

## Verschärfung des Wettbewerbsrechts

# Neue Abmahnfallen: Was Sie jetzt bei Ihrer Werbung und Kundeninformation zu beachten haben

Mit aggressiven Slogans wie „Heute zahlt Deutschland keine Mehrwertsteuer“ werben vor allem Handelsketten für ihre vermeintlich günstigen Angebote. Häufig genug ist das Werbeversprechen aber größer als die tatsächliche Ersparnis der Kunden. Ziel der Werber: Kunden sollen in die Filialen gelockt werden. Dort, so das Kalkül, werden die Kunden dann schon etwas kaufen. Leidtragende solcher rüden Werbemaßnahmen sind nicht nur die Kunden, sondern auch Sie als Unternehmer. Denn nicht nur im Handel, sondern auch im Handwerk und in anderen Branchen versuchen Billig-Ketten die Kundschaft von örtlichen Unternehmen wegzulocken.

Damit der Wettbewerb fair bleibt, regelt das Gesetz gegen Unlauteren Wettbewerb (UWG), wie sich Unternehmen gegenüber Verbrauchern und Mitbewerbern verhalten sollen. Wer dagegen verstößt, kann kostenpflichtig abgemahnt werden. Allerdings wird das Wettbewerbsrecht immer häufiger dazu missbraucht, unbescholtene Betriebe mit Abmahnungen zu überziehen – z. B. von Wettbewerbern, um sie zu behindern.

Sie sollten also die Regelungen des Wettbewerbsrechts kennen, um sich einerseits gegen unfaire Methoden anderer Unternehmen wehren und andererseits richtig auf Abmahnungen gegen sich selbst reagieren zu können.

Jetzt wurde die Geltung des UWG noch ausgeweitet.

- Konnten bislang nur Wettbewerbshandlungen bis zum Kauf oder bis zu einem anderen Vertragsabschluss abgemahnt werden, ist als „geschäftliche Handlung“ jetzt jedes unlautere Verhalten vor, bei oder nach einem

Geschäftsabschluss relevant (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG).

- Außerdem wurden Ihre Informationspflichten als Unternehmer erweitert (§ 5a Abs. 2 UWG).
- In einer Liste sind nun 30 konkrete Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht aufgelistet, die in jedem Fall unzulässig sind.

### Prüfen Sie Ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Das hat eine durchaus praxisrelevante Folge: Abmahnungen können nicht nur Ihre Werbung betreffen, sondern z. B. auch Ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Sie dürfen ohne Rücksicht darauf abgemahnt werden, ob sich Regelungen bereits vor Vertragsabschluss oder danach auswirken.

- ! **Praxis-Tipp:** Seien Sie bei der Gestaltung Ihrer AGB noch sorgfältiger. Eine Abmahnung kann teuer werden. Laut Bundesgerichtshof kann der Streitwert zwischen 25.000 und 50.000 € liegen. Womit eine Abmahnung durchaus 1.300 € kosten kann.

**BGH, 28.9.2006, Az. III ZR 33/06**

### Prüfen Sie das Impressum Ihrer Internet-Seiten

Als unlauter gilt jetzt auch, wenn Verbrauchern wesentliche Informationen vorenthalten werden, die den Wettbewerb beeinträchtigen können. Das bedeutet für Sie u. a.: Jeder Verstoß gegen eine Angabepflicht im Impressum Ihrer Internet-Seite kann abgemahnt werden. Eine Bagatelgrenze gibt es nicht mehr.

- ➔ **Beispiel:** Sie haben auf Ihrer Internet-Seite ein vollständiges Impressum angegeben. Als Geschäftsführer Ihrer GmbH sind Sie als Ansprechpartner aufgeführt. Allerdings ist Ihr Vorname nicht ausgeschrieben, sondern nur abge-

kürzt. Das könnte ein Wettbewerber zum Anlass für eine Abmahnung nehmen.

- ! **Praxis-Tipp:** Prüfen Sie vor allem Ihre Internet-Seiten daraufhin, ob alle Informationspflichten gem. § 5 TMG erfüllt sind.

### Verschweigen Sie Kunden keine wichtigen Infos

Irreführende Werbung war schon bislang verboten. Jetzt fällt darunter aber auch jegliche Irreführung, die dadurch Verschweigen wichtiger Tatsachen verursacht wird und wodurch Kunden bei Ihrer Kaufentscheidung beeinflusst werden. Dies kann im Extremfall bedeuten, dass Sie Kunden künftig ausdrücklich auch über alle negativen Eigenschaften/Merkmale Ihrer Waren bzw. Dienstleistungen informieren müssen.

