

Unlauterer Wettbewerb (UWG) und Kartellrecht (GWB)

Prof. Dr.-Ing. H. B. Cohausz
Patentanwalt
COHAUSZ HANNIG BORKOWSKI WIßGOTT
Düsseldorf

www.copat.de

Es können drei Wirtschaftsformen unterschieden werden:

	Zentral gelenkte Wirtschaft	Soziale Marktwirtschaft	Völlig freie Marktwirtschaft
Merkmale			Freies Spiel der Kräfte, allein Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis. Der Staat greift nicht ein
Kritik			Großbetriebe verdrängen die Klein- und Mittelbetriebe und es kommt zu Monopolbildungen. Der Wettbewerb leidet. Sozial Schwache werden benachteiligt.

Es können drei Wirtschaftsformen unterschieden werden:

	Zentral gelenkte Wirtschaft	Soziale Marktwirtschaft	Völlig freie Marktwirtschaft
Merkmale	Der Staat plant und bestimmt die Produktion und was der Bevölkerung zukommt und damit auch den Preis		Freies Spiel der Kräfte, allein Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis. Der Staat greift nicht ein
Kritik	Planungs- und Kontrollsysteme sind stets fehlerhaft. Überproduktion und Produktionsengpässe sind unvermeidbar. Überwachung und fehlender persönlicher Besitz demotivieren. Die Freiheit des Individuums wird eingeschränkt		Großbetriebe verdrängen die Klein- und Mittelbetriebe und es kommt zu Monopolbildungen. Der Wettbewerb leidet. Sozial Schwache werden benachteiligt.

Es können drei Wirtschaftsformen unterschieden werden:

	Zentral gelenkte Wirtschaft	Soziale Marktwirtschaft	Völlig freie Marktwirtschaft
Merkmale	Der Staat plant und bestimmt die Produktion und was der Bevölkerung zukommt und damit auch den Preis	Der Wettbewerb auf den Märkten bleibt so frei wie möglich. Der Staat greift erst ein, wenn Marktmechanismen außer Kraft gesetzt werden und Ungleichgewichte wie Ungerechtigkeiten und Monopole entstehen	Freies Spiel der Kräfte, allein Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis. Der Staat greift nicht ein
Kritik	Planungs- und Kontrollsysteme sind stets fehlerhaft. Überproduktion und Produktionsengpässe sind unvermeidbar. Überwachung und fehlender persönlicher Besitz demotivieren. Die Freiheit des Individuums wird eingeschränkt	Der Staat stellt Marktordnungen (Gesetze, Regeln) auf, die Eingriffe dann zulassen, wenn der Wettbewerb unfair oder unlauter/ unrechtmäßig wird	Großbetriebe verdrängen die Klein- und Mittelbetriebe und es kommt zu Monopolbildungen. Der Wettbewerb leidet. Sozial Schwache werden benachteiligt.

In Deutschland besteht eine soziale Marktwirtschaft,
deren Grundlage eine freie Marktwirtschaft ist,
der durch Gesetze Grenzen gesetzt sind, um Auswüchse zu verhindern.

Bedeutsame Gesetze sind hierbei

das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb –
UWG, das die Qualität des Wettbewerbs sichert,

und **das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen –**
GWB (Kartellrecht), das die Existenz des Wettbewerbs sichert.

Das UWG schützt vor unlauterem d.h. nicht rechtmäßigem Wettbewerb.
Es geht damit um

- den Schutz der Wettbewerber (der Konkurrenten),
- den Schutz der Verbraucher/Abnehmer (und sonstiger Marktbeteiligter) und
- den Schutz der Allgemeinheit (und damit einen fairen Wettbewerb).

Das UWG ist das zentrale Gesetzeswerk des deutschen Wettbewerbsrechts.

§ 3 UWG

Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

- (1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig.
- (2) Geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, sind unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

Unlauterkeit

§ 3 UWG spricht nun nicht mehr von einem Verstoß gegen die guten Sitten, sondern von unlauteren geschäftlichen Handlungen.

