

**Nummer 173** Juni 2009  
55. Jahrgang

# Recht und Wettbewerb

Mitgliederzeitschrift

Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb

## WETTBEWERBSKOMMENTAR

Das deutsche UWG nach Umsetzung der RL-UGP  
im Vergleich zur österreichischen Rechtslage

## WETTBEWERBSRECHT AKTUELL

Tagung der Internationalen Liga  
für Wettbewerbsrecht in Wien

Fälle von „Internetabzocke“

Die ausgewählte OGH-Entscheidung

**Gerichtliche Interventionen**

**Nummer 173** Juni 2009 55. Jahrgang

# Recht und Wettbewerb

---

## WETTBEWERBSKOMMENTAR

Das deutsche UWG nach Umsetzung der RL-UGP  
im Vergleich zur österreichischen Rechtslage **SEITE 4**

---

## WETTBEWERBSRECHT AKTUELL

Tagung der Internationalen Liga  
für Wettbewerbsrecht in Wien **SEITE 9**

---

Fälle von „Internetabzocke“ **SEITE 12**

---

Die ausgewählte OGH-Entscheidung **SEITE 14**

---

**Gerichtliche Interventionen** **SEITE 15**

---

## IMPRESSUM

„Recht und Wettbewerb“ ist die zweimal jährlich erscheinende Mitgliederzeitschrift des Schutzverbandes gegen unlauteren Wettbewerb zu Themen und Fällen des Wettbewerbsrechts. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt und dürfen grundsätzlich ohne Zustimmung des Medieninhabers weder vervielfältigt noch veröffentlicht werden.

**Medieninhaber, Hersteller sowie Redaktion:** Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb, 1040 Wien, Schwarzenbergplatz 14, ZVR 473025626

**Vorstand:** KommR Karl Novak, KommR Helmut Schramm, KommR Erwin Pellet, KommR Dr. Haidemarie Heinz, KommR Herbert Gänsdorfer, KommR Wolfgang Eybner, Karl Hochfelsner, Karl Hofmann, KommR Hans Seemann, KommR Gerhard Steurer

**Für den Inhalt verantwortlich:** Mag. Hannes Seidelberger, Geschäftsführer

**Layout:** Greiner & Greiner GmbH, 1050 Wien, Schlossgasse 10–12

**Druck:** Druckerei Robitschek & Co GmbH, 1050 Wien, Schlossgasse 10–12

# Liebe Mitglieder!

Der Schutzverband interveniert nicht nur bei Wettbewerbsverstößen, sondern trägt umfassend zur Rechtsfortbildung auf dem Gebiet des Wettbewerbsrechts bei. Neben der Website [www.schutzverband.at](http://www.schutzverband.at), unserer Wettbewerbsfibel und der Zeitschrift Recht und Wettbewerb werden laufend andere Aktivitäten gesetzt.

So veröffentlichen wir immer wieder Beiträge in Fachpublikationen, halten Seminare ab und organisieren teilweise mit anderen Institutionen gemeinsam größere Veranstaltungen wie die Podiumsdiskussion „Quo vadis Lauterkeitsrecht?“ anlässlich 50 Jahre Schutzverband mit hochkarätigen Vortragenden oder den Vortrag der Präsidentin des OGH, Hofrätin Prof. Dr. Irmgard Griss aufgrund der UWG-Novelle 2007 mit dem Titel „UWG neu“.

Weiters ist der Schutzverband als Experte in der Arbeitsgruppe UWG im Wirtschaftsministerium und im Vorstand der Österreichischen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht vertreten, welche die Österreichischen Blätter (ÖBl) herausgibt und zu diesem Thema alljährlich mit dem Manz-Verlag das ÖBl-Seminar abhält.

In dieser Funktion haben wir schon mehrmals an Tagungen der Internationalen Liga für Wettbewerbsrecht teilgenommen, welche jedes Jahr von einer anderen Landesgruppe veranstaltet werden. Vom 22. bis 25. Oktober 2009 findet dieser Kongress in Wien statt und wir sind an der Organisation durch die Österreichische Vereinigung maßgeblich beteiligt.

Neben der Mitarbeit im Organisationskomitee und damit Gestaltung des Programms können wir aufgrund einer umfassenden Kooperation unseren Mitgliedern zumindest zehn gebührenfreie Teilnehmerplätze zur Verfügung stellen. Bei Interesse melden Sie sich bei uns am besten via E-Mail.

Der erste Beitrag befasst sich mit dem Inhalt dieser Tagung, wo neben sehr interessanten Vorträgen und Podiumsdiskussionen mit Gästen auch aus dem Ausland zwei aktuelle Fragen des Wettbewerbsrechts diskutiert und Empfehlungen für deren Umsetzung erarbeitet werden. Ein sehr schönes Rahmenprogramm rundet diesen Kongress ab, zu dem rund 150 Teilnehmer aus dem In- und Ausland erwartet werden.

In ihrem Wettbewerbskommentar beschäftigt sich die Verbandsanwältin Dr. Marcella Prunbauer diesmal mit dem deutschen UWG und zeigt insbesondere auf, wo Unterschiede zur österreichischen Rechtslage bestehen. Weiters berichten wir in einem Beitrag über die Fälle von Internetabzocke, wo wir schon viele Unternehmer unterstützt haben.

Schließlich finden Sie interessante Informationen wie die Rubriken „Gerichtliche Interventionen“, „Unser juristischer Linktipp“ und „Die ausgewählte OGH-Entscheidung“. Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und würden uns über eine zahlreiche Teilnahme bei der Liga-Tagung freuen.



Fotostudio Wilke

**„Der Schutzverband trägt laufend zur Rechtsfortbildung bei und ist dieses Jahr Mitorganisator der Liga-Tagung in Wien ...“**

**MAG. HANNES  
SEIDELBERGER**  
Geschäftsführer

# Das deutsche UWG nach Umsetzung der RL-UGP im Vergleich zur österreichischen Rechtslage

Die Regelungen zum unlauteren Wettbewerb in Österreich und Deutschland sind seit der großen UWG-Novelle 2004 in Deutschland wesentlich unterschiedlicher als zuvor. Überdies hat der deutsche Gesetzgeber bei der Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken auch einen anderen Weg gewählt und ist daher ein Rechtsvergleich umso interessanter.



Fotostudio Huger

DR. MARCELLA  
PRUNBAUER-GLASER  
Rechtsanwältin in Wien

Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (RL-UGP<sup>1</sup>) ist bekanntlich spätestens seit dem 12. 12. 2007 in allen Mitgliedsstaaten anzuwenden. Während in Österreich mit der UWG-Novelle 2007<sup>2</sup> die Umsetzung fristgenau erfolgte, ist das deutsche Umsetzungsgesetz, nämlich das **Erste Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb**<sup>3</sup>, erst am 30.12.2008 in Kraft getreten. Im Anwendungsbereich der RL-UGP, welchen man als verbraucherschützendes Lauterkeitsrecht bezeichnen kann, handelt es sich um einen gemeinschaftsweit voll harmonisierten Rechtsbereich, für welchen europäischer Auslegungsstandard anzuwenden ist und Auslegungsfragen im Zweifel vom EuGH zu beantworten sind.

Da aufgrund des eingeschränkten Anwendungsbereiches der RL-UGP jedoch keine Vollharmonisierung des gesamten Lauterkeitsrechtes erreicht wurde, sind sowohl für die werbenden Unternehmer als auch für die Rechtsberater in wettbewerbsrechtlichen Fragen weiterhin nationale Vorschriften mit zu berücksichtigen und von Bedeutung. Dies gilt insbesondere für das Verhältnis der österreichischen Rechtslage im Vergleich zum deutschen UWG (dUWG). Die engen wirtschaftlichen Nahebeziehungen ebenso wie eine traditionell historisch weitestgehend vergleichbare Rechtslage verleiten aber, wie die praktische Erfahrung zeigt, hier wie dort zur Annahme, dass die Vorschriften im Nachbarland keinen Beratungsbedarf oder keine risikobehaftete „Überraschung“ beinhalten würden.

Aus Anlass des kürzlichen Inkrafttretens der deutschen UWG-Novelle 2008 soll im Folgenden in aller Kürze und nur Stichworte aufgreifend ein Überblicksvergleich zu strukturellen Unterschieden und zu den wesentlichen materiell-rechtlichen Bestimmungen der Rechtslage in Deutschland im Verhältnis zu jener in Österreich<sup>4</sup> vorgenommen werden. Aspekte des – unterschiedlichen! – Verfahrensrechtes bleiben ausgeklammert.

## 1) AUSGANGSLAGE VOR DER RL-UGP:

1) In **Österreich** hat sich der Gesetzgeber der **UWG-Novelle 2007** auf die **strikten Umsetzungserfordernisse** nach der RL-UGP beschränkt. An Neuerungen außerhalb der reinen Umsetzungserfordernisse waren gegen Ende des Gesetzgebungsvorganges aus politischen Gründen dann noch der neue Auskunftsanspruch des § 14a UWG und die Bestimmung über die Möglichkeit, einen Antrag auf Vorauszahlung von Urteilsveröffentlichungskosten zu stellen (§ 25 Abs. 6 UWG), aufgenommen worden. Darüber hinausgehende Änderungen oder Ergänzungen des österreichischen Lauterkeitsrechtes sollten einer allfälligen Gesamtreform des UWG vorbehalten bleiben<sup>5</sup>.

