Ausbeutung I

- Ausnutzen fremder Leistungen grundsätzlich zulässig
- Nachahmender Wettbewerb grundsätzlich positiv zu bewerten
- Unlauterkeit muss wieder aus besonderen Umständen ableitbar sein

Ausbeutung II

- **Übernahme und Nachahmen fremder Leistung**
- Außerhalb der Sondergesetze (zB PatG, MuSchG) kein Leistungsschutz
- Grund: deren Wertungen und Begrenzungen – insbesondere auch in zeitlicher Hinsicht – wären sonst sinnlos
- Unlauterkeit nur wenn besondere Umstände
  - Kostenersparnis und dadurch Konkurrenzierung
  - Gefahr von Verwechslungen mit dem Originalprodukt

Ausbeutung III

- **Unmittelbare Leistungsübernahme**
- Fremde Leistung wird glatt übernommen
- Beispiele: glatte Kopie des Produkts (Branchenverzeichnis), von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Inseraten, sonstiger Werbemittel
- Unlauterkeitselement: Kostenersparnis des Kopierenden und dadurch „schmerzhafte“ Konkurrenzierung
- Konsequenz: keine Unlauterkeit, wenn nur geringfügige Kostenersparnis: Beispiel: Beipackzettel eines Medikaments

Ausbeutung IV

- **Vermeidbare Herkunftstäuschung**
- Nachahmen eines fremden Produkts/einer fremden Leistung
- Nur unzulässig wenn Verwechslungsgefahr für Abnehmer
  - Eigenart des Produktes
  - Gewisse Verkehrsbekanntheit
- Bewusste Nachahmung
- Andere Gestaltung zumutbar

Ausbeutung V

- **Sonstige Fälle**
- Ausspannen“ von Kunden und Arbeitnehmern
- Abwerben grundsätzlich zulässig
- Unlauterkeit bei Einsatz verwerflicher Mittel
  - Ausspionieren von Kundenlisten, irreführende Angaben über Konkurrenten (Konkursreife), Verleitung zum Vertragsbruch, nicht indes die Ausnutzung fremden Vertragsbruches

Rechtsbruch I

- **Ausgangspunkt**
  - Gesetze schaffen für alle Unternehmer gleichen Rahmen
  - Hinwegsetzen kann Vorsprung verschaffen
  - Beispiel: Nichteinhalten von gewerbebehördlichen – kostspieligen – Auflagen
- **Vorteil: einzelner Konkurrent kann Gesetzesverstoß verfolgen (subjektives Recht)**

Rechtsbruch II

- **Gesetzesverstoß**
- **Objektive Eignung zur Vorsprungserlangung**
- **Schuldhafte Gesetzesübertretung**
  - Kein Verschulden, wenn vertretbare Rechtsauffassung (Judikatur zu berücksichtigen)
  - Kein Verschuldenserfordernis bei Verstößen gegen lauterkeitsrechtliche Vorschriften und solche mit typisch lauterkeitsrechtlichem Gehalt

UWG – Sanktionen und Verfahren I

- **Verwaltungstatbestände/zivilrechtliche Tatbestände**
- **Unterlassungsklage wichtigster Rechtsbehelf**
- **Einstweiliger Rechtsschutz praktisch höchst bedeutsam**
  - Erleichterte Voraussetzungen im UWG-Prozess: § 24

UWG – Sanktionen und Verfahren II

- **Unterlassungsanspruch**
- Verbot künftiger Verstöße
- Verschuldensunabhängig
- Setzt drohende Verletzung oder bei bereits erfolgter Verletzung Wiederholungsgefahr voraus
- Wiederholungsgefahr wird vermutet, Widerlegung derselben nur ganz ausnahmsweise möglich

UWG – Sanktionen und Verfahren III

- **Unterlassungsanspruch Aktivlegitimation (§ 14 UWG)**
- Unmittelbar Betroffene
- In den meisten und praktisch wichtigsten Fällen (näher § 14): Mitbewerber und deren Vereinigungen
  - Problem: reine Klagevereine
- In wichtigen Fällen (näher § 14): Verbandsklagebefugte: AK, ÖGB, WK, BWB
- Irreführende + aggressive Geschäftspraktiken: VKI
- Eventuell auch ausländische Verbandsklagebefugte (s näher § 14 Abs 2)

