



6. Auflage 2012.
LVI, 1380 Seiten. Ln. EUR 288,-
978-3-214-01269-4

Österreichisches und internationales Urheberrecht

6. Auflage AUTOR: *Dittrich*

Dittrich – Das Original zum Urheberrecht!

Die aktuelle 6. Auflage des Standardwerks zum österreichischen und europäischen Urheberrecht schließt in bewährter Weise an die Voraufgabe an und enthält

- alle einschlägigen innerstaatlichen Rechtsvorschriften
- inklusive der gesamten Rechtsprechung in Leitsätzen mit allen Fundstellen sowie
- eine umfassende Literaturübersicht – jeweils auf dem neuesten Stand.

Weiters wurden alle wichtigen Rechtsvorschriften der EU, die mit Literatur und Judikatur versehen wurden, aufgenommen.

Der Autor:

Hon.-Prof. Dr. **Robert Dittrich** war Leiter der für Zivilrecht zuständigen Sektion im BMJ und hat das Urheberrecht durch Jahrzehnte legislativ betreut. Er hat zahlreiche Bücher und Aufsätze zum Zivilrecht, Arbeitsrecht und Verkehrsrecht veröffentlicht und ist einer der führenden österreichischen Experten im Urheberrecht.

Ja, ich bestelle:

Wiebe · G. Kodek (Hrsg), UWG – Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
2. Auflage 2012. Faszikelwerk 1-25. Lfg. EUR 298,- ISBN 978-3-214-09897-1
Subskriptionspreis bis 31.12.2012 EUR 248,-

Dittrich, Österreichisches und internationales Urheberrecht
6. Auflage 2012. LVI, 1380 Seiten. Ln. EUR 288,- 978-3-214-01269-4

Dieses Werk ist auch online erhältlich

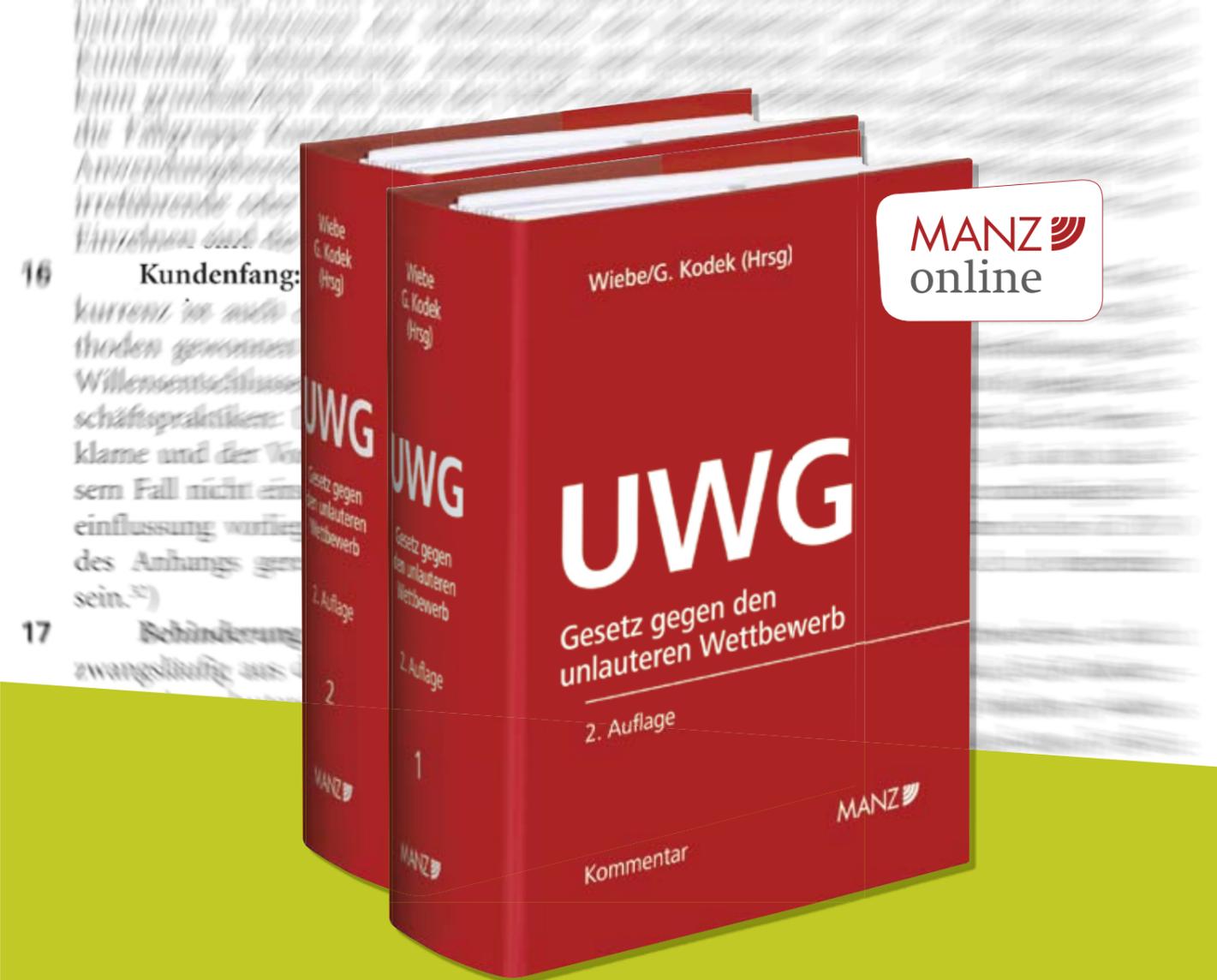
Wiebe · G. Kodek (Hrsg), UWG – Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 2. Auflage
Preis ab EUR 89,76 / Jahr (exkl. USt)
Information und Bestellung unter Tel.: +43 1 531 61 655 bzw. vertrieb@manz.at oder auf www.manz.at/uwg