2) In **Deutschland** hatten nicht zuletzt Impulse der Judikatur des EuGH schon früher zu Reformen geführt. Bereits die (große) **UWG-Novelle 2004**, welche am 8.7.2004 in Kraft getreten war, hatte wesentliche Ände-

rungen gegenüber dem „alten“ dUWG 1909 gebracht, welches seinerseits das Vorbild für die österreichische Stammfassung des UWG 1923 gewesen war.

Aber noch zuvor war bereits mit 25. 7. 2001 die **Aufhebung des deutschen Rabattgesetzes und der** mit dem österreichischen Zugabeverbot des § 9a UWG vergleichbaren **deutschen Zugabeverordnung** in Kraft getreten<sup>6</sup>. Eine dem österreichischen Zugabenverbot des § 9a UWG vergleichbare Regelung kennt das deutsche Recht daher seit geraumer Zeit nicht mehr<sup>7</sup>. Zugaben sind in Deutschland freilich auch weiterhin anhand des allgemeinen Verbotes unlauterer geschäftlicher Handlungen, insbesondere im Hinblick auf das Verbot unangemessen unsachlicher Einflussnahme (§ 4 Nr. 1 dUWG) bzw. unter dem Irreführungsverbot zu prüfen. Überdies zählt § 4 dUWG zum Beispielskatalog regelmäßig unlauterer geschäftlicher Handlungen, wenn bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugabe oder Geschenken die Bedingungen für die Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angegeben werden (§ 4 Nr. 4 dUWG), bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angegeben werden (§ 4 Nr. 5 dUWG) oder wenn die Teilnahme von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel vom Erwerb einer Ware oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig gemacht wird, es sei denn das Preisausschreiben oder Gewinnspiel ist naturgemäß mit der Ware oder Dienstleistung verbunden (§ 4 Nr. 6 dUWG).

Die **dUWG-Novelle 2004** hat mit einer grundlegenden Änderung der Gesetzessystematik nicht nur buchstäblich eine neue Ordnung im Sinne einer „modern“ gestalteten, verschlankten Fassung des alten Lauterkeitsrechtes unter Berücksichtigung der von der Rechtssprechung entwickelten Grundsätze und Leitlinien, sondern auch wesentliche materiell-rechtliche und verfahrensrechtliche Änderungen – und damit

nochmals erhebliche Änderungen im Verhältnis zum österreichischen UWG – gebracht<sup>8</sup>.

Hervorzuheben ist unter den Änderungen der Novelle 2004 zunächst der zwar mehr den Rechtsberater interessierende **unterschiedliche systematische Aufbau** mit einer vorangestellten Schutzzweckdefinition<sup>9</sup> (§ 1d UWG), einem Definitionenkatalog<sup>10</sup> (§ 2 dUWG), gefolgt von der Generalklausel (§ 3 dUWG) mit einem Beispielskatalog regelmäßig unlauterer Handlungen (§ 4 dUWG) und der „kleinen Generalklausel“ des Irreführungsverbotes (§ 5 dUWG), der Regelung der vergleichenden Werbung (§ 6 dUWG) und der unzumutbaren Belästigungen (§ 7 dUWG), sodann der Rechtsfolgen, Verfahrensvorschriften und Strafvorschriften.

An **materiell-rechtlichen Neuerungen** hervorzuheben ist die Einführung einer wettbewerbsrechtlichen Bagatellschwelle als Tatbestandsmerkmal der Generalklausel<sup>11</sup>, die Vermutung der Irreführungseignung bei Preisherabsetzungswerbung, wenn der höhere Preis nur eine unangemessen kurze Zeit zuvor gefordert wurde, verbunden mit einer Beweislastumkehr des mit Mondpreisen Werbenden<sup>12</sup>; die widerlegliche Vermutung bei Lockvogelwerbung, dass im Regelfall ein Vorrat für 2 Tage angemessen ist<sup>13</sup>. Hingegen wurde das zuvor in § 7 dUWG alte Fassung geregelt gewesene Sonderveranstaltungs-, Jubiläumsverkaufs- und Räumungsverkaufsrecht<sup>14</sup> ersatzlos gestrichen; ebenso die Bestimmungen über den Konkurswarenverkauf, den Verkauf durch Großhändler an Verbraucher und den Kaufscheinhandel. Neu zu den Rechtsfolgen eines Verstoßes wurde ein Gewinnabschöpfungsanspruch für klagebefugte Verbände<sup>15</sup> eingeführt. Neu war auch die Einführung eines eigenen Sondertatbestandes der „unzumutbaren Belästigungen“ in § 7 dUWG in der Fassung der Novelle 2004, welche Fallkonstellationen unerwünschter und getarnter Werbung, die zuvor von der Rechtssprechung – in Deutschland so wie auch in

---

In Deutschland hat die große UWG-Novelle 2004 und zuvor die Aufhebung der deutschen Zugabeverordnung zu einer vom österreichischen UWG abweichenden Rechtslage bei der Gesetzes-systematik, aber auch in materiell-rechtlicher Hinsicht geführt.

---



Österreich – unter den (primär Kundenfang-) Fallgruppen der großen Generalklausel des § 1 UWG behandelt worden waren, erfasst.

3) Die deutsche materiell-rechtliche Rechtslage war daher schon vor in Kraft-Treten der RL-UGP gegenüber jener in Österreich in Teilbereichen sehr unterschiedlich.

Die wesentlichen Unterschiede – auch wegen der praktischen Relevanz – seien wie folgt zusammengefasst:

- ▶ Kein Zugabenverbot; keine dem § 9c öUWG vergleichbare Regel betreffend die Vorlage von Einkaufsausweisen; kein per-se-Verbot des Hinweises auf die Herkunft aus der Konkursmasse für Waren, die nicht mehr zum Bestand der Konkursmasse gehören (§ 30 öUWG); keine Ausverkaufsbewilligungsregeln
- ▶ Hingegen bestimmte, die Transparenz der Werbung und die Verfolgbarkeit von bestimmten Irreführungstatbeständen erleichternde Rechtsvermutungen bei Preisherabsetzungswerbung und Lockvogelwerbung
- ▶ Eine zwar bislang, soweit ersichtlich, praktisch nicht bedeutsam gewordene, aber in der österreichischen rechtspolitischen Diskussion zur Durchsetzung von Verbraucherinteressen beispielhaft angeführte weitere Sanktion eines Lauterkeitsverstößes in Form eines Gewinnabschöpfungsanspruches, welcher von klagebefugten Verbänden geltend gemacht werden kann.

## II) UMSETZUNG DER RL-UGP:

1) Die Umsetzung der RL-UGP, welche gerade auch den schon vorbeugend „modernisiert“ habenden deutschen Gesetzgeber wieder vor neue Aufgaben stellte, wurde in beiden Ländern unterschiedlich angegangen.

Der österreichische Gesetzgeber, der sich nur eine Minimalumsetzung im Hinblick auf eine spätere Gesamtreform des UWG vornahm, hat diese Minimalumsetzung

durch möglichst detailgetreue Übernahme von Sprache und Tatbestandsmerkmalen der Richtlinie, sohin mit einer praktisch wörtlichen Anpassung des österreichischen Normenbestandes an die gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben verwirklicht. Damit sind – ein an sich zu begrüßender Vorteil – sprachliche Divergenzen zwischen der europarechtlichen und österreichischen Rechtslage tunlichst vermieden worden. Allerdings wurden gleichzeitig die – in der österreichischen und deutschen Lehre immer wieder kritisierten – inhaltlichen und sprachlichen Schwächen der RL-UGP in das „gute alte UWG“ importiert, welches nun gewisse Sprachungetüme, insbesondere im neuen Anhang zum UWG, enthält und nicht mehr für sich in Anspruch nehmen kann, klare, einfach les- und subsumierbare Tatbestände aufzuweisen<sup>16,17</sup>.

Der deutsche Gesetzgeber hingegen hat einen auch sprachlich und methodisch eigenständigen Weg einer Einpassung in das 2004 reformierte UWG und eine „schlanke“ Umsetzung gewählt, um den Gesetzestext für den deutschen Anwender möglichst verständlich zu halten. Dies ist für den Normunterworfenen ein nicht von der Hand zu weisender Vorteil, aber bewirkt, wie in der deutschen Lehre angemerkt wird<sup>18</sup> dass man „gleichsam in der einen Hand das UWG, in der anderen Hand die Richtlinie halten“ muss, um das Gebot der richtlinienkonformen Auslegung zu beachten.

Die seit 2001 mehrfach unterschiedliche Entwicklung des deutschen UWG im Verhältnis zur Situation in Österreich erschwert den Vergleich für den österreichischen Rechtsanwender.

