



NEUFASSUNG DES GESETZES GEGEN DEN UNLAUTEREN WETTBEWERB

03.08.2004 Fachinformation

Durch die Neufassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) sollen der Verbraucherschutz und der Schutz der Allgemeinheit künftig stärker gewährleistet werden. Mit der Neufassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) wird dieses über 100 Jahre alte Gesetz grundlegend geändert. Die Reform war auch zur Anpassung an europäische Vorgaben notwendig. Außerdem wird der Liberalisierungsgedanke, der bereits mit der Streichung des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung begonnen hatte, weiter fortgesetzt. Erstmals wird im Gesetz in § 1 die Schutzzweckbestimmung des Verbraucherschutzes aufgeführt. Allerdings führt dies nicht zur Einführung individueller Rechte der Verbraucher. Geschützt wird nach der Schutzzweckpräzisierung in § 1 Satz 2 UWG nur das allgemeine Interesse an einem unverfälschten Wettbewerb. Der Schutz sonstiger allgemeiner Interessen, wie etwa der Umwelt-, Gesundheits- und Arbeitnehmerschutz, ist nicht Aufgabe des Wettbewerbsrechtes. Der frühere Begriff „Gute Sitten“ als Maßstab für einen Wettbewerbsverstoß in § 3 UWG wird durch „Unlautere Wettbewerbshandlungen“ ersetzt. Durch die Liberalisierung ist das Sonderveranstaltungsverbot aufgehoben worden. Die Vorschriften über Schluss- und Jubiläumsverkäufe (bisher § 7 UWG) und Räumungsverkäufe (bisher § 8 UWG) fallen weg. Rabattaktionen werden in einem weiteren Umfang als bisher zulässig. Auch Sommer- und Winterschlussverkäufe werden weiterhin möglich sein. Die Unternehmen entscheiden selbst, ob und wann solche Sonderverkäufe stattfinden können. Im privaten Bereich ist von Bedeutung, dass Telefonwerbung künftig nur dann zulässig ist, wenn der Adressat zuvor eingewilligt hat. Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässe, Zugaben oder Geschenke sind künftig nach § 4 Nr. 4 UWG als unlauter einzustufen, wenn die Bedingungen für die Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angegeben werden. Wer beabsichtigt, einem Kunden Rabatt zu gewähren, muss dies so kenntlich machen, dass dem Kunden klar ist, wann er in den Genuss des Rabattes kommt, z. B. ab einem bestimmten Umsatz, bei Vertragstreue etc. Die wettbewerbsrechtliche Unzulässigkeit der Behinderung von Wettbewerbern durch sog. Geschäftsehrverletzungen ist in §§ 4 Nr. 7 und 8 UWG geregelt. Erfasst werden sollen hier vor allem die Fälle der „Schmähekritik“, etwa wenn ein Mitbewerber pauschal und ohne sachlich erkennbaren Grund schlecht dargestellt wird. Wie bisher wird bei einem Wettbewerbsverstoß primär der Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch von großer Bedeutung sein. Regelmäßig ist dies auch weiterhin im Wege einer einstweiligen Verfügung geltend zu machen. Neu eingeführt wird der sog. „Gewinnabschöpfungsanspruch“ für die Fälle, in denen ein Gewinn zu Lasten einer Vielzahl von Abnehmern erzielt wurde. Nach dieser Norm ist es nunmehr möglich, den durch die unlautere Wettbewerbshandlung erlangten Gewinn herauszuverlangen. Dieser Anspruch kann geltend gemacht werden, wenn die Werbung auf Kosten einer Vielzahl von Abnehmern durchgeführt und vorsätzlich vorgenommen wurde. Problematisch dürfte jedoch in der Praxis der Nachweis des Vorsatzes sein. Darüber hinaus dürfte es schwierig sein, den zu Unrecht erlangten Gewinn genau zu beziffern. Der Gewinnabschöpfungsanspruch kann von Verbraucherverbänden oder Mitbewerbern geltend gemacht werden, der abgezogene Gewinn fließt dem Bundeshaushalt zu. Das Gesetz liegt im Internet im .pdf-Format vor und kann von unseren Mitgliedsunternehmen abgerufen werden. Hierzu wird das Acrobat Plug-In benötigt. Gesetzestext

Downloads

FFCA_14-04%20uwg

162
PDF