



Sehr geehrte Damen und Herren,

am 10.12.2015 sind die Regelungen des zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb („UWG“) in Kraft getreten. Die Vorschriften des UWG sind für alle geschäftlichen Handlungen, insbesondere für jegliche Formen von Werbemaßnahmen, zu beachten. Bei einem Verstoß gegen das UWG drohen Abmahnung oder eine unmittelbare gerichtliche Inanspruchnahme, im schlimmsten Fall sogar eine sofort zu befolgende einstweilige Verfügung. Das UWG wurde durch die Änderung an die europäischen Lauterkeitsregelungen angeglichen und rückt damit in den aktuellen Fokus der Rechtsanwendung. Diese Praxisinfo gibt einen Überblick über die wesentlichen Regelungsinhalte des UWG und fasst die wichtigsten Änderungen und deren Auswirkungen zusammen.

Für Fragen steht Ihnen Ihr Ansprechpartner bei Kapellmann gerne zur Verfügung.

Ihr Kapellmann-Team

kapellmann.de/wettbewerbsrecht

Praxisinfo Wettbewerbsrecht: Das neue UWG – (un)lauterer Wettbewerb im Fokus

Das UWG schützt Mitbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer (z.B. gewerbliche Abnehmer) vor unlauteren geschäftlichen Handlungen sowie gleichzeitig das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb. Zu diesem Zweck enthält das UWG eine Fülle von Tatbeständen, die unlautere geschäftliche Handlungen beschreiben und untersagen. Wer gegen eines dieser Verbote verstößt, kann sich umfangreichen Ansprüchen ausgesetzt sehen. Diese können sich nicht nur auf die sofortige Unterlassung des unlauteren Verhaltens beziehen, sondern auch auf die Leistung von Schadensersatz, auf die Erteilung von Auskünften zu sensiblen geschäftlichen Informationen (einschließlich Rechnungslegung), auf die Abschöpfung erzielter Gewinne sowie auf die Erstattung von Abmahnkosten.

Die Vorschriften des UWG sind dabei im Kontext europäischer Rechtssetzung zu sehen, da das Lauterkeitsrecht im Verhältnis von Unternehmen zu

Verbrauchern auf europäischer Ebene weitestgehend vollharmonisiert ist. Hierdurch wird sichergestellt, dass in allen europäischen Staaten ein einheitliches Schutzniveau zugunsten der Verbraucher gilt. Bisher wich das deutsche UWG von den europäischen Vorgaben ab bzw. hatte diese Vorgaben nicht vollständig übernommen. Dem hat der Gesetzgeber nun mit einer am 10.12.2015 in Kraft getretenen Änderung des UWG Rechnung getragen, um größere Rechtssicherheit zu schaffen.

Unzulässige geschäftliche Handlungen

Das UWG normiert ausdrücklich 30 geschäftliche Handlungen gegenüber Verbrauchern, die stets unzulässig sind (sog. Per-se-Verbote). Hierzu zählen z.B. sog. Lockangebote, bei denen der Unternehmer von vornherein weiß, dass er für die beworbene Ware oder Dienstleistung nicht über einen angemessenen Vorrat verfügt, und den Verbraucher hierüber nicht aufklärt. Weitere Beispiele für

Per-se-Verbote sind die gezielte Ansprache von Kindern, die beworbene Ware selbst zu erwerben, sowie die Verwendung von Gütezeichen o. Ä. ohne eine hierfür erforderliche Genehmigung.

Darüber hinaus untersagt das UWG auch zahlreiche geschäftliche Handlungen, die sich nicht zwingend an Verbraucher richten müssen, sondern auch sonstige Marktteilnehmer betreffen können. Hierzu zählen vor allem irreführende geschäftliche Handlungen, z.B. unwahre oder zur Täuschung geeignete Angaben im Hinblick auf Warenmerkmale, Warentests, Preise oder Preisvorteile oder auch hinsichtlich der Person des Unternehmers. Dem Irreführungsverbot unterfallen auch Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässe sowie auch Teilnahmebedingungen für Preisausschreiben und Gewinnspiele. Bei der Gestaltung der Texte für entsprechende Werbeaktionen sind daher besondere Sorgfalt und rechtliches Know-how unerlässlich.

