

# Unlauteres Verhalten vermeiden

## Rechtliche Aspekte von Werbung und Marketing

In Zeiten homogener und qualitativ ausgereifter Produkte und Dienstleistungen können sich Unternehmen vor allem durch gute Werbung und geschicktes Marketing von der Konkurrenz abheben. Hierbei sind nicht nur betriebswirtschaftliche, sondern auch rechtliche Aspekte zu beachten, will man nicht Gefahr laufen, wegen unlauteren Verhaltens von der Konkurrenz abgemahnt zu werden.

Kaum ein Rechtsgebiet ist für Unternehmer so bedeutsam wie das Wettbewerbsrecht. Geregelt im „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“ (UWG) dient es dem Schutz der Marktteilnehmer (Mitbewerber, Verbraucher etc.) vor unlauteren Wettbewerbshandlungen. Dabei ist der Begriff der Wettbewerbshandlung sehr weit zu verstehen, da er jede Form der Absatzförderung umfasst. Zum Zwecke des größtmöglichen Verbraucherschutzes hat die EU den Anwendungsbereich des Wettbewerbsrechts sogar noch erweitert: Nach der „Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken“ sind nunmehr auch solche Handlungen am UWG zu messen, die nicht nur der Absatzförderung dienen, sondern unmittelbar mit dem Verkauf oder der Lieferung von Waren oder Dienstleistungen zusammenhängen.

Dies bedeutet, dass mittlerweile nahezu sämtliche Handlungen, die den unternehmensinternen Bereich verlassen (wie z.B. Werbung, Internetauftritt, Geschäftsbriefe, Broschüren, Produktbeschreibungen, AGB, Widerrufsbelehrungen, Umgang mit Gewährleistungsfällen, Inkassotätigkeiten), auf dem Prüfstand der

Lauterkeit stehen. Hierbei heißt der Prüfer nicht „Staat“, sondern in der Regel „Mitbewerber“. Stellt dieser nämlich ein wettbewerbswidriges Verhalten eines Konkurrenten fest, kann er dieses abmahnen und den Konkurrenten zur Unterlassung des Verhaltens auffordern. Kommt der Abgemahnte dieser Aufforderung nicht nach, hat er mit der Einleitung gerichtlicher Maßnahmen (einstweilige Verfügungen, Unterlassungsklagen, Schadensersatzklagen etc.) zu rechnen. Da solche Verfahren nicht nur erhebliche finanzielle, sondern auch personelle, zeitliche und emotionale Ressourcen binden, empfiehlt es sich für jeden Unternehmer, alle aktuellen und zukünftigen Wettbewerbshandlungen an den Grenzen der Lauterkeit auszurichten.

### Irreführende Angaben vermeiden

Was genau ist aber eine unlautere Wettbewerbshandlung? Das UWG beantwortet diese Frage nicht ausdrücklich. Vielmehr enthält es eine Liste unlauterer Verhaltensweisen, deren gemeinsamer Nenner ein Verstoß gegen die anständigen unternehmerischen Gepflogenheiten

ist. Zur Verdeutlichung einige Beispiele:

Im unternehmerischen Alltag spielt das Verbot der irreführenden Werbung eine große Rolle. Dies ergibt sich vor allem aus dem sehr weit verstandenen Begriff der Werbung, der jede Äußerung mit dem Ziel der Absatzförderung umfasst. Werbung ist daher nicht nur die klassische Anzeigenwerbung, der Fernseh- oder Radiospot, sondern auch die Produktbezeichnung, die Produktbeschreibung sowie die Information in Bedienungsanleitungen, auf Produktverpackungen oder auf Produkten selbst.