Dieses Tatbestandsmerkmal entspricht dem der Sittenwidrigkeit des § 1 UWG a.F.

Ein Wettbewerbshandeln ist unlauter,

wenn es dem Anstandsgefühl der redlichen und verständigen Mitbewerber widerspricht oder wenn es von der Allgemeinheit, insbesondere den angesprochenen Verkehrskreisen missbilligt und für untragbar gesehen wird (BGH, GRUR 1988, 614 – BTX-Werbung).

Im Gesetz sind folgende Handlungen als unlauter aufgeführt:

§ 3 UWG Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

§ 3a UWG Rechtsbruch

§ 4 UWG Mitbewerberschutz

§ 4a UWG Agressive geschäftliche Handlungen

§ 5 UWG Irreführende geschäftliche Handlungen (irreführende Werbung)

§ 5a UWG Irreführung durch Unterlassen

§ 6 UWG Vergleichende Werbung

§ 7 UWG unzumutbare Belästigungen

(unaufgef. Telefonwerbung, unangef. Newsletter, Spam-E-Mail etc.)

Unlautere Werbung



Beispiele

Die Firma Lidl hatte in einer Anzeige zu einem PC geschrieben »gnadenlos billig, Qualität Made in Germany«, obwohl wesentliche Bestandteile des Gerätes wie die Laufwerke, das Mainboard und die Grafikkarte im Ausland hergestellt worden waren.

Ein Unternehmen hatte sich als »Europaerfahren« bezeichnet, obwohl es nur in Deutschland tätig war.

Die Verwendung des Firmenbestandteils „Stadtwerke“ ist irreführend, wenn die öffentliche Hand keine Mehrheit an der Gesellschaft hält.



**Aktion
Plagiarius**

2. Preis

Tortreibriegel „DENI Plano“

Plagiarius Verleihung 2016

Die Preisträger des Plagiarius 2016

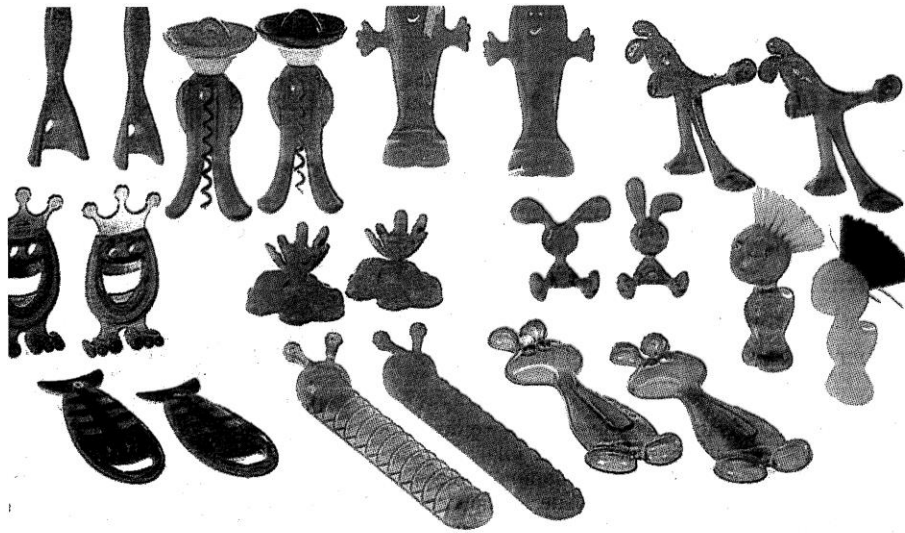
Die **Jury** traf sich am 16. Januar 2016 und vergab drei Hauptpreise, zwei Sonderpreise und fünf gleichrangige Auszeichnungen aus insgesamt 40 Einsendungen. Ausführliche Informationen zur Verleihung finden Sie in unserer **Pressemitteilung** vom 12. Februar 2016.

