

Chance trotz(t) Risiko

Tücken des Online-Handels vermeiden

Schon vor dem vergangenen Weihnachtsgeschäft war bekannt, dass der Online-Handel lukrativ sein kann. Etliche Schwergewichte des stationären (Groß-)Handels haben dies erkannt und mit Online-Shops einen weiteren Vertriebsweg mit zusätzlichem Umsatzpotenzial etabliert. Dass diese Erschließung virtueller Märkte nicht immer glatt verläuft, zeigen die Erfahrungen der Wettbewerbszentrale am Beispiel des Versands edler Whisky-Spirituosen.

Den einschlägigen Prognosen zufolge konnte der Umsatz im Online-Warenhandel im abgelaufenen Geschäftsjahr um 17 Prozent zulegen und erstmals die 20-Milliarden-Euro-Umsatzmarke passieren. Nachdem gegen Ende vergangenen Jahres die Elektronikette Media-Saturn und der Warenhaus-Konzern Galeria Kaufhof eigene Webshops eröffnet haben, ist auch die Metro-Tochter Cash & Carry mit dem Verkauf von Wein, Sekt und Champagner im Internet gestartet.

Auch etliche Getränkegroßhändler und Getränkemärkte erweitern ihren Kundenservice und -kreis, indem sie sich neben dem bisherigen standörtlichen Angebot durch einen Online-

Versand breiter aufstellen. Nicht immer aber gelingt es Unternehmen auf Antrieb, die besonderen für die neuen Medien geltenden Regeln einzuhalten. Wer hier Fehler macht, riskiert schnell eine kostenpflichtige Abmahnung.

Fehlende Kennzeichnung

So wurde die Wettbewerbszentrale aus Kreisen der Spirituosenbranche darauf aufmerksam gemacht, dass bei den über das Internet verkauften Single Malt Whiskys z.B. der schottischen Destillieren Glenmorangie, Talisker und Dalwhinnie in aller Regel nicht gekennzeichnet wird, dass dem Whisky

Zuckerulör zugesetzt ist, das ihm seine goldgelbe/goldbraune Farbe verleiht. Zuckerulör ist ein Farbstoff, der im Sinne von §3 der Verordnung über die Zulassung von Zusatzstoffen zu Lebensmitteln zu technologischen Zwecken (Zusatzstoff-Zulassungsverordnung, kurz: ZZuV) dazu dient, den Whisky zu färben.

Der Zusatz eines Farbstoffes muss, wenn ein Lebensmittel auch an Verbraucher abgegeben wird, durch den Hinweis „mit Farbstoff“ kenntlich gemacht werden (§9 Abs.1 Nr.1 ZZuV). Wird der Whisky in einem Online-Shop im Internet angeboten, reicht es dabei nicht aus, wenn „mit Farbstoff“ nur auf dem Etikett der Flaschen abgedruckt ist. Nach §9 Abs.6 Nr.4 ZZuV muss eine Kennzeichnung bereits bei der jeweiligen Beschreibung des angebotenen Whiskys erfolgen.

Weil der Verbraucher dazu neigt, einen vermeintlich zusatzfreien Whisky als „gesünder“ oder auch „natürlicher“ vorzuziehen, muss er im Versandhandel noch vor Aufgabe seiner Bestellung aufgeklärt werden, um eine informierte Entscheidung treffen zu können (vgl. auch Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen, Az.: 13A 2903/05, und Sächsisches Oberverwaltungsgericht, Az.: 3 BS 333/06).

Torsten Hülken

Er ist Rechtsanwalt im Büro München der Wettbewerbszentrale und berät Brauereien und Getränkewirtschaft. Vor seinem Eintritt bei der Wettbewerbszentrale war er in einer Patent- und Rechtsanwaltskanzlei auf den Gebieten des Wirtschaftsrechts und des gewerblichen Rechtsschutzes aktiv.



Quelle: pixelio, Gerd Altmann

Die Beschwerden betrafen gerade auch auf den Whiskyhandel spezialisierte Versandhändler. Die Überprüfung durch die Wettbewerbszentrale bestätigte die annähernd flächendeckend fehlende Kenntlichmachung des zugesetzten Zuckerkulörs.