Wird beispielsweise ein in China hergestelltes Produkt mit dem Label „Made in Germany“ vertrieben, so täuscht der Hersteller oder Importeur über dessen wahre Herkunft und verhält sich damit irreführend und unlauter. Gleiches gilt, wenn mit nicht existierenden Schutzrechten (Patenten, Gebrauchsmustern etc.) geworben wird. Auch die Werbung mit der Anmeldung zu einem Schutzrecht kann unter Umständen irreführend sein, selbst wenn eine Anmeldung tatsächlich bereits erfolgt

ist. Ebenfalls ist die Bewerbung eines Produkts mit unternehmens-, nicht aber produktbezogenen Qualitätsmanagementnormen (z.B. ISO 9002) irreführend. Denn der Verbraucher verbindet mit einer solchen Werbung eine bestimmte Qualität des Produkts, die aber gerade nicht Bestandteil der Zertifizierung ist.

Wie weitreichend die Konsequenzen fehlerhafter und damit irreführender Angaben sein können, wird deutlich, wenn man diese erst einmal auf 100.000 Verpackungen überklebt, durchgestrichen oder ausgestanzt hat – entweder weil man sich gegenüber dem Mitbewerber zur Unterlassung eines bestimmten Verhaltens verpflichtet hat (Stichwort: Unterlassungsverpflichtungserklärung), oder weil ein Gericht ein bestimmtes Verhalten untersagt hat (Stichwort: Untersagungsverfügung).

Auch der Verstoß gegen andere als die im UWG enthaltenen Bestimmungen kann eine unlautere Wettbewerbsbehandlung darstellen. Dies ist immer dann der Fall, wenn gegen eine Norm verstoßen wird, die auch dazu bestimmt ist, das Markt-

verhalten im Interesse der Marktteilnehmer zu regeln. So enthalten beispielsweise das HGB, das GmbHG oder das AktG vielfältige Vorschriften über die jeweiligen Angaben auf Geschäftsbriefen, deren Missachtung einen Wettbewerbsverstoß begründen kann. Auch AGB und darin enthaltene Widerrufsbelehrungen können nicht frei formuliert werden. So ist etwa die Klausel „unfrei zurückgesandte Ware wird nicht angenommen“ im Rahmen von Verbraucherverträgen wettbewerbswidrig. Gleiches gilt im Verhältnis zum Verbraucher für den Ausschluss jeglicher Gewährleistungsrechte für neu hergestellte Sachen oder die Verweisung auf den Hersteller als ausschließlichen Ansprechpartner bei Reklamationen.

Für Betreiber einer Internet-Webseite ist § 5 Telemediengesetz besonders relevant, der zur Angabe bestimmter Informationen verpflichtet (Stichwort: Anbieterkennzeichnung oder Impressumsangaben). Die diesbezüglichen Anforderungen sind streng, so dass bereits die Abkürzung des Vornamens des Geschäftsführers

oder Vorstands oder die fehlende Handelsregisternummer abgemahnt werden kann. Darüber hinaus gibt es eine fast unüberschaubare Anzahl weiterer Normen, die es zu beachten gilt: Fertigpackungsverordnung, Preisangabenverordnung, Elektrogerätegesetz, Geräte- und Produktsicherheitsgesetz, Kosmetikverordnung, Hackfleischverordnung etc.

Die Erfahrung zeigt jedoch, dass Unternehmer die Bedeutung des Wettbewerbsrechts für den unternehmerischen Alltag oftmals verkennen und die Konsequenzen unlauteren Verhaltens unterschätzen. Damit Werbe- und Marketingmaßnahmen nicht zum „wettbewerbsrechtlichen Bumerang“ werden, empfiehlt sich eine frühzeitige und umfassende Auseinandersetzung mit dem UWG. Wegen des weitreichenden Begriffs der Wettbewerbsbehandlung sollte die Sensibilisierung auf unlauteres Verhalten jedoch nicht nur auf der Ebene der Unternehmensführung, sondern in allen Unternehmensbereichen erfolgen.

> Rechtsanwältin Diana Hampe  
Bochum

Quelle: Wirtschaft im Revier – Nachrichten der Industrie- und Handelskammer im mittleren Ruhrgebiet zu Bochum  
Ausgabe April 2008, Heft 04/08, S. 30 f.