

## 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 Zugabensverbots?**
  - Vorspannangebote nunmehr grundsätzlich zulässig



## Kundenfang VIII

- **Wertreklame IV**
- Übertriebenes Anlocken?
- Sonderregelung für Gewinnzusagen: § 5c 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](http://www.icann.org)), nic.at ([www.nic.at](http://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 verpflichtet ist

# 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 „schmerzhaft“ 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**
- **Schuldhaftes Gesetzesübertreten**
  - 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 Beauftragte
- 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: § 5c 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 Gesetzeswidrigkeit