Kostenträchtige Abmahnung durch Mitbewerber vermeiden

Derartige begründete Verstöße können grundsätzlich per Abmahnung reklamiert werden. Diese kann von einem Mitbewerber oder – um als Beschwerdeführer für den Gegner unerkannt zu bleiben – einer Institution wie der Wettbewerbszentrale ausgesprochen werden. Neben der Aufforderung zur Abgabe einer mit einem Vertragsstrafversprechen versehenen Unterlassungsverpflichtungserklärung wird der Online-Anbieter verpflichtet, im Falle einer begründeten Abmahnung die entstandenen Kosten zu erstatten. Bei klagebefugten Verbänden ist dies regelmäßig (nur) eine Aufwandspauschale, die sich bei der Wettbewerbszentrale auf derzeit 219,35 Euro (inklusive sieben Prozent Mehrwertsteuer) beläuft.

Wird dagegen vom Mitbewerber für die Abmahnung ein Rechtsanwalt eingeschaltet, können für den Online-Händler Kosten in Höhe von 500 Euro bis 1500 Euro – in Einzelfällen auch mehr – anfallen. Konkret hängt dies immer davon ab, welcher Gegenstandswert vom Anwalt zugrunde gelegt wird.

Mitbewerber können unter bestimmten Voraussetzungen auch Auskunft über den Umfang der wettbewerbswidrigen Online-Verkäufe verlangen und einen Schadensersatzanspruch geltend machen; letztgenannter Anspruch setzt allerdings den Eintritt eines Schadens bei dem Mitbewerber voraus, welcher in der hier berichteten Fallgruppe jedenfalls schwer nachweisbar ist. Obwohl ein Schadensersatzanspruch in der Praxis bei diesen Fallgestaltungen nur selten vorkommt, kann er aber nicht ausgeschlossen werden.

Effizientes Einschreiten der Wettbewerbszentrale

In fast allen von der Wettbewerbszentrale gerügten Fällen konnte der Wettbewerbsverstoß durch Abgabe einer Unterlassungserklärung abgestellt werden, in der sich die abgemahnten Whiskyhändler strafbewehrt für den Fall der Zuwiderhandlung dazu verpflichteten, in ihren Online-Shops im Internet Whisky, der Zuckerkulör enthält, künftig mit dem Hinweis „mit Farbstoff“ zu kennzeichnen.

Bei einer zeitlich versetzten nochmaligen Überprüfung konnte die Wettbewerbszentrale feststellen, dass in den einschlägigen Online-Shops im Internet zuckerulörhaltiger Whisky mit dem Hinweis „mit Farbstoff“ so gekennzeichnet ist, wie es die gesetzlichen Bestimmungen verlangen. Erfreulich ist, dass dies nicht nur bei den abgemahnten Whiskymarken der Fall ist.

Die Händler haben die gesetzlichen Bestimmungen auch bei den anderen Whiskys, die Zuckerkulör enthalten, umgesetzt.

Dies zeigt, dass das nationale System der wettbewerbsrechtlichen Rechtsverfolgung äußerst effizient ist. Im Rahmen der Selbstkontrolle wird der Wirtschaft eine kostengünstige Möglichkeit

gegeben, die Einhaltung von gesetzlichen Vorschriften, die alle Konkurrenten am Markt betreffen, durchzusetzen. Zu guter Letzt ist auch dem Verbraucherschutz gedient, da relativ schnell durchgesetzt werden konnte, dass der Verbraucher die Informationen erhält, die ihm das Rechtssystem einräumt. □

Die Wettbewerbszentrale – Institution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb

Als unabhängige Institution der Wirtschaft in der Rechtsform eines eingetragenen Vereins fördert die Wettbewerbszentrale die Eigenverantwortung der Wirtschaft in Wettbewerbsfragen. Sie handelt branchenübergreifend im Interesse der gesamten Wirtschaft und ist daher die größte bundesweit tätige Institution auf dem Gebiet des Wettbewerbsrechts.

Die Wettbewerbszentrale setzt sich für einen fairen und funktionierenden Wettbewerb ein. Grundlage ihrer Tätigkeit ist die Verbandsklagebefugnis nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb).