Das UWG verbietet des Weiteren unzumutbare Belästigungen von Verbrauchern und sonstigen Marktteilnehmern, etwa durch Werbeanrufe oder Werbeemails, für deren Erhalt keine vorherige Einwilligung des Empfängers erteilt wurde.

Unzulässig ist des Weiteren die Herabsetzung oder Verunglimpfung von Mitbewerbern oder deren Waren/Dienstleistungen. Unter bestimmten Umständen kann auch die Nachahmung von Waren/Dienstleistungen eines Mitbewerbers unlauter sein. Zudem enthält das UWG Regeln für die vergleichende Werbung, bei der ein Mitbewerber oder die von diesem angebotenen Waren/Dienstleistungen erkennbar gemacht werden.

Eine Besonderheit des UWG besteht darin, dass auch Verstöße gegen Vorschriften anderer Gesetze als Wettbewerbsverstoß im Sinne des UWG verfolgt werden können. Beispiele hierfür sind Verstöße gegen die Preisangabenverordnung (PAngV), gegen Regelungen der Geschäftszeiten (z.B. Ladenschlussgesetz) oder die Verwendung unwirksamer Allgemeiner Geschäftsbedingungen (AGB).

Bei Verstoß droht nicht nur Abmahnung

Bei einem Verstoß gegen ein im UWG enthaltenes Verbot besteht regelmäßig ein Unterlassungsanspruch oder ein Beseitigungsanspruch. Diese Ansprüche können von Mitbewerbern geltend gemacht werden, aber auch von Dritten, wie Berufsverbänden, Wettbewerbsverbänden, Industrie- und Han-

delskammern, Handwerkskammern sowie Verbraucherzentralen. Die Vielzahl von Anspruchsberechtigten erhöht das Risiko einer Inanspruchnahme für den Rechtsverletzer.

Häufig werden Unterlassungsansprüche zunächst mittels einer Abmahnung geltend gemacht, in der Regel unter Aufforderung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung für die Zukunft. Unterlassungsansprüche können aber auch ohne vorherige Abmahnung direkt gerichtlich durchgesetzt werden. Scharfes Schwert ist die einstweilige Verfügung, durch die ein unlauteres Handeln (z.B. eine irreführende Werbung) sogar ohne vorherige Anhörung durch das Gericht untersagt werden kann. Ein typischer Fall sind einstweilige Verfügungen, die auf Messen medienwirksam durch einen Gerichtsvollzieher zugestellt werden. Für den Adressaten hat dies die Konsequenz, dass das in der gerichtlichen Verfügung enthaltene Verbot sofort zu beachten ist und somit eine Änderung des Messeauftritts erforderlich macht. Zudem droht irreparabler Reputationsschaden.

Schon bei einfacher Unachtsamkeit ist der Rechtsverletzer darüber hinaus dem geschädigten Mitbewerber zum Schadensersatz verpflichtet. In diesem Zusammenhang können Mitbewerber auch umfangreiche Auskunfts- und Rechnungslegungsansprüche erheben. Diese treffen den Rechtsverletzer nicht selten empfindlicher als der Schadensersatzanspruch selbst. Im Falle einer vorsätzlichen Zuwiderhandlung gegen das UWG kommt zudem eine Abschöpfung des erzielten Gewinns in Betracht. Neben die genannten Ansprüche tritt zudem ein Anspruch auf Erstattung der Rechtsverfolgungskosten, z.B. der Kosten für eine anwaltliche Abmahnung.

Neuerungen gelten auch für B2B

Die Änderung des UWG führt zu einer weitgehenden Rechtsangleichung an die europäischen Vorgaben (Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt („UGP-Richtlinie“)).