Für Medienvertreter stehen die **Preisträger-Fotos** kostenlos zum Download zur Verfügung:

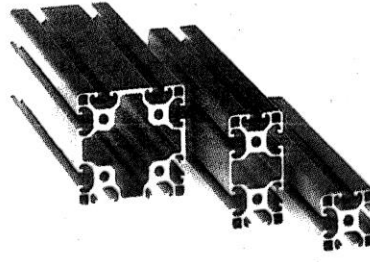
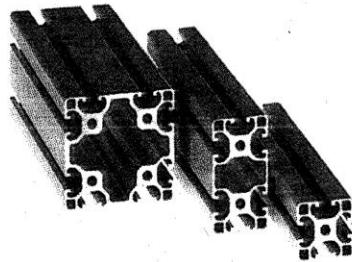
Bildrechte: Aktion Plagiarius e.V.

**Alle Fotos zeigen jeweils links das Original und rechts das Plagiat
(bitte in der Bildunterschrift darauf hinweisen)**

Aktion Plagiarismus



Elf auf einen Streich:
Die Produkte der Firma Koziol gefielen scheinbar auch den „Designern“ eines chinesischen Unternehmens. Sie kopierten gleich eine ganze Produktreihe.



„Siegler“ im Wettbewerb der Dreistigkeiten wurde die Alutop AG. Die Liechtensteiner kopierten auf einen Zehntelmillimeter genau eine Profilsérie der Solinger Item GmbH.

Wegen der stets wachsenden Anzahl geschickter Kopien entschloss sich die Jury in diesem Jahr erstmals, Sonderpreise zu vergeben, etwa für Serienr. Hier siegte die Firma China Tuhsujiang. Sie kopiert gleich elf Produkte des Unternehmens Koziol – ideas for kids GmbH.

Welche Kriterien, nach denen Preisräus ausgewählt werden, gibt es nicht. Preisrichter stehen immer wieder der Frage: Ist es besonders dreist, ein Produkt perfekt zu kopieren? Oder ist es noch dreister, ein Produkt manaft nachzuahmen?“, so Busse. Ein Mitglied der jährlich wechselnden Jury sagte es in der Vergangenheit auf den Punkt: „Ich lasse mich vom Grad meiner Empörung leiten.“

STEFAN ASCHKE

● Schutzrechte

Kampf den Piraten

Wer sein geistiges Eigentum vor Plagiatoren schützen will, dem steht seit März 2002 das „nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster“ zur Verfügung. Es gewährt kostenlos EU-weiten Schutz. Um sich darauf berufen zu können, muss die Schöpfung lediglich „offenbart“ worden sein. „Wann etwas 'offenbart' ist, ist aber leider noch unklar“, so Schutzrechtsexpertin Dr. Ailki Busse, München. Reicht die Präsentation auf einer lokalen Messe? Oder muss es eine internationale Ausstellung sein? „Auf der sicheren Seite steht, wer sein Produkt auf designpublisher.de vorstellt.“ Das kostet je nach Anzahl der veröffentlichten Ideen höchstens 50 €. Ab dem 1. April steht darüber hinaus auch das eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster (GGM) zur Verfügung. Ab Anmeldetag werden dann Schöpfungen für längstens 25 Jahre geschützt. Das nicht eingetragene GGM ist für drei Jahre ab dem Offenbarungstag geschützt. Es kann innerhalb von zwölf Monaten ab Offenbarung zum eingetragenen Geschmacksmuster angemeldet werden. s

www.designpublisher.de

www.copat.ue

Ruhe bewahren! Fristen beachten!

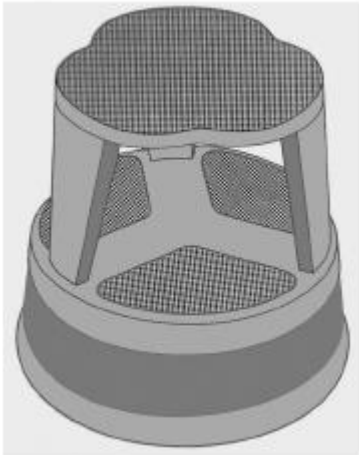
Nichts zahlen - nichts unterschreiben!