2) Zu Unterschieden der Umsetzung im dUWG:

Bereits der Definitionenkatalog<sup>19</sup> ist, auch terminologisch, anders gestaltet. Zum Beispiel der zentrale Richtlinienbegriff der unlauteren „Geschäftspraktik“, welcher in Österreich den gewohnten Begriff der „Handlung gegen die guten Sitten“ abgelöst

Die wesentlichen Unterschiede sind kein Zugabenverbot und andere im Text erwähnte Verbote und keine Ausverkaufsregelungen in Deutschland. Hingegen gibt es im deutschen UWG die Verfolgung von Irreführung erleichternde Rechtsvermutungen und einen Gewinnabschöpfungsanspruch für klagebefugte Verbände.

hat, ist in neuer deutscher Terminologie eine „geschäftliche Handlung“ im Sinne § 2 I Nr. 1 dUWG, die ihrerseits den bisherigen deutschen Begriff der „Wettbewerbshandlung“ ersetzt. Ein Verhalten fällt nur dann unter das dUWG, wenn es in einem „objektiven Zusammenhang“ mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen steht. Nach Art 2 lit d der RL-UGP (und dementsprechend § 1 Abs 4 Z 2 öUWG) wird hingegen ein „unmittelbarer Zusammenhang“ mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines „Produkts“ (für welches „Produkt“ wiederum eine Legaldefinition vorgegeben ist) gefordert. Der ebenfalls neue europarechtliche Begriff der „beruflichen Sorgfalt“ (§ 1 Abs 4 Z 8 öUWG) entspricht der „fachlichen Sorgfalt“ (§ 2 I Nr. 7 dUWG)<sup>20</sup>.

Das Richtlinienverbot der „aggressiven Geschäftspraktiken“ (in Österreich im neuen Tatbestand des § 1 a öUWG erfasst) wird man als eigenen deutschen Rechtsbegriff oder neuen Tatbestand des dUWG vergeblich suchen; der deutsche Gesetzgeber geht davon aus, dass die Vorgaben der RL-UGP bereits inhaltlich von § 4 Nr. 1 und Nr. 2 dUWG erfasst waren (die Per-se-Verbote wurden im Anhang übernommen).

§ 3 dUWG, schon bisher die „große Generalklausel“, enthält nun drei Verbotstatbestände, welche durch den bis auf eine geringfügige Änderung in § 4 Nr. 2 dUWG durch die Novelle 2008 unberührt gebliebenen Beispielskatalog unlauterer Handlungen des § 4 dUWG ergänzt werden<sup>21</sup>.

Die Referenz auf die per-se Verbote des Anhangs findet sich in § 3 III dUWG. Interessant ist dabei aus österreichischer Sicht, dass die weitgehend Selbst- und Unverständlichkeiten enthaltenden<sup>22</sup>, aber durchaus auch praktisch brisante Neuerungen<sup>23</sup> der „Schwarze Liste“-Handlungen des Anhangs gemäß § 3 III dUWG „nur“ Verbrauchern gegenüber „stets unzulässig“ sind,

während in Österreich diese Verbote ohne Beschränkung auf den B2C-Bereich umgesetzt wurden, soweit nicht die einzelnen Tatbestände ausschließlich auf ein Verhalten gegenüber Verbrauchern abstellen. Weiters weicht die deutsche Fassung des Anhangs häufig von der RL und damit auch dem österreichischen Pendant ab. Offenkundig wollte der deutsche Gesetzgeber besondere sprachliche und inhaltliche Mängel der RL-UGP glätten; damit könnten aber auch – unbeabsichtigte – inhaltliche Abweichungen verbunden sein<sup>24</sup>. Das erstaunlicherweise von der RL-UGP unter die „aggressiven Geschäftspraktiken“ gereichte, in Wahrheit aber eine irreführenden Praktik betreffende Anhangsverbot der Z 31 (Erwecken des unrichtigen Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen) findet sich als Nr. 17 des deutschen Anhangs; Z 26 (hartnäckiges, unerwünschtes Ansprechen über Telefon, Fax, Email oder sonstige für den Fernabsatz geeignete Medien) in § 7 II Nr. 1 dUWG, sodass der Anhang des dUWG, anders als der österreichische, nur 30 Verbotsstatbestände aufweist. Die besondere Beweislastregel bei Lockangeboten, wonach der Unternehmer die Angemessenheit der Bevorratung nachzuweisen hat, wenn die Bevorratung kürzer als für 2 Tage reicht, steht nun bei Nr. 5 der deutschen Anhangsliste.

Der Vollständigkeit halber sei noch erwähnt, dass die „Irreführung durch Unterlassen“ in einem eigenen Tatbestand des § 5a dUWG erfasst ist, wobei allerdings § 5a I nF im wesentlichen der früheren Rechtslage entspricht, sodass aus österreichischer Sicht die im wesentlichen vergleichbaren §§ 5 und 5a dUWG lediglich zusammen zu lesen sind.

### III) ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK:

Der Vergleich zeigt, dass einige Unterschiede in der Rechtslage bestehen, die es gerade bei grenzüberschreitenden Werbemaßnahmen geboten erscheinen lassen mögen, sich auch mit der Rechtslage im

**Die Umsetzung der RL-UGP erfolgt im Gegensatz zur praktisch wörtlichen Anpassung der österreichischen UWG in Deutschland in Form einer eigenständigen Umsetzung, welche dazu führt, dass die richtlinienkonforme Auslegung noch mehr zu beachten ist.**

Die erheblichen Unterschiede zwischen dem deutschen und dem österreichischen UWG führen dazu, dass jede Rechtslage gesondert zu prüfen ist und bei grenzüberschreitenden Maßnahmen nicht einfach die Rechtslage des Herkunftslandes herangezogen werden darf.

Nachbarland vertraut zu machen oder sich entsprechend fachkundig beraten zu lassen.

Die Impulse der europäischen Rechtsentwicklung haben in Deutschland früher als in Österreich zu einer grundsätzlichen Neuausrichtung des UWG geführt. Die RL-UGP und die mit dieser jeweils einhergehenden Änderungen des UWG haben zusätzlich eine Erweiterung des Anwendungsbereiches des UWG gebracht, da die Geschäftspraktiken eines Unternehmers nun sowohl vor als auch nach Abschluss des Geschäftes den Lauterkeitsregeln entsprechen müssen. Diese Neuerungen stellen an die Werbenden selbst, aber auch an ihre Berater höhere Anforderungen.

Selbst wenn im vollharmonisierten Anwendungsbereich der RL-UGP, welcher ja nur ein eingeschränkter Bereich ist, trotz der unterschiedlichen Lösungsansätze des österreichischen und des deutschen Gesetzgebers inhaltlich keine wesentlich anderen Ergebnisse folgen dürften, müssen generell

maßgebliche Auslegungsfragen im Zusammenhang mit dem Anwendungsbereich der RL überhaupt erst durch die Rechtsprechung des EuGH geklärt werden. Auch die jeweils nationale Rechtsprechung des OGH bzw. BGH wird sich noch einige Zeit eingehend mit den eingetretenen grundsätzlichen Änderungen auseinander zu setzen haben und wird abgrenzen, inwieweit sich frühere Judikatur, allenfalls nur mit etwas anderer Gewichtung, je nachdem, ob primär der B2B oder der B2C-Bereich von der beanstandeten Wettbewerbshandlung berührt wird, fortschreiben lässt.

Der in Österreich anstehende Diskussionsprozess um eine weitere große UWG-Novelle wird wohl auch maßgeblich von den weiteren Impulsen der europarechtlichen Rechtsprechung<sup>25</sup> und den Erfahrungen mit der Entwicklung in Deutschland beeinflusst werden und letztlich zeigen, ob und inwieweit eine weitere Konvergenz mit der Rechtslage in Deutschland stattfinden soll.

<sup>1</sup> RL 2005/29/EG des Europäischen Parlamentes und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarkinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmern und Verbrauchern (RL für unlautere Geschäftspraktiken), ABL 2005 L 149 S 22.

<sup>2</sup> BGBl I 2007/79 in Kraft seit 12.12.2007.

<sup>3</sup> DBGBl I S 2949 ff. Das Gesetz übernimmt weitgehend den Entwurf der Bundesregierung. Vgl dazu Sosnitzer, Der Gesetzesentwurf zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, WRP 2008,1014.

<sup>4</sup> Zum Novellen-Text und der konsolidierten Fassung des dUWG idGF siehe etwa WRP 2009,216ff.

<sup>5</sup> Zur öUWG Novelle siehe Wiltschek/Majchrzak, Die UWG-Novelle 2007, ÖBl 2008,4; Seidelberger, Die UWG-Novelle 2007 und ihre Auswirkungen auf die Praxis, RdW 2008, 59.

<sup>6</sup> Gesetz zur Aufhebung des Rabattgesetzes und zur Anpassung anderer Rechtsvorschriften vom 23.7.2001, BGBl 2001 I-1663; Gesetz zur Aufhebung der Zugabeverordnung und zur Anpassung weiterer Rechtsvorschriften vom 23.7.2001, BGBl 2001 I-1661.

<sup>7</sup> Vgl nur Kaestner, Das neue deutsche Lauterkeitsrecht: Praktische Auswirkungen der UWG-Reform, in Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb (Hrsg), Aktuelle Fragen des Lauterkeitsrechts, 107ff.

<sup>8</sup> Siehe FN 7 mwN.

<sup>9</sup> § 1 dUWG: "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". Diese Schutzzwecktrias ist freilich seit langem auch ohne ausdrückliche Nennung im Gesetz der Schutzzweck des österreichischen UWG, vgl nur 4 Ob 227/07b mwN.

<sup>10</sup> Die UWG-Nov 2007 hat nun erstmals einen Legaldefinitionenkatalog in § 1 Abs 4 öUWG gebracht.

<sup>11</sup> Diese war in Österreich schon vor der UWG-Nov 2007 durch die RspR herausgebildet worden, vgl nur 4 Ob 227/07b mwN; Wiltschek, Die Spürbarkeitsgrenze im österreichischen Lauterkeitsrecht, in Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb (Hrsg), Aktuelle Fragen des Lauterkeitsrechts, 263ff.

