein Unternehmer durch seine Maßnahmen (zB Werbung) darauf abzielt, dass ein Mitbewerber seine Leistung auf dem Markt nicht oder nicht mehr rein zur Geltung bringen kann

Beispiel: Boykott bzw Geschäftsweigerung, Diskriminierung und Missbrauch wirtschaftlicher Macht, Missbrauch hoheitlicher Machtstellung, Absatz-, Werbe- und Bezugsbehinderungen, Abwerben von Dienstnehmern, Preisschleudern.

Ausbeutung fremder Leistungen

Bei der Ausbeutung fremder Leistungen kommt es zu Handlungen des nachahmenden Wettbewerbs, die nicht bereits ohnedies sonderrechtlich untersagt sind, und die unter besonderen Begleitumständen herbeigeführt werden, insbesondere, wenn verwerfliche Mittel benutzt werden (zB direkte Leistungsübernahme, vermeidbare Herkunftstäuschungen, Ausbeutung fremden Rufes, „Ausspannen“ von Kunden).

Das **Nachahmen** zB von Produkten ist grundsätzlich zulässig, sofern nicht Ausschließlichkeitsrechte auf Grundlage von Sondergesetzen (zB Patentrecht) bestehen. Sittenwidrig wäre es zB aber insbesondere dann, wenn das ungeschützte Arbeitsergebnis eines anderen ohne jede eigene Leistung ganz oder in erheblichem Maße glatt übernommen würde.

Beispiel: Abschreiben fremder Geschäftsbedingungen, Übernahme fremder Stellenanzeigen aus einer Zeitung in praktisch unveränderter Form ins Internet).

Abgesehen von Fällen der Nachahmung in allen Einzelheiten („sklavische Nachahmung“) kann auch ein bewusste Nachahmung eines Produktes, dem eine gewisse wettbewerbliche Eigenart und Verkehrsbekanntheit zukommt, sittenwidrig sein, wenn dadurch die Gefahr von Verwechslungen herbeigeführt wird und eine andere Gestaltung zumutbar wäre (vermeidbare Herkunftstäuschung).

Rechtsbruch

Einen Rechtsbruch im Sinne des UWG begeht, wer durch Übertretung gesetzlicher (zB Gewerbeordnung) oder vertraglicher Bedingungen, an die sich die Wettbewerber halten, einen sachlich ungerechtfertigten Vorsprung zu erlangen versucht (Verletzung gesetzlicher Vorschriften, Vertragsbruch).

Weitere Sondertatbestände jenseits der Generalklausel

Das UWG enthält auch weitere Sondertatbestände. So ist es insbesondere auch verboten, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zur Irreführung geeignete Angaben über geschäftliche Verhältnisse zu machen

Beispiel: Die Beschaffenheit, Herstellungsart, die Preisbemessung von Waren oder Leistungen, über die Menge der Vorräte, Art des Bezuges etc.

Vergleichende Werbung ist grundsätzlich zulässig, sofern sie insbesondere nicht irreführend ist und keine pauschalen Abwertungen oder Bloßstellungen enthält.

Das UWG enthält zB auch das Verbot der Herabsetzung von Mitbewerbern und Regelungen über die Verletzung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen. In der Praxis bedeutend sind insbesondere auch die Bestimmungen über **Zugaben** und der **Missbrauch von Unternehmenskennzeichen**. Wichtig sind aber auch die Bestimmungen über die Ankündigung von **Ausverkäufen** (zB „Räumungsverkauf“, „Liquidationsverkauf“ ua, die darauf schließen lassen, dass Waren in größeren Mengen beschleunigt abverkauft werden, und die den Eindruck erwecken, dass der Unternehmer durch besondere Umstände genötigt ist, beschleunigt - und daher zu außerordentlich vorteilhaften Bedingungen/Preisen - zu verkaufen). Solche Ankündigungen sind nur mit Bewilligung der zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde zulässig.

Wer ist nach UWG klagsbefugt?

Ein Verfahren wegen Verstoßes gegen das UWG ist vor dem örtlich zuständigen Handelsgericht einzubringen und folgt den Regeln des allgemeinen streitigen Zivilprozesses. Zentraler Anspruch gegenüber einem unlauter handelnden Unternehmen ist der Anspruch auf **Unterlassung**, wobei die Antragsberechtigten je nach Tatbestand differieren.

Grundsätzlich sind natürlich vor allem **Mitbewerber** befugt, gegen sich unlauter verhaltende Konkurrenten zu klagen. Zudem können aber auch Vereinigungen zur Förderung wirtschaftlicher Interessen von Unternehmen klagsbefugt sein, sofern diese Verbände Interessen vertreten, die durch die Handlung berührt werden (zB **Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb**, Fachorganisationen der Wirtschaftskammern). Kraft Gesetzes haben aber auch die Bundesarbeiterkammer, die Wirtschaftskammer Österreich, die Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern und der ÖGB in den meisten Fällen eine Verbandsklagsbefugnis. Im Falle aggressiver oder irreführender Geschäftspraktiken ist auch der **Verein für Konsumenteninformation** klagsbefugt.

Achtung! Das Recht gegen unlauteren Wettbewerb ist entscheidend durch die Judikatur der Gerichte im jeweiligen Einzelfall geprägt. Es handelt sich bei den obigen Ausführungen um einen groben und angesichts des großen Umfangs des Rechtsgebietes nur kursorischen, und keinesfalls vollständigen Überblick.

Weitergehende Informationen finden sie auf der Homepage des Schutzverbandes gegen unlauteren Wettbewerb <http://www.schutzverband.at/>

Stand: März 2009

Dieses Merkblatt ist ein **Produkt der Zusammenarbeit aller Wirtschaftskammern**.
Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftskammer Ihres Bundeslandes:
Burgenland, Tel. Nr.: 09 90907, Kärnten, Tel. Nr.: 05 90904, Niederösterreich Tel. Nr.: (02742) 851-0,
Oberösterreich, Tel. Nr.: 05 90909, Salzburg, Tel. Nr.: (0662) 8888-0, Steiermark, Tel. Nr.: (0316) 601-0,
Tirol Tel. Nr.: 05 90905-1111, Vorarlberg, Tel. Nr.: (05522) 305-0, Wien, Tel. Nr.: (01) 51450-1010,
Hinweis! Diese Information finden Sie auch im Internet unter <http://wko.at>. Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältigster Bearbeitung ohne Gewähr und eine Haftung des Autors oder der Wirtschaftskammern Österreichs ist ausgeschlossen. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter!