

Im Juli 2004 trat das neue Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in Kraft. Eine Reform war unter anderem notwendig geworden, weil die bisherige Fassung aufgrund der rasanten Entwicklung in Medientechnik und Werbepraxis als nicht mehr zeitgemäß angesehen wurde. Inhaltlich wurde das Gesetz jedoch nicht völlig neu gestaltet. Der Zweck des UWG, Wettbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer vor unlauterem Wettbewerb zu schützen, ist geblieben. Zusätzlich wurden nunmehr zahlreiche, von der Rechtsprechung entwickelte Fallgruppen in das UWG aufgenommen.

Aus Sicht der Unternehmer ist die wichtigste Neuerung der Wegfall des Sonderveranstaltungsrechts. Nach alter Auffassung waren besondere Formen der Rabattgewährung, nämlich befristete Rabatte auf den gesamten Warenbestand (Sonderveranstaltung) und Räumungsverkäufe nur zu bestimmten Zeiten respektive unter exakt definierten Voraussetzungen zulässig (Sommer- und Winterschlussverkauf). An den Beschränkungen hatte zunächst auch der Wegfall des Rabattgesetzes nichts geändert. Mit der Reform des UWG sind diese Hindernisse nun endgültig gefallen. Sommer- und Winterschlussverkäufe sind zwar weiterhin möglich, jedoch können die Händler jetzt selbst entscheiden, ob und wann sie ihr gesamtes Sortiment im Preis reduzieren, wodurch die bisherigen Kampagnen ihre Bedeutung verlieren werden.

Diese Änderung wird erhebliche Auswirkungen auf Werbung und Preis-schlachten, auf das Verhältnis von

Das neue Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

ERSTMALS KÖNNEN DIE GEWINNE AUS RECHTSWIDRIGER WERBUNG JETZT „ABGESCHÖPFT“ WERDEN



Günstige Angebote müssen mindestens zwei Tage lang verfügbar sein.

FOTO: SZ/MARION GRÖNING

Großen zu Kleinen sowie auf die Verbraucher haben. Unternehmer müssen jedoch unverändert die allgemeinen Regeln unzulässiger Werbung beachten. Das neue UWG lädt dazu ein, Sonderaktionen aggressiver zu umwerben, damit sie vom Kunden wahrgenommen werden. Damit steigt das Risiko wettbewerbswidriger Werbung. Nicht alles ist erlaubt. Die Unternehmen sind gut beraten, sich rechtzeitig kundig zu machen.

» **GEWINNABSCHÖPFUNG**
Neu eingeführt wurde der Gewinnabschöpfungsanspruch. Damit können

Gewinne aus vorsätzlich unlauterer Werbung nun dem Unternehmer entzogen werden. Firmen sollen so abgeschreckt werden, unlauter zu werben. In der Vergangenheit gab es Fälle, bei denen der Gewinn durch eine unlautere Werbemaßnahme erheblich über den von den Gerichten festgesetzten Ordnungsgeldern lag, und das unlautere Verhalten somit als profitables Geschäft betrieben wurde.

Der Gewinnabschöpfungsanspruch kann von bestimmten Verbänden, Einrichtungen und Kammern zugunsten des Bundeshaushalts geltend gemacht werden. In welchem Umfang die Ver-

bände und Kammern hiervon Gebrauch machen und ob die Regelung wirklich praktikabel ist, bleibt abzuwarten. Bedenken sind hier berechtigt. Die Prozesse werden zumindest mit aufwendigen Beweisaufnahmen verbunden sein. Für wettbewerbswidrig handelnde Unternehmer soll nicht nur die Gewinnabschöpfung, sondern auch die mit dem Prozess verbundene Offenlegung der Geschäftsinterna unangenehm werden. Zusätzlich können geschädigte Mitbewerber auf Unterlassung und Schadensersatz klagen.

Die bisherige Generalklausel wurde jetzt durch Fallgruppen ergänzt. So ist beispielsweise ausdrücklich geregelt, dass Schleichwerbung, Ausnützung der Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen, Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit durch die Ausübung von Druck und Koppelung von Gewinnspielen mit dem Erwerb einer Ware oder Behinderung von Marktteilnehmern unzulässig sind. Die Liste ist lang und nicht abschließend.

Ausdrücklich verboten ist darüber hinaus die Werbung mit Preisnachlässen, die in Wirklichkeit nicht gewährt werden. Wird auf Mondpreise oder ältere Auszeichnungen verwiesen, die zuvor nur über einen unangemessen

kurzen Zeitraum gefordert wurden, ist die Werbung mit den vermeintlich sensationellen Preissenkungen unzulässig. Ebenso darf nicht mit besonders günstigen Angeboten geworben werden, wenn keine ausreichende Verfügbarkeit der Waren sichergestellt ist. Im Regelfall muss der Vorrat nun für zwei Tage reichen.

» **UNZULÄSSIGE BELÄSTIGUNGEN** Das neue UWG soll außerdem die belästigende Werbung unterbinden. Unzumutbare Belästigungen sind generell unzulässig. Ist erkennbar, dass der Empfänger keine Werbung wünscht, so ist diese verboten. Werbung per Telefax, E-Mail und SMS/MMS ist nur erlaubt, wenn eine Einwilligung des Adressaten vorliegt. Werbeanrufe bei Privatpersonen sind nur mit deren ausdrücklicher Einwilligung gestattet. Gegenüber Unternehmern reicht es aus, wenn das Einverständnis mit der Telefonwerbung vermutet werden kann. Diese Vermutung kann sich aus bestehenden Vertragsbeziehungen ergeben. Wer gegen das Wettbewerbsrecht verstößt, kann von Konkurrenten, aber auch von Vereinen, Verbraucherverbänden, den Industrie- und Handelskammern oder den Handwerkskammern auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Das Wettbewerbsrecht setzt kein Verschulden voraus, so dass es nicht darauf ankommt, ob man wusste, dass die Wettbewerbsbehandlung unzulässig ist. Im Regelfall wird man zunächst kostenpflichtig abgemahnt und soll eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgeben.

RA FRANK STANGE