<sup>12</sup> Kaestner, aaO, 115.

<sup>13</sup> Kaestner, aaO, 115; nun Nr. 5 des Anhangs zu § 3 III.

<sup>14</sup> Kaestner, aaO, 117 mwN.

<sup>15</sup> § 10 dUWG; vgl Kaestner, aaO, 120; dieser Anspruch hat allerdings wegen seiner Tatbestandsvoraussetzungen in der Praxis offenbar keine Bedeutung erlangt. Vgl Stadler, Erfahrungen mit den Gewinnabschöpfungsansprüchen im deutschen Wettbewerbs- und Kartellrecht, in Reiffenstein/pirker-Hörmann (Hrsg), Defizite kollektiver Rechtsdurchsetzung (Verlag Österreich), 93ff.

<sup>16</sup> Wiltschek/Majchrzak, aaO, 5.

<sup>17</sup> Zu den Änderungen der öUWG-Novelle 2007 siehe auch Literaturnachweise oben FN 5.

<sup>18</sup> Köhler, Die UWG-Novelle 2008, WRP 2009, 109[110].

<sup>19</sup> Siehe Katalog der Legaldefinitionen Art 2 RL-UGP; § 1 Abs 4 öUWG; § 2 dUWG.

<sup>20</sup> Siehe Köhler, aaO, 112 und FN 23; vgl auch Sosnitzer, aaO, 1018, wonach nach der Begründung des Regierungsentwurfes der RL-Begriff der „beruflichen Sorgfalt“ insofern nicht für das deutsche Recht passe, als ein Beruf nur von natürlichen Personen ausgeübt werden kann.

<sup>21</sup> Dazu näher Köhler, aaO, 112ff.

<sup>22</sup> Zutreffend Wiltschek/Majchrzak, aaO, 5.

<sup>23</sup> Z.B. den Tatbestand der Kinderwerbung in Z 28; siehe dazu Marcella Prunbauer, Kinder, Kinder! – zum „Kind“ in der Werbung nach der UWG-Nov 2007, ÖBl 2008, 164;

<sup>24</sup> Köhler, aaO, 112;

<sup>25</sup> etwa die noch anhängigen Vorabentscheidungsersuchen des OGH zu § 9a UWG, 40b 211/08w – Fußballer des Jahres, und des BGH zu § 3 iVm § 4 Nr. 6 dUWG, WRP, 2008, 1175, Millionen-Chance; Gamerith, „Per se“- Verbot von Zugaben gemeinschaftsrechtlich unzulässig?, ÖBl 2009, 100;



# Tagung der Internationalen Liga für Wettbewerbsrecht in Wien

Die Internationale Liga für Wettbewerbsrecht (LIDC) hält ihre alljährliche Tagung mit Teilnehmern aus dem In- und Ausland dieses Jahr vom 22. bis 25. Oktober in Wien ab, wobei das hochkarätige Programm zur Teilnahme einlädt.

MAG. HANNES SEIDELBERGER

Die Internationale Liga für Wettbewerbsrecht veranstaltet jedes Jahr eine Tagung, wo insbesondere zwei aktuelle Fragen des Wettbewerbsrechts intensiv erörtert werden. Dabei werden Empfehlungen in Arbeitsgruppen ausgearbeitet und dann veröffentlicht. Zusätzlich werden im Rahmen dieses Kongresses interessante Vorträge und Podiumsdiskussionen mit internationalen Experten geboten.

Die Liga wurde 1930 gegründet und hat ihre Aktivitäten seitdem kontinuierlich ausgebaut. Seit 1984 trägt sie die Bezeichnung „Ligue Internationale du Droit de la Concurrence“ (LIDC – Internationale Liga für Wettbewerbsrecht). Sie ist eine unabhängige wissenschaftliche Vereinigung mit Sitz in der Schweiz und Landesgruppen in zahlreichen Staaten Europas und anderen Ländern wie Japan und Brasilien. Die Internationale Liga für Wettbewerbsrecht ist die Dachorganisation für die in ihr zusammengeschlossenen nationalen Vereinigungen.

Ihre Mitglieder kommen aus der Wirtschaft, den rechtsberatenden Berufen, Universitäten, Institutionen und aus den Behörden der Mitgliedsstaaten sowie der Europäischen Union. Die Liga bietet ein internationales Umfeld, sich auf Expertenebene über die aktuellen Fragen des Wettbewerbs- und Kartellrechts sowie des gewerblichen Rechtsschutzes auszutauschen.

**Zu den wesentlichen Zielen und Aufgaben der Liga gehören:**

- ▶ die Weiterentwicklung und Förderung der

Prinzipien für einen fairen Wettbewerb sowie der hierzu geltenden rechtlichen Grundsätze und ihrer Anwendung durch die Rechtsprechung,

- ▶ die Sammlung und Auswertung von Informationen und Dokumentationen in Bezug auf das Kartell- und Wettbewerbsrecht sowie auf den gewerblichen Rechtsschutz in den verschiedenen Ländern, in denen die Liga durch nationale Verbände vertreten ist,
- ▶ die Zusammenstellung, Auswertung und Veröffentlichung von Informationen zum Kartell- und Wettbewerbsrecht sowie zum gewerblichen Rechtsschutz,
- ▶ rechtsvergleichende Studien im internationalen Bereich zum Wettbewerbsrecht und zu aktuellen Entwicklungen in diesem Bereich, verbunden mit der Erarbeitung von Vorschlägen zur Fortentwicklung dieses Rechtsgebietes,
- ▶ die Veröffentlichung der Arbeitsergebnisse der Internationalen Liga für Wettbewerbsrecht im Bereich des Wettbewerbs- und Kartellrechts sowie des gewerblichen Rechtsschutzes,
- ▶ die Förderung der Forschung und der Rechtsverteidigung im Bereich des Wettbewerbsrechts mit dem Ziel, die Freiheit von Handel und Gewerbe zu schützen.

Zur Erreichung dieser Ziele veranstaltet die Internationale Liga für Wettbewerbsrecht ein jährliches Treffen der nationalen Verbände, an dem zwei Fragen des aktuellen Wettbewerbsrechts, gewerblichen Rechts-

PROGRAMM FÜR DIE TEILNEHMER			
Alle Sitzungen finden im Radisson SAS Palais Hotel statt.			
<b>Donnerstag, 22. Oktober 2009</b>			
14.00 - 18.00 Teilnehmerregistrierung und Ausgabe der Kongressunterlagen (Empfangslink im SAS Radisson Palais Hotel)	09.45 - 10.30 Vortrag: „Schnittstellen zwischen Kartell- und Lauterkeitsrecht“ Höflein Prof. Dr. Ingrid Griss Präsidentin des Obersten Gerichtshofes	12.30 - 14.00 Mittagessen	
13.30 - 15.00 Sitzung des Vorstandes	10.30 - 11.30 Kaffeepause	14.00 - 15.30 Arbeitssitzung Frage A: „Soll den Wettbewerbsbehörden völlige Ermessensfreiheit in Untersuchungen bei Wettbewerbsverstößen eingeräumt oder nach welchen Kriterien soll diese Befugnis ausgeübt werden?“  Vorsitzender: Dr. Theodor Thinner Generaldirektor Bundeswettbewerbsbehörde, Wien  Internationaler Berichterstatter: Prof. Nicolas Petit Institut für Europäische Rechtsstudien der Universität Lüttich	<b>Samstag, 24. Oktober 2009</b>
15.00 - 16.00 Sitzung des Verwaltungsrates	11.00 - 12.30 Podiumsdiskussion: „Fragen, die sich aus dem Online-Marketing ergeben“ ● Verkauf Preisreduzierungen ● Parallelimporte & geistiges Eigentum ● Haftung der Dienstleister ● Aspekte des Konsumerschutzes	15.30 - 16.00 Kaffeepause	09.00 - 10.30 Arbeitssitzungen: Fragestellungen A und B
17.30 - 18.15 Begrüßungscocktail bei Rolf Thiele Rechtsanwältin Schuberth 6, 1070 Wien	Teilnehmer: Monique Goyens Generaldirektorin BEUC, Die Europäische Konsumentenvereinigung, Brüssel  Bruno Lemaire Vorsitzender des französischen Wettbewerbsrates, Paris  Dr. Arnd Hübner Leiter Recht, Google Germany GmbH, Hamburg  Prof. Dr. Nikolaus Förg Institut für Rechtsinformatik der Universität Hannover  Moderator: Dr. Eric Frey, der Standard, Wien	16.00 - 17.30 Arbeitssitzung Frage B: „Was sind die Kriterien, um „look alike“ als gewissenswidrig zu bestimmen? Welche Vorbote bzw. welche Sanktionsmöglichkeiten soll es geben?“  Vorsitzender: Prof. Dr. Antonia Bakardjeva-Engelski LL.D Universität Stockholm, Fakultät für Europäisches Recht  Internationaler Berichterstatter: Prof. Dr. Guido Kaschok Schöfner Rechtsanwälte und Universität Wien	10.30 - 11.30 Kaffeepause
19.30 - 23.00 Abendessen im SAS Radisson		18.15 Abfahrt vom SAS Radisson zum „Rothauskeller“, Salon Lerner	11.00 - 12.15 Thesen und Podiumsdiskussion: „Neue Grenzen der Kartellrechtsrahmung: Missbrauch von Patentverträgen und Normierung“ Dr. Thomas Kramler Generaldirektor Wettbewerb „Information Industries, Internet und Consumer Electronics“, Europäische Kommission, Brüssel Prof. Dr. Joseph Straus Max-Planck-Institut, München, George Washington University, Washington D.C., Universität Ljubljana und München Moderator: Dr. Astrid Albers-Reuber bzw. Hügel Rechtsanwälte
<b>Freitag, 23. Oktober 2009</b>		19.30 - 21.30 Empfang des Bürgermeisters der Stadt Wien	12.15 - 13.00 Gensetversammlung
08.30 - 18.00 Teilnehmerregistrierung			13.00 - 14.00 Mittagessen und Sitzung des Verwaltungsrates
09.00 - 08.45 Eröffnungssitzung:  Eröffnung Dr. Reinhold Mitterlehner Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend  Begrüßung Dr. Michael Meyenburg Präsident der LDC/Landesgruppe Österreich  Begrüßung Adv. Marco Francotti Präsident der LDC			Nachmittag zur freien Verfügung
			18.15 Abfahrt vom SAS Radisson zum Gold Dinner im Kunsthistorischen Museum (JH-MP)
			18.30 - 19.15 Führung „Best of KHM“ und Cocktail, gewürdet von bsp. Hügel Rechtsanwälte
			Abendessen und Tanz
			<b>Sonntag, 25. Oktober 2009</b>
			09.30 Abfahrt Stockbrunnland u. a. Bekedev, Schloss Schönbaur Besichtigung des Schlosses und des Parks
			13.00 Rückkehr SAS Radisson



