Bestechung von Bediensteten und Beauftragten - § 10 UWG I

- **Aktive und passive Bestechung verboten**
  - Geschäftlicher Verkehr
  - Zu Zwecken des Wettbewerbs
  - Vorteil anbietet, verspricht oder gewährt (aktive)
    - Oder passiv: fordert
  - Unlauteres Verhalten
  - Vorteil beim Bezug von Waren oder Leistungen

Bestechung von Bediensteten und Beauftragten - § 10 UWG II

- **Privatanklagedelikt**
  - Vgl auch §§ 168c ff StGB
- **Aber § 13 UWG: Unterlassung und Schadenersatz**
- **Schutzzweck**
  - Mitbewerber und Kunden, nicht Arbeitgeber des „Geschmierten“
    - Dessen Einwilligung ändert daher nichts am Verbot
    - Praktische Bedeutung gering
    - OGH löst manchen Fall über § 1 UWG

Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, Vorlagenmissbrauch - § 11 UWG I

- **Abs 1: Verletzung durch Bediensteten während der Geltungsdauer des Dienstverhältnisses**
  - Verwertung erst nach Beendigung des Dienstverhältnisses?
    - § 1 UWG, wenn zuvor schon „innerer Frontwechsel“
      - Kundenkartei wird kopiert, um sie später selbst zu verwerten

Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse, Vorlagenmissbrauch - § 11 UWG II

- **§ 11 Abs 2: Betriebsspionage**
  - Privatanklagedelikte
  - Aber wiederum § 13 UWG
  - S auch § 122ff StGB sowie eine Vielzahl von Sonderbestimmungen

Vorlagenmissbrauch – § 12 I

- **Herkunft der Vorschrift**
  - Spitzen- und Stickereindustrie
- **Tatbestand**
  - Anvertraute Vorlagen oder Vorschriften technischer Art
  - Zu Zwecken des Wettbewerbs
  - Verwertet oder weitergegeben

Vorlagenmissbrauch – § 12 II

- **Dienstnehmer**
  - Vgl § 12 Abs 2: einschlägig ist § 11 Abs 1
- **Auch hier: Privatanklagedelikt**
- **Aber auch hier: § 13 UWG**

Unlautere Handlungen

- **Unlauterkeit: Wiederholung**
  - Unlauterkeit = Wettbewerbswidrigkeit
  - Verhältnis zu Sondertatbeständen
  - Konkretisierung durch Fallgruppen
    - Kundenfang
    - Behinderung
    - Ausbeutung
    - Rechtsbruch

Kundenfang I

- **Ist im Wesentlichen oder mE gänzlich in aggressiver Geschäftspraktik aufgegangen**
  - Belästigung, Nötigung, unzulässige Beeinflussung
    - Früher: „erschlichen, verfälscht oder erkauft“
- **Nach hM: Kundenfang weiter anwendbar, wenn keine Fälle des § 1a**
  - zB Wertreklame, gefühlsbetonte Werbung, „übertriebenes Anlocken“

Kundenfang II

- **Gefühlsbetonte Werbung I**
- Ansprechen des Mitleids, der Solidarität, des Umweltengagements
- Beispiele
  - Produktakzessorische Sponsoringwerbung
  - Sonstige Hinweise auf „mildtätiges“ Engagement
  - Schockierende Werbung
- Sonderregelung in § 54 und 57 GewO

Kundenfang III

- **Gefühlsbetonte Werbung II**
- Verbot wegen Verstoßes gegen Sachlichkeitsgrundsatz?
- Muss Werbung sachlich sein (Marlboro-Man)?
- Ethische Maßstäbe im UWG
  - Frauenfeindliche Werbung?
  - Schockierende Werbung – Benetton?