UWG – Sanktionen und Verfahren IV

- **Unterlassungsanspruch Verbraucher?**
- Grundsätzlich nein
- Verbraucherinteressen durch Verbandsklage zu wahren
- Bei Eindringen in Privatsphäre – zB Telefon-, Telefaxwerbung, sonstige Belästigung: Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts und daraus folgender Unterlassungsanspruch

UWG – Sanktionen und Verfahren V

- **Unterlassungsanspruch Passivlegitimation**
- Unmittelbarer Täter, grundsätzlich auch Bedienstete und Beauftrage
- Mittäter, Anstifter und Gehilfen
- Organe juristischer Personen
- Wichtig: Unternehmerhaftung nach § 18 UWG: Haftung des Unternehmers für Verstöße im Betrieb seines Unternehmens
  - Weite Auslegung von „im Betrieb“

UWG – Sanktionen und Verfahren VI

- **Beseitigungsanspruch**
- § 15 UWG: Beseitigung des wettbewerbswidrigen Zustandes, soweit den Beklagten Verfügung hierüber zusteht
- Beispiele: Beseitigung einer Werbetafel, von Werbematerial, Rückholung aus Filialen
- Verfügung: nicht mehr, wenn Dritter Eigentum erworben oder vertraglichen Anspruch hat

UWG – Sanktionen und Verfahren VII

- **Widerrufsanspruch**
- Bei Verstößen gegen § 7 UWG
- Verpflichtung zur Erklärung, dass die behauptete Tatsache unwahr ist
- Sonderfall des Beseitigungsanspruchs
- Verschuldensunabhängig
- Veröffentlichung wenn größerer Personenkreis

UWG – Sanktionen und Verfahren VIII

- **Urteilsveröffentlichung (§ 25)**
- Zweck: beteiligte Verkehrskreise sollen über die wahre Sachlage aufgeklärt werden, daher keine Strafe
- Faktisch: Strafcharakter wegen hoher Kosten
- Setzt berechtigtes Interesse voraus: vorhanden, wenn rechtswidrige Handlung einem größeren Personenkreis zur Kenntnis gekommen

UWG – Sanktionen und Verfahren IX

- **Schadenersatzanspruch I**
- Setzt Verschulden voraus
- Wird im Gesetz prominent genannt, praktische Bedeutung jedoch marginal
- Grund: Beweisschwierigkeiten
- Umfang: positiver Schaden und entgangener Gewinn (§ 16 Abs 1)
- Ausnahmsweise Ersatz immaterieller Schäden (etwas praktische Bedeutung bei § 7 UWG) - § 16 Abs 2

UWG – Sanktionen und Verfahren X

- **Schadenersatzanspruch II: Anspruch des einzelnen Verbrauchers?**
- OGH sagt schon vor UWG-Novelle 2007 ja, Begründung: Schutzzweck des UWG
- Nach Novelle noch deutlicher
- Praktische Bedeutung gering
  - Vgl aber Werbung für Anlageprodukte
- Werbung mit Gewinnzusagen – Leistungsanspruch?
- Nunmehr: § 5j KSchG
- Problem: Praktische Durchsetzbarkeit/Beweisbarkeit

UWG – Sanktionen und Verfahren XI

- **Verjährung**
- Achtung: Kurze Verjährung für Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche
- 6 Monate ab Kenntnis von Gesetzesverletzung und Verletzter
- Absolute Frist von drei Jahren ab Verletzung
- Keine Verjährung bei fortbestehender Gesetzwidrigkeit

Schutz unternehmerischer Kennzeichen und Leistungen

- **Immaterialgüterrecht: absolute Rechte an geistigen Schöpfungen und Kennzeichen**
  - Wirkung gegenüber jedermann
  - ähnlich wie Eigentum - „geistiges Eigentum“
  - vor allem Unterlassungsansprüche, aber auch Schadenersatz-, Bereicherungs- und Beseitigungsansprüche

Unternehmerische Kennzeichen

- **Unternehmensbezeichnungen/Warenbe-zeichnungen**
  - kennzeichnen Unternehmen als solches oder den Unternehmensträger zB Firma, Etablissementbezeichnungen
  - kennzeichnen Waren oder Dienstleistungen (vor allem Marken)