schutzes oder Kartellrechts diskutiert und Lösungen erarbeitet werden. Ein internationaler Berichterstatter verfasst für jeden der behandelten Themenbereiche einen ausführlichen internationalen Bericht, der die Erkenntnisse und Analysen der nationalen Berichte durch die Landesgruppen zusammenfasst und auswertet.

Dieser internationale Bericht ist die Grundlage für die intensive Diskussion und den Erfahrungsaustausch von Experten, die aus der Wirtschaft, den Universitäten, den rechtsberatenden Berufen sowie den mit dem Wettbewerbsrecht befassten Behörden und anderen Vereinigungen kommen. Die Ergebnisse dieser Treffen werden zusammen mit den ihnen zugrunde liegenden nationalen und internationalen Berichten ebenso wie die sonstigen Arbeitsergebnisse der Internationale Liga für Wettbewerbsrecht auf der Website der Liga veröffentlicht.

Weiters werden Sie an nationale und internationale Institutionen weitergeleitet.

Dieses Jahr findet die Liga-Tagung vom 22. bis 25. Oktober in Wien statt. Dabei werden über 150 Juristen aus Unternehmen, Verbänden, Behörden, der Wissenschaft und der Anwaltschaft aus bis zu zwanzig Ländern erwartet. Der Schutzverband ist im Organisationskomitee vertreten. Als Kooperationspartner und Sponsoren konnten das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, die Bundeswettbewerbsbehörde, die Wirtschaftskammer Österreich, die Stadt Wien und namhafte Rechtsanwaltskanzleien gewonnen werden. Als Medienpartner fungieren der Standard und der Verlag Manz.

Die Arbeitssitzung zur ersten Frage hat zum Inhalt „Soll den Wettbewerbsbehörden völlige Ermessensfreiheit in Untersuchungen bei Wettbewerbsverstößen eingeräumt

<h2 style="text-align: center;">REGISTRIERUNG</h2> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p><b>Teilnahmegebühren</b></p> <p><b>LIDC-Mitglieder:</b> € 890,00 bis zum 31. Juli 2009, danach € 1.090,00</p> <p><b>Keine LIDC-Mitglieder:</b> € 990,00 bis 31. Juli 2009, danach € 1.190,00</p> <p><b>Ermäßigte Beiträge für junge (bis 35) oder wissenschaftlich tätige Teilnehmer:</b> € 540,00 bis 31. Juli 2009, danach € 680,00</p> <p><b>Begleitpersonen:</b> € 375,00 bis 31. Juli 2009, danach € 475,00</p> <p>In diesen Teilnahmegebühren ist auch das gesamte Rahmenprogramm enthalten, mit Ausnahme von folgenden Einzelkosten:</p> <p><b>Gala Dinner:</b> € 25,00 (Reservierungsbetrag pro Person)</p> <p><b>Ausflug am Sonntag:</b> € 45,00 (pro Person, exklusive Mitgebsen)</p> <p>Wir ersuchen Sie, die Registrierung über das beigefügte Registrierungsformular per Fax an die Nummer +43 1 533 36 31-70 oder per E-Mail: <a href="mailto:registration@panorama-tours.com">registration@panorama-tours.com</a> vorzunehmen. Nach erfolgreicher Registrierung erhalten Sie eine Rechnung der Agentur Panorama Tours &amp; Travel GmbH. Die Registrierung ist erst mit der Überweisung der Teilnahmegebühren gültig.</p> <p>Abfragen sind in elektronischer Form (E-Mail) oder schriftlich (Telefax) zu übermitteln.</p> <p>Bei Abfragen vor dem 31. Juli 2009 wird der bereits gezahlte Gesamtbetrag abzüglich der Befreiungskosten von € 50,00 zurückerstattet.</p> <p>Bei Abfragen nach dem 31. Juli 2009 kann keine Rückerstattung mehr erfolgen.</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><b>Participants</b></p> <p><b>Members LIDC:</b> € 890,00 until 31 July 2009, thereafter € 1.090,00</p> <p><b>Non-Members:</b> € 990,00 until 31 July 2009, thereafter € 1.190,00</p> <p><b>Reduced contributions for young (to 35) or scientifically active LIDC Members:</b> € 540,00 until 31 July 2009, thereafter € 680,00</p> <p><b>Accompanying Persons:</b> € 375,00 until 31 July 2009, thereafter € 475,00</p> <p>In these participation fees also the entire social program is included, except for the following extra costs:</p> <p><b>Gala Dinner:</b> € 25,00 (reservation fee per person)</p> <p><b>City Tour on Sunday:</b> € 45,00 (per person, excluding lunch)</p> <p>Please register by using the enclosed registration form by fax to: +43 1 533 36 31-70 or per e-mail: <a href="mailto:registration@panorama-tours.com">registration@panorama-tours.com</a>. After successful registration you will receive an invoice from the Agency "Panorama Tours &amp; Travel GmbH". The registration is only valid after complete transfer of the registration fees.</p> <p>Cancellations must be made in electronic form (e-mail) or in writing (fax).</p> <p>For cancellations received before 31 July 2009, the total amount already paid, minus administrative expenses of € 50,00 will be refunded. For cancellations after 31 July 2009 no refund can be made.</p> </div> </div>
---

22

werden oder nach welchen Kriterien soll diese Befugnis ausgeübt werden?“, wobei Generaldirektor Dr. Theodor Thanner der Bundeswettbewerbsbehörde als Vorsitzender fungiert.

Die zweite Frage behandelt „Was sind die Kriterien, um „look alike“ als gesetzeswidrig zu bestimmen? Welche Verbote bzw. welche Sanktionsmöglichkeiten soll es geben?“ und wird von Prof. Dr. Guido Kucska von Schönherr Rechtsanwälte als Internationaler Berichterstatte vorbereitet und präsentiert.

Daneben gibt es Vorträge der Präsidentin des Obersten Gerichtshofes Hofrätin Prof. Dr. Irmgard Griss und zwei Podiumsdiskussionen zu den Themen „Fragen, die sich aus dem Online-Marketing ergeben“ sowie „Neue Grenzen der Kartellrechtshaftung: Missbrauch von Patentvergleichen und Normierung“ mit profunden Teilnehmern aus dem In- und Ausland.

Ein umfangreiches Rahmenprogramm beginnend mit einem Abendessen im Tagungshotel Radisson SAS Palais Hotel über einen Empfang im Rathaus und einem Galadinner im Kunsthistorischen Museum bis zu einem Ausflug am Sonntag nach Schönbbrunn ergänzt dieses spannende Angebot.

Aus dem oben angeführten Programm ergeben sich alle Details sowie die Tagungsgebühren und die Anmeldeformalitäten. Der Schutzverband kann seinen Mitgliedern eine bestimmte Anzahl an gebührenfreien Teilnehmerplätzen zur Verfügung stellen und ersuchen wir daher um Mitteilung am besten via E-Mail an [office@schutzverband.at](mailto:office@schutzverband.at), wenn Sie Interesse haben, an dieser Tagung teilzunehmen.

Wir würden uns über eine zahlreiche Teilnahme auch aus dem Inland freuen und stehen für Fragen ebenso wie Österreichische Landesgruppe gerne zur Verfügung.

# Fälle von „Internetabzocke“

Insbesondere in den letzten beiden Jahren sind zahlreiche vermeintliche Gratis-Angebote in das Internet gestellt worden. Dabei ist die Kostenpflicht auf den ersten Blick oft nicht ersichtlich. Wenn dann die scheinbare kostenlose Anmeldung vorgenommen worden ist, erhält man via E-Mail eine Rechnung und in weiterer Folge teilweise auch Mahnschreiben deutscher Anwälte.

MAG. HANNES SEIDELBERGER

In den letzten Jahren haben sich zahlreiche Verbraucher und auch Unternehmer bei Institutionen in Österreich und Deutschland darüber beschwert, dass sie sich bei einem scheinbar kostenlosen Angebot im Internet eingetragen haben, welches sich dann aber nach Übersendung einer Rechnung als entgeltlich herausgestellt hat.