Neu ist dabei eine eigenständige Regelung im Hinblick auf aggressive geschäftliche Handlungen. Hierzu zählen Handlungen, die Elemente der Belästigung, Nötigung einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt oder der sonstigen unzulässigen Beeinflussung (z.B. Druckausübung durch

Ausnutzung einer Machtposition) enthalten. Solche Handlungen sind unzulässig, wenn sie geeignet sind, eine geschäftliche Entscheidung zu beeinflussen. Dies gilt sowohl für Handlungen gegenüber Verbrauchern („Business to Consumer“ = „B2C“) als auch für Handlungen gegenüber sonstigen Marktteilnehmern (einschließlich „Business to Business“ = „B2B“). Der deutsche Gesetzgeber geht damit sogar über die Vorgaben der UGP-Richtlinie hinaus, die nur den B2C-Bereich betrifft.

Das Ziel einer vollständigen Rechtsangleichung des UWG an die UGP-Richtlinie wurde indes nicht zu 100% erreicht. Insoweit wird es auch künftig im Einzelfall darauf ankommen, das deutsche UWG richtlinienkonform auszulegen und anzuwenden. Nichtsdestotrotz führt die Änderung des UWG bei richtigem Verhalten zu einem Zugewinn an Rechtsklarheit und Rechtssicherheit, allerdings auch zu neuen Angriffspunkten für Mitbewerber und Verbraucherschützer.

Gestrichene Regelungen gelten z.T. fort

Ein fataler Irrtum wäre es, aus der Streichung ausdrücklicher Regelungen zu bestimmten Fallkonstellationen im neuen UWG den irrigen Schluss zu ziehen, dass insoweit von vornherein kein Wettbewerbsverstoß in Betracht kommt. So finden sich z.B. im neuen UWG keine eigenen Vorschriften mehr für die Werbung, die sich auf einen Preis-

nachlass oder auf ein Gewinnspiel bezieht. Die genannten Werbemaßnahmen unterfallen ausweislich der Gesetzesbegründung jedoch nun den allgemeinen Irreführungstatbeständen des UWG, so dass sie nach den hierfür entwickelten Grundsätzen zu behandeln sind.

Folgen für die Praxis, insbesondere für Werbemaßnahmen

Die Änderung des UWG wirft ein aktuelles Schlaglicht auf das Wettbewerbsrecht. Es ist damit zu rechnen, dass die Anspruchsberechtigten die neuen Vorschriften gerade in der Anfangszeit vermehrt anwenden werden. Vor allem Verbände und Verbraucherzentralen werden das Marktverhalten der Unternehmen scharf beobachten. Dementsprechend besteht eine erhöhte Gefahr von Abmahnungen oder gar einstweiligen Verfügungen.

Rechtliche Angriffe können dabei auch von dem Bestreben getragen sein, auf Kosten eines Unternehmens eine im Vergleich zur bisherigen Rechtslage abweichende Rechtsprechungspraxis herbeizuführen.

Besondere Vorsicht gilt daher bei Werbemaßnahmen, die Unternehmen im Lichte der neuen Vorschriften genau prüfen müssen, um Verstöße gegen das UWG und daraus resultierende Nachteile und Kosten zu vermeiden.

Impressum

Alle Texte dieser Information sind urheberrechtlich geschützt. Gerne dürfen Sie Auszüge unter Nennung der Quelle nach schriftlicher Genehmigung durch uns nutzen. Obgleich diese Information sorgfältig erstellt wurde, wird keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit übernommen. Sie soll einen ersten Überblick der angesprochenen Themen geben und stellt keinen anwaltlichen Rechtsrat dar. Sie ersetzt keine auf den Einzelfall bezogene Beratung.

Wenn Sie unsere Praxisinfo nicht mehr erhalten möchten, können Sie diese unter newsletter@kapellmann.de abbestellen.

© Kapellmann und Partner Rechtsanwälte mbB, Januar 2016.