- ➔ **Beispiel:** Viele Verbraucher vertrauen auf die Ergebnisse von „Stiftung Warentest“. Mit positiven Testergebnissen wird auch fleißig geworben. Jetzt können Sie gem. § 5a UWG dazu verpflichtet sein, Kunden auch auf ein „ungeeignet“ hinzuweisen.

- ! **Praxis-Tipp:** Beraten Sie Ihre Kunden wie schon bisher objektiv. Hier bleibt abzuwarten, wie weit die Rechtsprechung die neuen Informationspflichten tatsächlich auslegt. Sie sollten erst einmal nicht vom Extremfall ausgehen.

### „Schwarze Liste“: Das ist in jedem Fall verboten

In einer „Schwarzen Liste“ nennt das UWG 30 konkrete Tatbestände mit unzulässigen geschäftlichen Handlungen. Ein großer Teil der 30 Fälle war schon nach dem bisherigen UWG unzulässig. Viele sind einfach genauer gefasst worden.

## „Schwarze Liste“ – Die 30 Don'ts des UWG

Das ist verboten	Erläuterung/Beispiel
Unwahre Behauptung, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodex zu gehören	Es genügt die behauptete Mitgliedschaft in einem Verband, der den Kodex unterzeichnet hat. Beispiel: Ein Journalist behauptet, zu einem Berufsverband zu gehören, der seine Mitglieder zur Einhaltung des Pressekodex des Presserats verpflichtet.
Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen o. Ä. ohne die erforderliche Genehmigung	Beispiel: Ein Händler verwendet ein „Bio-Siegel“, ohne hierzu berechtigt zu sein. Dass die Ware den Qualitätsstandard erreicht, ist irrelevant.
Unwahre Behauptung, ein verwendeter Verhaltenskodex sei offiziell genehmigt	Beispiel: Das Werben mit Unterzeichnung des Verhaltenskodex der Deutschen Finanzdienstleister e. V., der von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) genehmigt sei.
Unwahre Behauptung, ein Geschäft, eine Ware oder eine Dienstleistung sei von einer öffentlichen oder privaten Stelle genehmigt, gebilligt oder bestätigt worden	Beispiel: Die Behauptung eine Versteigerung sei vom Regierungspräsidium genehmigt
Lockvogel-Angebote, bei denen offensichtlich ist, dass die zu erwartende Nachfrage nicht befriedigt werden kann	Beispiel: Werbung für ein Produkt, obwohl die Bestände bei der zu erwartenden Nachfrage nicht für 2 Tage reichen.
Werbung für günstige Waren- oder Dienstleistungsangebote, wobei andere Produkte oder Leistungen verkauft werden sollen („Bait-and-Switch“-Technik)	Beispiel: Ein Händler wirbt für ein Sonderangebot, führt Interessenten aber ein fehlerhaftes Exemplar vor und verweist auf ein anderes Produkt.
Zeitdruck auf einen Kunden mit der unwahren Behauptung, Waren oder Leistungen seien nur für eine kurze Frist verfügbar	Beispiel: Der Händler erklärt um 15:45 Uhr, dass ein Sonderangebot zum Kauf eines PCs nur noch bis 16:00 Uhr läuft, obwohl die Aktion noch einen weiteren Tag anhält.
Kundendienstleistungen in einer anderen Sprache als der, in der die Verhandlungen vor dem Geschäftschluss geführt worden sind, wenn die ursprünglich verwendete Sprache eine Fremdsprache ist.	Kunden, die mit einem ausländischen Unternehmer in dessen Sprache verhandeln, sollen wissen, wenn eine Dienstleistung in einer anderen Sprache erbracht wird.
Unwahre Behauptung, eine Ware oder Leistung sei verkehrsfähig	Beispiel: Verkauf einer Ware ohne Mindesthaltbarkeitsdatum (§ 3 Nr 4 LMKV)
Unwahre Angabe oder Erwecken des Eindrucks, Rechte im Zusammenhang mit dem Angebot seien eine Besonderheit, obwohl sie gesetzlich vorgeschrieben sind	Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist verboten. Beispiel: Ein Online-Shop wirbt damit, Verbraucher hätten ein 14-tägiges Widerrufsrecht. Das ist sowieso gesetzlich vorgeschrieben.
Werbung, die als Information getarnt ist	Beispiel: Eine Werbeanzeige, die als redaktioneller Beitrag getarnt ist.