Aufgrund der Vielzahl der Fälle und Websites, welche hier von Firmen teilweise mit Sitz außerhalb Europas betrieben werden, hat sich für diese irreführende Geschäftsanbahnung der Begriff „Internetabzocke“ entwickelt. Bei allen diesen Angeboten wird trotz leicht abgewandeltem Erscheinungsbild auf eine sehr ähnliche Art und Weise versucht, beim Internetuser den Eindruck einer kostenlosen Anmeldung zu erwecken, während das Angebot sehr wohl mit nicht unerheblichen Kosten verbunden ist.

Dabei werden der SMS-Versand, Lebenserwartungsprognosen, Routenplaner und ähnliche Dienstleistungen mit Hinweisen wie „Gratis“, „Gleich anmelden“, „Mitglied werden“ oder ähnlich beworben und erst im

Fließtext nach der Anmeldung, an anderer versteckter Stelle oder überhaupt erst in den AGB darüber aufgeklärt, dass und welche Kosten bei einer solchen Anmeldung auflaufen.

Hier wird auch die Erwartungshaltung der Internetuser ausgenutzt, welche viele kostenlose, oft werbefinanzierte Angebote im Internet gewohnt sind und daher in aller Regel mit keinen Kosten rechnen. Dazu kommt, dass bei einem so schnellen Medium wie dem Internet aufklärende Hinweise an versteckter Stelle noch leichter übersehen werden.

Weiters wird mit der Masche gearbeitet, dass auf diversen Websites z. B. mit dem Angebot von frei abrufbaren Spielfilmen oder ähnlichem ein Download für ein sonst kostenloses Programm verlangt und mittels Link zu einem dieser dubiosen Anbieter geführt wird. Nachdem der Internetuser dort einen kostenlosen Download erwartet, werden die im Fließtext angeführten verklausulierten Hinweise bezüglich einer Mitgliedschaft oder Abonnement regelmäßig nicht







wahrgenommen und der Download durchgeführt, ohne dass man hier sich eine Kostenpflicht erwartet.

In weiterer Folge werden von diesen Anbietern Rechnungen und Mahnungen via E-Mail mit teilweise massiven Androhungen bis hin zu strafrechtlichen Konsequenzen verschickt. Bei Nichtbezahlung folgen dann oft Mahnungen oder Inkassoschreiben teilweise sogar von deutschen Anwälten, welche dies offensichtlich auch nur massenweise und ungeprüft abfertigen.

In dem erstmals vom OGH behandelten Fall aufgrund einer Klage der Bundesarbeitskammer bot die Beklagte wie beiliegend ersichtlich SMS-Dienste sowie die Erstellung von Lebenserwartungsprognosen an und erweckte zunächst blickfangartig den Eindruck von Gratisleistungen (4 Ob 18/08p vom 20.5.2008 -Lebenserwartungsprognosen). Darauf folgte ein Anmeldefeld in normaler Schriftgröße mit den einzugebenden persönlichen Daten.

Danach musste ein Feld angeklickt werden, wonach man die nicht gesondert ange-

zeigten AGB der Beklagten akzeptierte. Die Anmeldung selber erfolgte dann durch Anklicken eines Anmeldebuttons. Erst in dem darauf folgenden Fließtext in geringerer Schriftgröße ergab sich, dass durch das Anklicken ein Vertrag über die Dienstleistungen abgeschlossen wurde, welcher nur innerhalb eines vierzehntägigen Testzeitraums gekündigt werden konnte. Auch im E-Mail mit den Zugangsdaten befand sich kein Hinweis auf die Entgeltlichkeit noch ein solcher auf Rücktrittsrechte.

Der OGH hat die blickfangartige Bezeichnung „gratis“ als jedenfalls zur Irreführung des Publikums geeignet angesehen. Weiters hat er einen Verstoß gegen § 5d Abs. 2 KSchG gesehen, weil keine ausreichende Information über das Rücktrittsrecht im Fernabsatz gegeben wurde.

Betroffene dieser Fälle von „Internetabzocke“ können sich an uns wenden, wenn sie Unternehmer sind und ihre Fachgruppe Mitglied ist. Verbraucher werden von der Arbeiterkammer oder vom Verein für Konsumenteninformation unterstützt.





# Die ausgewählte OGH-Entscheidung

Der Oberste Gerichtshof (OGH – Website [www.ogh.gv.at](http://www.ogh.gv.at)) prägt maßgeblich das Lauterkeitsrecht, weil er mit seiner Rechtsprechung in Form einer Grenzziehung vorgibt, was unlauter, irreführend oder aggressiv im Sinne der Generalklauseln §§ 1, 1a und 2 UWG ist.

MAG. HANNES SEIDELBERGER

In der ausgewählten Entscheidung vom 18.11.2008, 4 Ob 185/08x (Logo-Retouche) ist es um die Abdeckung eines Logos bei einem Foto gegangen. Die Klägerin in diesem Verfahren gibt eine Tageszeitung heraus und hat mit dem Österreichischen Schiverband einen Sponsorvertrag geschlossen. Danach ist sie berechtigt, mit den Namen und Bildern der diesem Verband angehörenden Rennläufer zu werben. Ein Rennläufer, dem aufgrund eines

ßer Schrift (Text „erste Fotos“) verdeckt. Dieser Hinweis hätte bei gleich bleibender Formatierung auch an anderer Stelle angebracht werden können.

Zum Leistungswettbewerb gehört auch die Werbung mit bekannten Sportlern, die sich gegen Bezahlung verpflichten, bei öffentlichen Auftritten Kennzeichen oder Werbebotschaften ihres Sponsors zu präsentieren. Wenn sich daher die Beklagte dafür entschied, die Bilder mit diesem Rennläufer auf ihrer Titelseite zu nutzen, so musste sie laut OGH auch die Nachteile der Bildgestaltung und die damit verbundene mittelbare Werbung für die Klägerin in Kauf nehmen.

Das Verdecken der Werbeaufschrift ist dem Entfernen gleichzuhalten, weil in beiden Fällen offenkundig ist, dass die Beklagte die Werbemaßnahme der Klägerin gezielt unterlaufen wollte. Gemäß dem OGH gilt daher allgemein, dass fremde Werbung auch dann in unlauterer Weise behindert wird, wenn ein Medienunternehmen bei einem Lichtbild, das im Rahmen eines redaktionellen Beitrags abgedruckt wird, Werbeaufschriften eines Mitbewerbers entfernt oder überdeckt, zu deren Zeigen der Abgebildete aufgrund eines Sponsorvertrags verpflichtet war.

Diese Beurteilung steht auch im Einklang mit der Entscheidung vom 18.9.1990, 4 Ob 88/90 (Gerhard Berger), wonach eine unlautere Behinderung fremder Werbung vorliegt, wenn von einem Lichtbild eines Rennfahrers, der sich vertraglich zum Tragen eines Schutzhelms mit dem Warenzeichen eines Sportartikelherstellers verpflichtet hat, diese Werbeaufschrift entfernt und durch den Namen eines anderen wenigstens branchenfremden Unternehmens ersetzt wird.



schweren Sturzes ein Unterschenkel amputiert werden musste, gab im Krankenhaus eine Pressekonferenz, bei der er einen Pullover mit dem aufgedruckten Logo der Klägerin trug.

Die beklagte Herausgeberin einer anderen Tageszeitung veröffentlichte ein Lichtbild auf ihrer Titelseite, hatte dieses zuvor jedoch in einer Weise bearbeitet, dass das Logo der Klägerin nicht mehr aufschien. Im Blattinneren druckte sie die Lichtbilder hingegen unretuschiert ab. Bei einer weiteren Ausgabe mit zwei Fotos auf der Titelseite wurde das Logo bei dem größeren Foto durch einen rot unterlegten Kasten mit wei-

## 24 Cg 48/09p (LG Wiener Neustadt)

**Eine Gesellschaft mit dem Tätigkeitsbereich als Versicherungsvermittler und Vermögensberater** kontaktierte im Osten Österreichs laufend unerbeten Personen telefonisch, um Termine für eine Überprüfung von Versicherungsverträgen zu vereinbaren.

So wurde jeweils von einer Dame am Telefon mitgeteilt, dass es von der Firma XY eine Aktion bezüglich der Überprüfung von Versicherungspolizzen geben würde und die angerufenen Personen eingeladen, einen Termin zu vereinbaren. Bei einem durchgeführten Besuch erschien dann ein Herr und übergab seine Visitenkarte, welche ihn als Vertriebsleiter dieser Gesellschaft auswies.

In weiterer Folge versuchte er in einem dokumentierten Fall eine Fondspolizze und zwei Lebensversicherungen zu stornieren und neue Verträge zu verkaufen. Er wollte einen Aktienfonds dazu abschließen und bot an, die bestehende Polizze mit einem Presseartikel aus Deutschland zu stornieren. Es wäre laut seiner Angabe kein Hindernis, dass dieser Vertrag als Tilgungsträger für eine Finanzierung bei der Bank hinterlegt würde. So wäre es ohnehin eine „Sauerei, diesen Vertrag zu verpfänden“.