**Sich richtig mit hochspezialisiertem
Fachanwalt verteidigen!**

Entscheidung »Rollhocker« des BGH



In der Entscheidung »Rollhocker« des BGH (GRUR 1981, 517) wird deutlich, dass ein Nachbau eines Hockers (siehe Abb. 12.2) dann gegen § 3 UWG verstößt, wenn Merkmale übernommen werden, die zwar technisch bedingt sind, aber trotz ihrer technischen Funktion willkürlich wählbar sind.



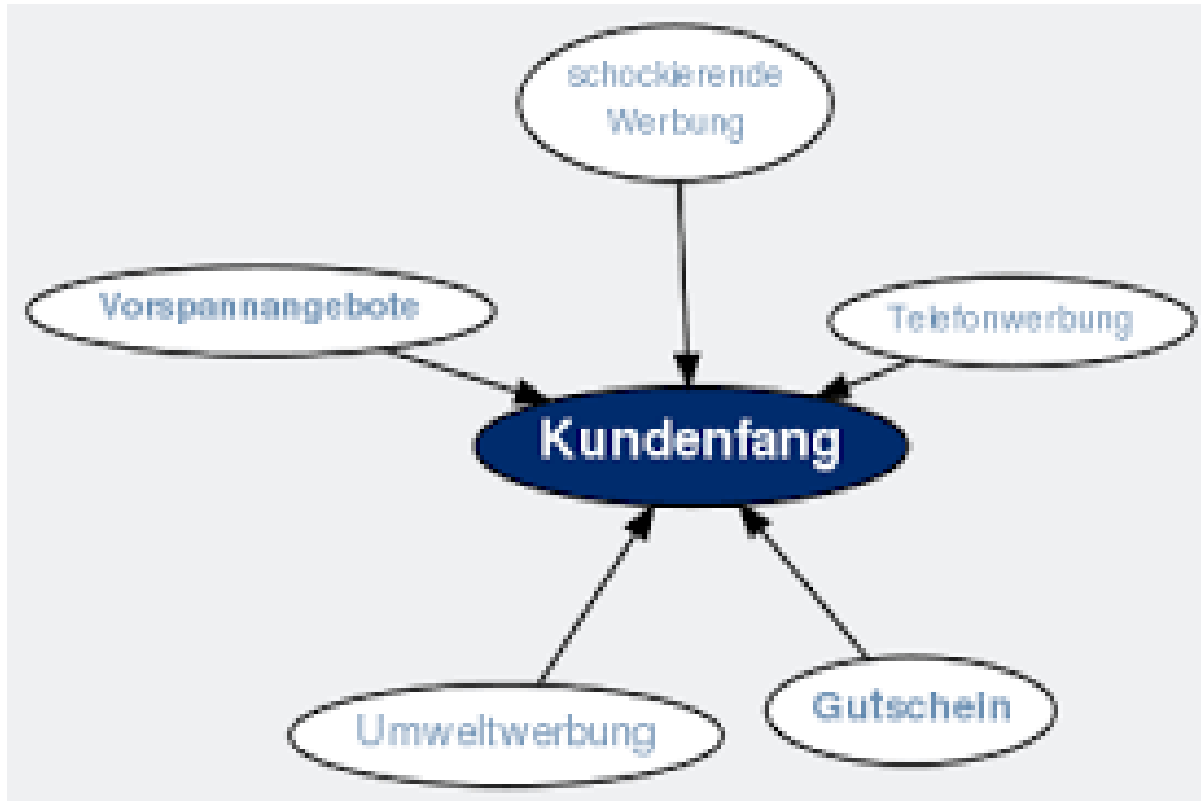
Mit anderen Worten: Werden technische Merkmale identisch übernommen, obwohl sie ohne Weiteres auch anders technisch hätten ausgeführt werden können und es dann zu einem anderen Gesamteindruck gekommen wäre, so sind diese Änderungen zumutbar, um eine Herkunftstäuschung zu vermeiden.