Firma I

- **§ 17 UGB: Name eines im FB eingetragenen Unternehmers, unter dem seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt**
- **Personenfirma/Sachfirma/Phantasiefirma**
- **Grundsätze der Firmenbildung**
  - Liberalisierung durch UGB
  - Kennzeichnend, unterscheidungskräftig, nicht irreführungsgeeignet
  - Verbesserung der Informationsfunktion: immer Rechtsformzusatz § 19 UGB

Firma II

- **3 Grundsätze**
  - Firmenwahrheit § 18 Abs 2
    - S schon vorne: keine Irreführungseignung
    - eingeschränkte Aufgriffsmöglichkeit im firmenbuchgerichtlichen
    - Sonst Beurteilungsgrundsätze wie bei § 2 UWG
    - Irreführungsgeeignete Firmenführung auch durch § 2 UWG untersagbar
- **Durchbrechung durch Grundsatz der Firmenkontinuität: §§ 21 und 22 UGB**
  - Fortführung der bisherigen Firma möglich, abgesehen davon allerdings Vermeidung von Täuschungen (insb über Haftungsverhältnisse)

Firma III

- **Grundsatz der Firmenunterscheidbarkeit**
  - § 29 UGB: neue Firma muss sich von allen an demselben Ort oder in derselben Gemeinde in das FB eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden - Schutz vor Verwechslungen
- **Kriterien der Verwechslungsgefahr**
  - flüchtige Wahrnehmung
  - Firmenschlagwort
  - Branchennähe

Firma IV

- **§ 24 FBG: Zwangsstrafen durch Firmenbuchgericht**
- **Unterlassungsanspruch gem § 29 iVm § 37 UGB**
- **Unterlassungsanspruch gem § 9 UWG**
  - weitergehend als UGB-Rechtsschutz, weil keine fixe geographische Beschränkung

Marke - Begriff

- Zeichen, die der Unterscheidung von Waren und Dienstleistungen dienen
- graphische Darstellbarkeit
- Wortmarken, Bildmarken, Wort-Bildmarken, Farbmarken, Geruchsmarken?
- Nationale/internationale/Gemeinschafts-marke

Marke - Funktionen

- **Herkunftsfunktion**
- **Garantie- und Vertrauensfunktion**
- **Werbefunktion**
- **maßgeblich vor allem Herkunftsfunktion, die es Verbrauchern ermöglicht, Waren zu identifizieren und zugleich Unternehmern ermöglicht, sich vom restlichen Angebot zu unterscheiden**

Marke - Rechtsquellen

- **Markenschutzgesetz**
- **MarkenRL; Vereinheitlichung der nationalen Markenrechte in Europa**
- **GemeinschaftsmarkenVO**
- **internationale Abkommen**
  - zB Madrider Markenabkommen, Nizzaer Klassifikationsabkommen, TRIPS

Marke – Schutzvoraussetzungen I

- **Graphische Darstellbarkeit**
  - Farbmarke, Geruchsmarke?
- **Mangelnde Unterscheidungskraft**
- **beschreibende Zeichen**
- **Gattungsbezeichnungen**
  - Substitution mangelnder Unterscheidungskraft, bei beschreibenden Zeichen und Gattungsbezeichnungen durch Verkehrsgeltung: Verkehr sieht Zeichen als Hinweis auf ein Unternehmen
  - Daher: relative Eintragungshindernisse

Marke – Schutzvoraussetzungen II

- **Nicht irreführungsgeeignet**
- **Weitere Registrierungshindernisse in § 4 MSchG**
- **Formmarken?**
  - Kein Schutz unter den Voraussetzungen von § 4 Abs 1 Z 6
    - Art der Ware
    - Technische Wirkung
    - Wesentlicher Wert
- **Registrierung: österreichisches Patentamt**
  - Schutzdauer 10 Jahre, beliebig verlängerbar, Registrierung für Klassen

Marke – Schutzvoraussetzungen III

- **Kein Registrierungshindernis: Ähnlichkeit mit einer prioritätsälteren Marke**
  - Mitteilung gem § 21 MSchG
  - Löschungsantrag, Klage, nunmehr aber auch:

Widerspruchsverfahren