Weiters behauptete er, dass sich jede Bank ohne Verpfändung zufrieden geben würde, weil er hunderte Finanzierungen im Jahr machen würde. Es entstünde kein Nachteil, wenn man Verträge stornieren würde, denn die Versicherungen müssten so und so die bestehenden Guthaben auszahlen und die Fonds hätten nichts mit Aktien zu tun, denn hier würde nur in die Wirtschaft investiert.

Diese Auskünfte waren evident unrichtig.

Weiters behauptete er, die Gesellschaft XY hätte über 200 Mitarbeiter und wäre international tätig. Er konnte auf Nachfrage nicht sagen, woher er die Adresse der kontaktierten Person hatte. Seine Firma hätte einige 1000 Empfehlungen und er wüsste daher gar nicht mehr, woher diese stammen. Die Termine würde seine Sekretärin ausmachen und er wäre jetzt in diesem Raum in Oberösterreich unterwegs.

Weitere betroffene Personen schilderten ähnliche Anrufe im Namen dieser Gesellschaft mit der Frage, welche Finanz- und Versicherungsprodukte sie hätten, weil eine Umfrage durchgeführt werden würde. Auch hier ging es um eine Terminvereinbarung, um in Wahrheit bestehende Verträge zu stornieren und neue über diese Gesellschaft abzuschließen.

Nach § 107 TKG sind derartige Werbeanrufe ausdrücklich gesetzlich verboten und mit Verwaltungsstrafe belegt. Nach § 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz ist die telefonische Werbung für bestimmte Wertpapierdienstleistungen ebenfalls ausdrücklich unzulässig. Der gegenständliche Verkauf solcher Polizzen fällt unter das Verbot des § 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz.

Durch den Verstoß gegen § 107 TKG und § 12 Wertpapieraufsichtsgesetz ist das Verhalten der beklagten Partei schon aus den Gründen des Rechtsbruches unlauter, wobei sich die beklagten Parteien unzweifelhaft durch die rechtswidrige Art der Werbung einen Vorteil gegenüber gesetzestreuen Mitbewerbern verschaffen, die sich nicht auf derartige überrumpelnde Art und Weise mit Kunden in Kontakt setzen können.

Es entspricht auch ständiger Judi-

katur, dass derartige unerbetene Anrufe als wettbewerbswidrig gemäß § 1 UWG gesehen wurden. Im Sinne des (neuen) § 1a UWG und der Z 26 des Anhangs werden derartige Telefonwerbungen gerade bei Hartnäckigkeit als aggressive Geschäftspraktik und deshalb als unzulässig gesehen. Unzweifelhaft lag hier Hartnäckigkeit vor.

Beim Schutzverband gingen verschiedenste Beschwerden voneinander unabhängiger Personen ein, die teilweise wiederholt belästigt wurden. Es liegt auf der Hand, dass die Mehrzahl der Personen entweder sich auf derartige „Beratungsgespräche“ einlässt oder einen unerbetenen Telefonanruf einfach beendet, ohne weitere rechtliche Konsequenzen daran zu knüpfen und als Zeuge zur Verfügung zu stehen.

Das Landesgericht Wiener Neustadt hat aufgrund der Klagsführung mit einstweiliger Verfügung der Gesellschaft verboten, ohne vorhergehende Einwilligung zu Werbezwecken Personen anzurufen. Auch im Hauptverfahren ist ein Anerkenntnis im Sinne dieses Unterlassungsbegehren abgegeben worden.

## 5 C 1573/08a (Bezirksgericht für Handelssachen Wien)

**Ein großer deutscher Spieleanbieter** mit einer Niederlassung und zahlreichen Filialen bewarb umfassend insbesondere auf seiner Website und auf Plakaten eine Mitternachtsöffnung anlässlich des Verkaufsstarts für das PC-Spiel „World of Warcraft“ für alle Geschäfte auch in Österreich (siehe Foto).

Eine kurzfristige Unterlassungsaufforderung dieses Mitternachtsverkaufs wurde nur mit einem Frister-



streckungsersuchen eines Anwalts beantwortet. Die Unterlassungserklärung wurde dann nach dieser Frist zwar abgegeben, aber das verbotene Offenhalten nachweislich trotzdem durchgeführt.

Gemäß den geltenden Bestimmungen ist ein Offenhalten um Mitternacht jedenfalls unzulässig und stellt eine Verwaltungsübertretung dar. Dabei ist laut OGH auch die bloße Besichtigungsmöglichkeit verboten, wobei man in diesem Fall sogar die Waren abholen konnte.

Nach ständiger Judikatur ist die Übertretung dieser Vorschriften auch als unlauterer Rechtsbruch gemäß § 1 UWG zu werten, zumal dadurch ein sachlich nicht gerechtfertigter Vorsprung gegenüber den gesetzestreuen Mitbewerbern erreicht wird.

Aufgrund der weiteren Intervention verpflichtete sich diese Gesellschaft in einem gerichtlichen Vergleich, es zu unterlassen, seine Verkaufsstellen entgegen einschlägigen Vorschriften außerhalb der Öffnungszeiten an Werktagen nach 21 Uhr und

am Samstag nach 18 Uhr offen zu halten und diesen Vergleich in zwei Zeitschriften zu veröffentlichen.

## 4 Cg 43/08v (LG Steyr) und 4 Ob 156/08g (OGH)

Ein österreichweit tätiges Handelsunternehmen mit Angeboten auch aus dem Optikbereich bewarb in seinen regelmäßigen Prospekten und auf der Website 1-Tages-Kontaktlinsen von Swiss Optic als „Neu“ zu einem reduzierten Preis (siehe Prospektabbildung).

Dabei wurde in dieser Ankündigung mit „Empfohlen von Stiftung Warentest“ und dem Logo dieses deutschen Instituts der Eindruck erweckt, dass hier eine Empfehlung für diese Kontaktlinsen vorlag. In Wahrheit ergab eine Anfrage bei Stiftung Warentest, dass diese Tageskontaktlinse gar nicht Gegenstand eines Tests war.

Die beworbene und verkaufte Tageskontaktlinse war vielmehr laut An-

gabe des Herstellers angeblich ident mit der „Biomedics 1Day“, welche von der Stiftung Warentest 2004 gemeinsam mit sechs weiteren Tageskontaktlinsen getestet wurde. Die Tageskontaktlinse „Biomedics 1Day“ wurde im Bereich Einhalten der Anbieterangaben mit Gut, im Bereich der Anwendungshinweise mit Mangelhaft und in der Handhabung mit Ausreichend beurteilt.

In dem bis zum OGH geführten Verfahren hat dieser die beanstandete Werbung mit dem Pauschalhinweis auf die Untersuchung der deutschen Stiftung Warentest mit einem unspezifizierten Gesamtergebnis („empfohlen“) als irreführend angesehen, ohne demnach auf die in ihren Eigenschaften durchaus unterschiedlichen Produkte hinzuweisen, die Gegenstand der Untersuchung der Stiftung Warentest waren, und ohne die differenzierten Beurteilungen der Stiftung Warentest wiederzugeben. Die von der Beklagten beworbenen Tageskontaktlinsen wurden nur im Bereich Einhalten der Anbieterangaben mit Gut und in der Handhabung mit Ausreichend, im Bereich der Anwendungshinweise aber mit Mangelhaft beurteilt.

Erläutert wird darüber hinaus in der Zusammenfassung dieses Tests, dass der vermittelte gute Tragekomfort voraussetzt, dass die bloß in einer Größe verfügbare Linse genau passt. Von einer uneingeschränkten Empfehlung des getesteten Produkts, welche aber der beanstandete Werbehinweis suggeriert, kann daher in Wahrheit laut OGH keine Rede sein.

Die weiteren Begehren des Schutzverbandes wurden hingegen abgewiesen, weil es laut OGH möglich ist, mit einer nicht veröffentlichten Untersuchung zu werben. Eines Hinweises in der Werbung auf die Beschaf-



www.hartlauer.at

**Optik**

Die Skibrille für Brillenträger ist da! **NEU!** 49,-

Die Sportbrille für Brillenträger! **Jill Sport** 89,95

**1-Tages-Kontaktlinsen von Swiss Optic!**

30 Stk. Packung: statt 24,95 **17,95**

Empfohlen von **test**

**one day aqua lenses**

**SWISS OPTIC**

**Tigern Sie zum Löwen. Es zahlt sich aus.**

fungsmöglichkeit von Untersuchungsergebnissen bedarf es im Hinblick auf die fehlende Nachweispflicht gegenüber dem Publikum ebenfalls nicht. Der OGH hat sich daher der vom Rekursgericht seiner Entscheidung zu Grunde gelegten deutschen Rechtsprechung nicht angeschlossen, welche ohne eines solchen Hinweises eine Irreführung gesehen hat.

Im Hinblick auf die in jüngerer Zeit immer weiter verbreiteten und leichter zu benützenden Kommunikati-

onsmittel wie dem Internet treten laut OGH die von der deutschen Rechtsprechung für die Pflicht zur Fundstellenangabe ins Treffen geführten Schwierigkeiten für den Verbraucher, zu Werbezwecken herangezogene Testergebnisse nachzuprüfen, immer mehr in den Hintergrund. Wirbt daher ein Unternehmer mit für das beworbene Produkt günstigen Testergebnissen, so ist er laut OGH nicht verpflichtet, Angaben zu einer allenfalls erfolgten Veröffentlichung der Testergebnisse zu machen.