Druck auf Kunden durch die unwahre Behauptung, es bestehe eine persönliche Gefahr, wenn er eine Ware oder Leistung nicht kauft	Beispiel: Werbung für einen Rauchmelder mit dem Hinweis, dass nur er über ein System verfüge, das selbst schlafende Personen rechtzeitig warnt.
Werbung für eine Nachahmung eines Produkts von einem Wettbewerber	Beispiel: Bewerbung eines Rolex-Plagiats ohne Hinweis, dass es sich um eine Nachahmung handelt
Schneeball- oder Pyramidensysteme zur Verkaufsförderung	Beispiel: Werbung mit dem Hinweis, dass der Kunde bei Werbung weiterer Kundenrabatt bekommt.
Unwahre Werbung für Schlussverkäufe wegen Geschäftsaufgabe oder Verlegung	Beispiel: Die unwahre Behauptung das Geschäft werde zum Ende der Woche geschlossen und man wolle die Waren im Laden noch schnell verkaufen.
Werbung, dass sich durch den Kauf einer Ware/Leistung die Gewinnchancen bei einem Glücksspiel erhöhen	Beispiel: Der Vertrieb von Computerprogrammen, mit denen man die „richtigen“ Lottozahlen ermitteln kann.
Zusage eines Gewinns in der Werbung, obwohl der Kunde den Preis noch gar nicht gewonnen hat.	Wer bei einem Preisausschreiben etwas als Preis verspricht, hat dies einzuhalten.
Unwahres Versprechen einer medizinischen Wirkung eines Produkts	Beispiel: Bewerbung eines Nahrungsmittels mit der Heilkraft, Allergien zu kurieren.
Vortäuschen falscher Marktbedingungen, um einen unverhältnismäßigen Preis zu rechtfertigen	Beispiel: „Das kriegen Sie in München nur bei uns“.
Angebot eines Gewinnspiels obwohl gar keine Preise vergeben werden.	Beispiel: Es wird ein Pkw als Hauptpreis eines Preisausschreibens ausgelobt. Es werden tatsächlich nur die Trostpreise vergeben.
Bezeichnung eines Angebots als „gratis“, obwohl doch Kosten anfallen	Es darf z. B. keine „Bearbeitungsgebühr“ in Rechnung gestellt werden.
Werbung mit beigefügter vermeintlicher Zahlungsaufforderung	Werbung für einen Branchenbucheintrag, bei der der Eindruck erweckt wird, der sei Eintrag bestellt und die Rechnung zu zahlen.
Auftreten eines Unternehmers als vermeintlicher Verbraucher	Beispiel: Ein Unternehmer verkauft über eBay Waren als Verbraucher, um Widerrufsrechte zu umgehen.
Unwahre Angabe, es gebe einen Kundendienst in einem anderen EU-Land	Verkauf eines elektronischen Geräts an einen schwedischen Touristen mit unwahrem Hinweis, dass auch in Schweden ein Kundendienst existiere.
Erwecken des Eindrucks, ein Kunde müsse zahlen, um Geschäftsräume wieder verlassen zu dürfen	Bedrohliches Aufstellen des Händlers vor den Kunden, wenn der Kunde das Ladenlokal verlassen will.
Aufsuchen eines Kunden zu Hause gegen dessen Willen	Bei einem verabredeten Verkaufsgespräch in der Wohnung des Kunden weigert sich der Händler vor Abschluss eines Vertrags zu gehen.
Forderung nicht notwendiger Unterlagen, die für die Geltendmachung von Ansprüchen aus einem Versicherungsverhältnis vorgelegt werden sollen	Beispiel: Der Haftpflichtversicherer leistet nur, wenn die Aufenthaltserlaubnis des ausländischen Verletzten des versicherten Gegenstands vorliegt.
Aufforderung an Kinder Angebote zu kaufen oder ihre Eltern zum Kauf zu veranlassen.	Beispiel: „Kinder sagt euren Eltern, wenn sie euch lieben, dann verwöhnen Sie euch mit ...“
Aufforderung zur Zahlung nicht bestellter Ware	Beispiel: Ware wird unter Aufforderung der Zahlung und der zwangsweisen Beitreibung bei Nichtzahlung übersendet.
Druck auf Kunden durch die Aussage, das Unternehmen sei gefährdet, wenn der Kunde die Ware oder Leistung nicht kauft	Beispiel: Ein Zeitschriften-Werber behauptet, er sei als Arbeitsloser auf die Vermittlung von Abos angewiesen.