Abb. 12.2 Rollhocker: Original (oben) und Nachahmung (unten)

Nicht nur der Konkurrent/Mitbewerber
sondern auch der Verbraucher/Abnehmer
wird durch das UWG geschützt.

Der Verbraucher/Abnehmer kann

- getäuscht,
- genötigt,
- belästigt und
- irregeführt werden.



Klagebefugnis

Bei Wettbewerbsverstößen sind die Folgenden befugt, Unterlassung zu fordern und Klage zu erheben:

Jeder Mitbewerber gem. § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG.

Nach der Legaldefinition des § 2 Nr. 3 UWG ist Mitbewerber jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht.

Rechtsfähige Verbände zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen gem. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG.

Qualifizierte Einrichtungen zum Schutz der Verbraucherinteressen gem. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG.

Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern nach § 8 Abs. 3 Nr. 4 UWG.

Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

GWB

Kartellrecht

Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)

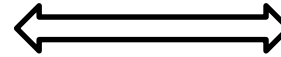
Kartellrecht

Kartelle sind zwischen Unternehmen getroffene Vereinbarungen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, durch die diese zu ihrem Vorteil den Wettbewerb beschränken.

Am schwerwiegendsten sind Preisabsprachen und Vereinbarungen über die Aufteilung von Märkten.

Kartelle, die solche Kernbeschränkungen treffen, werden als »Hardcore-Kartelle« bezeichnet.

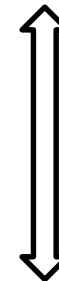
Horizontale Vereinbarungen



Horizontale Vereinbarungen = Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern		
Hersteller	horizontale Vereinbarung	Hersteller
Großhändler	horizontale Vereinbarung	Großhändler
Einzelhändler	horizontale Vereinbarung	Einzelhändler

Vertikale Vereinbarungen

Vertikale Vereinbarungen = Vereinbarungen zwischen Unternehmen verschiedener Wirtschaftsstufen	
Hersteller	
vertikale Vereinbarung	
Großhändler	
vertikale Vereinbarung	
Einzelhändler	



Häufig gibt es zwischen Unternehmen folgende wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen:

Absprachen über den **Preis**

– Preiskartell,

Absprachen über die **Menge**, die jedes Unternehmen nur noch anbieten will

– Quotenkartell,

Absprachen über eine **Aufteilung der Regionen**,

in denen sie allein Waren oder Dienstleistungen anbieten

(frei von dem Wettbewerb der übrigen Mitglieder des Kartells)

– Gebietskartell.

Merke:

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist eine Rechtsnorm, die Mitbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer vor **unlauterem Wettbewerb** schützt.

§ 1 UWG

Dieses Gesetz dient dem Schutz der Mitbewerber, der Verbraucherinnen und Verbraucher sowie der sonstigen Marktteilnehmer **vor unlauteren geschäftlichen Handlungen**. Es schützt zugleich das Interesse der Allgemeinheit an einem **unverfälschten Wettbewerb**.

Im Gesetz sind folgende Handlungen als unlauter aufgeführt:

§ 3 UWG Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

§ 3a UWG Rechtsbruch

§ 4 UWG Mitbewerberschutz

§ 4a UWG Agressive geschäftliche Handlungen

§ 5 UWG Irreführende geschäftliche Handlungen (irreführende Werbung)

§ 5a UWG Irreführung durch Unterlassen

§ 6 UWG Vergleichende Werbung

§ 7 UWG unzumutbare Belästigungen

(unaufgef. Telefonwerbung, unangef. Newsletter, Spam-E-Mail etc.)

Merke

Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) Kartellrecht

Kartelle sind zwischen Unternehmen getroffene Vereinbarungen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, durch die diese zu ihrem Vorteil den Wettbewerb beschränken.

Am schwerwiegendsten sind Preisabsprachen und Vereinbarungen über die Aufteilung von Märkten.