Weiters ist es laut OGH keine irreführende Geschäftspraktik, wenn auf die von der Stiftung Warentest durchgeführte Untersuchung hingewiesen wird, ohne klarzustellen, welches Produkt seinerzeit tatsächlich untersucht worden war. So war laut Angabe des Herstellers das beworbene Produkt mit jenem, das seinerzeit Gegenstand der Untersuchung durch die Stiftung Warentest war, abgesehen vom Handelsnamen ident. Die unterbliebene Aufklärung des Publikums über die spätere Namensänderung beim beworbenen Produkt begründet keine Verletzung des Lauterkeitsrechts.

Schließlich ist kein Verstoß darin gesehen worden, dass dieses Unternehmen für seine Filialen nicht über das Gewerbe der Kontaktlinsenoptiker, sondern nur über die Berechtigung des Medizinproduktehandels verfügt. Laut OGH ist das eine mit guten Gründen vertretbare Auslegung der Gewerbeordnung.

In einem gerichtlichen Vergleich aufgrund dieser Entscheidung verpflichtet sich dieses Unternehmen, mit einer Empfehlung zu werben, ohne klarzustellen, was tatsächlich Gegenstand und Ergebnis dieser Untersuchung war. Weiters wurde für die Fortsetzung dieser Werbung nach der einstweiligen Verfügung eine Beugestrafe verhängt.

## 5 C 286/08h (Bezirksgericht für Handelssachen Wien)

Eine österreichweit tätige Elektrohandelsfirma betrieb zum wiederholten Male irreführend Ankündigungen in der Werbung mit falschen technischen Angaben. So wurde im Rahmen der 15 Jahre-XY-Werbung, welche mit dem Slogan „Hoch die Tech-

nik, tief der Preis“ Technologievorsprungsaspekte in den Vordergrund stellte, täuschende Produktwerbung betreiben. Konkret wurde in einer Werbebeilage auf der Titelseite plakativ und auch farblich hervor gestrichen ein Samsung LCD LE46A558 mit dem Slogan „117 cm FULL HD zum

Geburtstagspreis! 100 Hz-Technologie in Full HD-Auflösung“ um nur € 999,- ausgelobt (siehe Prospektabbildung).

Das abgebildete solcherart beworbene Gerät verfügte aber nicht über die plakativ hervorgehobenen 100 Hz-Technologie. Dies wurde bei einer

testweisen Erhebung von einem Mitarbeiter, der auf die Werbung angesprochen wurde, dann auch zugegeben. Dieser bot stattdessen an, ein anderes Fernsehgerät „aus der 6er Serie“ mit der 100 Hz-Technik bestellen zu können, welches jedoch um € 300,- teurer als das Beworbene gewesen wäre.

Die unzutreffende Auslobung eines besonderen Produktmerkmals, hier eines Technologie-Merkmales eines Fernsehgerätes, welches unter Hinweis auf das Technologie-Highlight aus Anlass eines Firmenjubiläums besonders günstig abgegeben würde, verstößt nicht nur gegen das Verbot irreführender Geschäftspraktiken der §§ 1, 2 UWG (§ 2 Abs. 1 Z 2 UWG), sondern verwirklicht überdies die per se Verbotstatbestände irreführender Geschäftspraktiken der Z 5 und 6 des Anhangs zum UWG.

Die Elektrohandelskette verpflichtete sich aufgrund der raschen Aufforderung des Schutzverbandes zur Einstellung dieser Werbung und in einem gerichtlichen Vergleich, der Wahrheit zuwider ein besonderes Technologiemerkmale eines elektronischen Gerätes anzupreisen, wenn das beworbene Gerät gar nicht über dieses Technologiemerkmale verfügt und man, um dieses Produktmerkmal zu erhalten, ein teureres Gerät einer anderen Serie erwerben müsste.

## 18 Cg 191/08i (HG Wien)

Ein österreichweit tätiger Einrichtungshändler mit Schwerpunkt Betten bewarb in Prospekten verteilt durch die Post und auf der Website blickfangartig und groß hervorgehoben scheinbar alle Weihnachtsangebote zum halben Preis („1/2 Preis Weihnachten!“).



Allerdings konnte bei näherem Studium des Angebots keine Rede davon sein kann, dass zumindest bei einem weitaus überwiegend Teil die Preise um die Hälfte reduziert gewesen wären. Vielmehr waren nur einzelne Produkte tatsächlich um 50% verbilligt.

Diese auch optisch in wesentlich größerer Schrift und auch farblich hervorgehobenen Preissenkungsankündigung stellt eine irreführende Geschäftspraktik im Sinne des § 2 Abs. 1 Z 4 UWG über Preis, Art der Preisberechnung bzw. Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils dar. Nach geltendem Recht nach der Umsetzung der RL-UGP ist bereits die Irreführungseignung eines einzigen Durchschnittsverbrauchers tatbestandsmäßig.

Die Durchschnittsverbraucher erwarten sich von einer derart hervorgehobenen uneingeschränkten „1/2 Preis Weihnachten!“-Ankündigung, dass in der Tat jedenfalls der weitaus überwiegende Teil der Preise, wenn nicht gar durchgehend, um die Hälfte reduziert ist, nicht aber nur bloß vereinzelte Angebote. Dieser wird mit einer insoweit unzutreffenden Vorstellung um die Preisgünstigkeit der Angebote in die Filialen angelockt. Vielmehr bestehen ausreichende

Möglichkeiten, zu kommunizieren, dass lediglich ein geringer Teil des Angebots zum 1/2 Preis abgegeben wird.

Dieses Unternehmen verpflichtete sich dann auch umgehend in einem gerichtlich Vergleich, es zu unterlassen, irreführend uneingeschränkt

blickfangartig hervorgehoben eine generelle Preissenkung um die Hälfte, 1/2 Preis-Angebote und/oder sinnähnlich eine Preisreduzierung in einem bestimmten Ausmaß anzukündigen, wenn in Wahrheit der überwiegende Teil des Angebotes gar nicht um den 1/2 Preis reduziert abgegeben wird.

## UNSER JURISTISCHER LINKTIPP

Einen umfassenden und noch dazu kostenlosen Überblick über alle österreichischen Gesetze, Verordnungen und Entscheidungen der Höchstgerichte findet man im Rechtsinformationssystem des Bundes unter [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at). Dort ist vor allem das gesamte Bundes- und Landesrecht in der aktuellen Fassung abrufbar. Auch ausgewählte Rechtsnormen von den Gemeinden einiger Bundesländer sind enthalten.

Weiters sind ausgewählte Entscheidungen der Höchstgerichte im Volltext mittels Suche über z.B. Schlagworte, Normen, Datum oder Gerichtszahl nachzulesen. Für das Wettbewerbsrecht sind insbesondere die Entscheidungen des OGH interessant, welche entweder als Rechtssätze in Form eines juristischen Leitsatzes oder als Entscheidungstexte in vollem Umfang angeboten worden. Damit können insbesondere alle aktuellen Erkenntnisse der Rechtsprechung zu unlauteren Geschäftspraktiken schnell und einfach gefunden werden.



Die **INTERNATIONALE LIGA FÜR WETTBEWERBSRECHT** („LIDC“) hält ihren Jahreskongress 2009 vom 22. bis 25.10. zu aktuellen Fragen des Lauterkeits- und Kartellrechts sowie des gewerblichen Rechtsschutzes in internationalem Umfeld auf Expertenebene in Wien ab ([www.ligue.org](http://www.ligue.org)). Ein umfangreiches Rahmenprogramm rundet diesen traditionellen Kongress ab.

Kontakt in Österreich: Dr. Michael Meyenburg, [office@sla-mey.at](mailto:office@sla-mey.at).

- „Schnittstellen zwischen Kartell- und Lauterkeitsrecht“  
HR Prof. Dr. Ingrid Griss, Präsidentin des OGH
- „Fragen, die sich aus dem Online-Marketing ergeben“ (Vertikale Preisbindungen, Parallelimporte & geistiges Eigentum, Haftung der Diensteanbieter, Aspekte des Konsumentenschutzes)  
Podiumsdiskussion mit internationalen Teilnehmern
- „Soll den Wettbewerbsbehörden völlige Ermessensfreiheit in Untersuchungen bei Wettbewerbsverstößen eingeräumt oder nach welchen Kriterien soll diese Befugnis ausgeübt werden?“  
Generaldirektor der BWB Dr. Theodor Thanner und Prof. Nicolas Petit, Universität Liège
- „Was sind die Kriterien, um „look alike“ als gesetzeswidrig zu bestimmen? Welche Verbote bzw. welche Sanktionsmöglichkeiten soll es geben?“  
Prof. Dr. Antonina Bakardjeva-Engelbrekt LL.D, Universität Stockholm und RA Prof. Dr. Guido Kucsko
- „Neue Grenzen der Kartellrechtshaftung: Missbrauch von Patentanmeldungen, vergleichen und Normierung“  
Dr. Thomas Kramler von der GD Wettbewerb der Europäischen Kommission und Prof. Dr. Joseph Straus vom Max-Planck-Institut München



**LIDC CONGRESS 2009**

INTERNATIONAL LEAGUE OF COMPETITION LAW  
LIGUE INTERNATIONALE DU DROIT DE LA CONCURRENCE  
INTERNATIONALE LIGA FÜR WETTBEWERBSRECHT

PROGRAM  
OCTOBER 22 – 25, 2009  
VIENNA, AUSTRIA  
[www.ligue.org](http://www.ligue.org)