Kundenfang IV

- **An Kinder gerichtete Werbung**
- Vgl neu Z 28 des Anhangs
- Direkte Aufforderung an Kinder, Produkte zu kaufen oder
- ihre Eltern oder sonstige Erwachsene zu überreden, die Produkte zu kaufen

Kundenfang V

- **Wertreklame I**
- Gewährung eines geldwerten Vorteils (Aussicht auf Gewinn, Erwerb einer zusätzlichen Ware zu günstigem Preis, Geschenk)
- Kein Zugabenverstoß
  - weil keine Akzessorietät
  - weil keine Unentgeltlichkeit

Kundenfang VI

- **Wertreklame II**
- Konsequenz aus „Nichtverstoß“ gegen § 9a schon vor dessen „Aufhebung“: Grundsätzliche Zulässigkeit
- § 1 UWG bei Hinzutreten zusätzlicher Unlauterkeitselemente
- Hervorrufen einer „peinlichen“ Situation, Hervorrufen von Dankbarkeit
  - Dann allerdings: aggressive Geschäftspraktik,

    s schon oben
- Sittenwidrige Umgehung: seit „Aufhebung“ des § 9a obsolet

Kundenfang VII

- **Wertreklame III**
- Vorspannangebote
  - Nebenware nicht gratis, nur verbilligt
  - kein Scheinpreis
  - nur unzulässig, wenn sachliche Erwägungen gänzlich ausgeschlossen werden
  - das dann nicht, wenn Gesamtangebot teurer als regulärer Preis der Nebenware
- **Bedeutung des Wegfalls des Zugabenverbots?**
  - Vorspannangebote nunmehr grundsätzlich zulässig

Kundenfang VIII

- **Wertreklame IV**
- Übertriebenes Anlocken?
- Sonderregelung für Gewinnzusagen: § 5j KSchG
  - Einklagbarkeit des Preises
- Vgl nunmehr auch Z 31 des Anhangs

Behinderung I

- **Charakteristika der Fallgruppe**
  - Behinderung durch bessere Leistung wettbewerbsimmanent
  - Wettbewerbswidrigkeit nur bei Einsatz leistungsfremder Mittel
  - Mitbewerber kann seine Leistung infolge leistungswidriger Angriffe nicht „rein“ zur Geltung bringen

Behinderung II

- **Boykott**
- Dreipersonenverhältnis: Verrufer (Boykottierer), Adressat, Boykottierter
- Aufforderung zur Nichtaufnahme oder dem Abbruch von Geschäftsbeziehungen
- Richtig: generelle Unzulässigkeit
- anders in der Formulierung noch die Rsp, mit allerdings gleichem Ergebnis

Behinderung III

- **Absatz-, Werbe- und Bezugsbehinderung**
- Handzettelwerbung vor fremdem Geschäftslokal
- Abfangen von Kunden
  - Autobusbeispiel
  - „Bestechung“ des Buschauffeurs
- Marktverstopfung durch Gratisverteilen
  - Zulässig zu Erprobungszwecken
  - entscheidend ist die Menge bzw Dauer

Behinderung IV

- **Preiskampf**
- Billigere Preise „das“ Wettbewerbsmittel
- Unzulässigkeit nur aus besonderen Umständen
- welche ist strittig
- Rsp: Vernichtungsabsicht, Verdrängungsabsicht
- jedenfalls billiger zu sein – wohl unzulässig, nicht bei zeitlich befristetem Angebot

Behinderung V

- **Domaingrabbing I**
- Vergabe der Domains durch private Registrierungsstellen
- zB ICANN (www.icann.org), nic.at (www.nic.at)
- Zuteilung eines Namens nur jeweils einmal pro Top-Level-Domain
- „first come, first served“ ohne Berechtigungsprüfung

Behinderung VI

- **Domaingrabbing II**
- Begriff: Reservierung einer Domain, die vom Domaininhaber nicht selbst verwendet werden soll
- Zweck: Domain-Blockade eines Mitbewerbers oder Domainvermarktung
- Sittenwidriger/unlauterer Behinderungswettbewerb

Behinderung VII

- **Sittenwidriger Markenrechtserwerb**
- Ähnlich wie Domaingrabbing
- Registrierung einer Marke zu Behinderungszwecken oder um Lizenzen zu kassieren
- Beispiel: Nintendo
- Agentenmarke: Registrierung einer Marke durch eine Person, die zur Wahrung der geschäftlichen Interessen verpflichten ist