

Wettbewerbsrecht

1. **Der Wettbewerb soll in Deutschland möglichst rege und vielfältig sein. Welches spezielle Gesetz hält hierzu Regelungen bereit?**
Es ist das UWG, das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Seit Mai 2003 liegt eine neue Fassung vor.
2. **Was bedeutet in diesem Zusammenhang „unlauter“?**
Darunter sind alle Handlungen zu verstehen, die zu einem Nachteil der Mitbewerber, Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer führen. Diese Definition ist sehr allgemein. In der neuen Gesetzesfassung sind einige Beispiele für Unlauterkeit dargelegt.
3. **Welche Unlauterkeitsbeispiele nennt das UWG?**
Unlauter sind insbesondere: **a)** die Ausübung von Druck auf die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher, **b)** die Ausnutzung der Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen, **c)** Schleichwerbung, **d)** die Koppelung von Gewinnspielen mit dem Erwerb einer Ware, **e)** die Herabsetzung oder Verunglimpfung von Mitbewerbern, **f)** die gezielte Behinderung von Mitbewerbern
4. **Irreführende Werbung ist nach wie vor verboten. Gibt es hierzu neue Vorschriften?**
Ja. Neu ist das Gebot, dass bei Werbung mit Preissenkungen der angegebene Ausgangspreis auch tatsächlich eine angemessene Zeit gefordert worden sein muss. Erst dann darf mit („sensationellen“) Preisnachlässen geworben werden.
5. **Was muss noch erfüllt sein, wenn mit besonders günstigen Angeboten geworben werden soll?**
Es darf nur dann mit besonders günstigen Angeboten geworben werden, wenn eine ausreichende Verfügbarkeit der Waren sichergestellt ist. Der Hinweis „so lange der Vorrat reicht“ allein genügt nicht mehr. So war es in der Vergangenheit z. B. bei Baumärkten üblich, ein Markenprodukt sehr günstig anzubieten. Von diesem Produkt waren aber nur zwei Stück tatsächlich vorrätig. Und der Kunde, der gezielt nach diesem „Schnäppchen“ fragte, musste dann hören, dass es bereits ausverkauft sei. Auf alle Fälle war der Kunde aber erst einmal in das Geschäft gekommen und die Chancen standen gut, dass er sich nun für ein anderes Produkt entschied.
6. **Welche Menge hat man von einem beworbenen Produkt vorzuhalten?**
Als angemessen gilt ein Vorrat für zwei Tage. Dies ist für den Regelfall definiert. Ausnahmen müssen glaubhaft gemacht werden.
7. **Vergleichende Werbung ist erlaubt. Aber auch sie muss bestimmten Lauterkeitskriterien genügen. Welche sind dies?**
Vergleiche sollen objektiv sein und sich auf eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüf- bare und typische Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung beziehen. Das kann auch der Preis sein. Daneben soll der Mitbewerber nicht herabgesetzt oder verunglimpft werden.
8. **Erstmals sind so genannte „unzumutbare Belästigungen“ formuliert. Was ist darunter zu verstehen?**
Es sind Belästigungen durch unerbetene Telefax- bzw. SMS- oder E-Mail-Werbung. Das „Spamming“ ist hiermit auch verboten.
9. **Die Beschränkungen bei Sonderveranstaltungen sind entfallen?**
Ja. Veranstaltungen wie Schlussverkäufe, Jubiläums- und Räumungsverkäufe unterliegen keinen einschränkenden Bestimmungen mehr.
10. **Was geschieht, wenn Zuwiderhandlungen gegen Vorschriften dieses Gesetzes geschehen?**
Zunächst kann ein Anspruch auf Beseitigung und Unterlassung bestehen. Bei fahrlässiger oder gar vorsätzlicher Zuwiderhandlung sind Ansprüche auf Schadensersatz denkbar. Schließlich kann für bestimmte Handlungen sogar Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren drohen.