Neben insgesamt über 1200 Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Größe gehören etwa 800 Verbände und Organisationen der Wirtschaft sowie Wirtschafts- und Berufskammern zu ihren Mitgliedern. Die Wettbewerbszentrale unterhält neben ihrem Hauptsitz in Bad Homburg fünf regionale Büros (Berlin, Dortmund, Hamburg, München, Stuttgart), in denen insgesamt über 50 fest angestellte Mitarbeiter, davon 25 Wettbewerbsjuristen, tätig sind.

Aufgaben

Mitgestalter des Rechtsrahmens für den Wettbewerb

Die Wettbewerbszentrale unterstützt den nationalen und europäischen Gesetzgeber als neutraler Berater bei der Gestaltung der wettbewerbsrechtlichen Rahmenbedingungen. Bei verschiedenen Anhörungen vor dem Rechtsausschuss des Deutschen Bundestages, dem Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments sowie bei Veranstaltungen der Europäischen Kommission und nationaler Ministerien wird sie als Sachverständiger für Wettbewerbsfragen eingeladen. Die Wettbewerbszentrale kann hier ihre umfassenden Kenntnisse und Erfahrungen mit der praktischen Anwendung des Wettbewerbsrechts im Rahmen von rechtspolitischen Diskussionen einbringen.

Dabei steht die Wettbewerbszentrale für einen effizienten, unbürokratischen Rechtsschutz im Wege der privatrechtlichen Selbstkontrolle ein, der staatliche Behörden eingriffe in das Wettbewerbsgeschehen weitestgehend überflüssig macht.

Berater der Mitglieder

Ziel der Wettbewerbszentrale ist es, nicht erst bei verwirklichten Wettbewerbsverstößen repressiv einzuschreiten, sondern präventive Hilfe zu gewähren. Ein Großteil der

Arbeit der Wettbewerbszentrale besteht daher in der Beratung ihrer Mitglieder in allen wettbewerbsrechtlichen Fragestellungen. Sie unterstützt ihre Mitglieder in dem höchst dynamischen Wettbewerbsprozess, gesetzliche Anforderungen zu erfüllen, entsprechende Risiken zu erkennen und zu managen. In dieser Funktion prüft sie beispielsweise die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von Werbekampagnen vor ihrer Veröffentlichung. Kostenträchtige und zeitraubende Rechtsstreitigkeiten können so vermieden werden.

Spezialisierte Informationsdienstleister

Die Wettbewerbszentrale bietet umfassende Informationsdienstleistungen zu allgemeinen und branchenspezifischen Fragen des Wettbewerbsrechts für die gesamte Wirtschaft und die Öffentlichkeit an. Die ständige und aktuelle Auswertung der veröffentlichten Fachbeiträge und Gerichtsurteile sowie über 15000 Einzelfälle und gutachterliche Anfragen pro Jahr gewährleisten der Wettbewerbszentrale einen der größten Informationspools im Wettbewerbsrecht und seinen Neben gebieten.

Der Wissenstransfer erfolgt durch Veranstaltung von Seminaren und Workshops, Versendung von Informationsbriefen, Online-Urteils- und Literaturauswertungen für den spezialisierten Praktiker sowie durch Publikation von Fachbüchern und Fachaufsätzen.

„Hüter des Wettbewerbs“ – Rechtsdurchsetzung im Markt

Entsprechend ihres satzungsgemäßen Auftrags und auf der gesetzlichen Grundlage des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG schafft die Wettbewerbszentrale zudem faire Wettbewerbsbedingungen für die Marktbeteiligten durch Einschreiten gegen Wettbewerbsverletzungen mit den ihr nach dem Gesetz zustehenden Mitteln.

Die Wettbewerbszentrale verfügt weder über Zwangsbefugnisse einer staatlichen Behörde noch über Ermittlungsbefugnisse. Sie hat als Inhaber eines gesetzlichen Unterlassungsanspruchs die gleiche Rechtsstellung wie ein durch unlauteren Wettbewerb beeinträchtigtes Unternehmen. Ebenso wie dieses kann die Wettbewerbszentrale zur Beendigung eines rechtswidrigen Zustandes Klage auf Unterlassung vor Gericht einreichen. Sie trägt dabei ebenso wie jeder Kläger im Zivilverfahren das gesamte Prozessrisiko.