Telefon (01) 531 61-100, Fax (01) 531 61-455, E-Mail bestellen@manz.at

Preise inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten. Portofreie Lieferung in Österreich bei Buch-Bestellungen im Webshop. Lieferung unter Eigentumsvorbehalt. Irrtum und Preisänderungen vorbehalten. Datenträger und Sammelwerke zur Fortsetzung bis auf Widerruf; der Widerruf entfaltet keine Wirksamkeit für bereits erhaltene, sondern nur für zukünftige Lieferungen und hat schriftlich zu erfolgen. Ich bin damit einverstanden, dass ich gelegentlich insbesondere per Fax, per E-Mail oder telefonisch über Neuerscheinungen des MANZ Verlages informiert werde und dass meine Daten zu diesem Zweck

gespeichert und verwendet werden. Die Zustimmung kann jederzeit schriftlich widerrufen werden. Kundenbezogene Daten werden zur Vertragserfüllung und Abrechnung gespeichert und verwendet. Konsumenten iSd § 1 KSchG sind unbeschadet der in § 5f KSchG angeführten Ausnahmen innerhalb von sieben Werktagen ab dem Tag des Einlangens der Lieferung gem § 5e KSchG zum Vertragsrücktritt berechtigt. Prospektstand: Oktober 2012. Als Gerichtsstand wird Wien vereinbart

KUNDENUMMER	R3551
FIRMA	
NAME	
STRASSE · PLZ · ORT	
E-MAIL	
TELEFON · FAX	
DATUM · UNTERSCHRIFT	



Noch besser – Ihr Joker im Wettbewerb!

Subskriptionspreis bis
31.12.2012

„Eine verlässliche und profunde Grundlage für die tägliche Arbeit.“ GesRZ 3/2011 zur Voraufgabe

Schmid IV. Rechtsbruch § 1

dementsprechend eher anzunehmen, dass der Verstoß geeignet wäre, dem Rechtsverletzer einen Vorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen.¹⁷⁷⁴ Im Anwendungsbereich der RL-UGP kann es auf eine Differenzierung zwischen wettbewerbsregelnden und wettbewerbsneutralen Normen ohnehin jedenfalls nicht ankommen, weil jegliche Geschäftspraktik, die geeignet ist, das Verbraucherverhalten wesentlich zu beeinflussen, und die den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widerspricht, unlauter ist.¹⁷⁸⁵

bb) Spürbarkeit

§ 1 Abs 1 Z 2 UWG setzt, entsprechend Art 5 Abs 2 RL-UGP, für die Unlauterkeit Geschäftspraktik nicht nur voraus, dass sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt entspricht, sondern sie setzt auch eine „wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Durchschnittsverbrauchers“ voraus. Letzteres wird in § 1 Abs 4 Z 3 UWG durch die Anwendung einer Geschäftspraktik, um die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und damit den Verbraucher in geschäftlichen Entscheidungen zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Nach Ansicht des Gesetzgebers werden nach § 1 Abs 1 Z 2 UWG ausdrücklich individuelle Verbraucher geschützt. Dementsprechend ist „wesentlich“ auf einzelne Personen zu bezogen. Nicht tatbestandsmäßig sind daher nur solche Aussagen, die das Entscheidungsverhalten sei es auch nur eines Einzelnen, letzten Endes nicht ausschlaggebend beeinflussen. Marktverhältnisse spielen in Z 2 keine Rolle. Gesetzesverstöße werden jedenfalls fallweise kraft ihrer telbarer Wirkung auf die wirtschaftliche Verbraucherentscheidung als Geschäftspraktik qualifiziert werden müssen.

In der Lehre hat insb *Koppensteiner* schon vor der UWG-Novelle 2007 die Auffassung vertreten, Art 5 Abs 2 lit b RL-UGP postuliere ein vom quantitativen Element der „Spürbarkeit“ wie es die zuletzt stRsp des OGH zu § 1 UWG aF beim Rechtsbruch fordert, und wie Ergebnis Eingang in den Gesetzeswortlaut des § 1 Abs 1 Z 1 UWG gefunden hat,¹⁷⁸⁶ ein „qualitatives“ Element, für das schon die Beeinträchtigung der Kaufentscheidung einzelner, oder im Extremfall eines einzigen Durchschnittsverbrauchers genüge.¹⁷⁸⁷ Der habe mit seiner Rsp, wonach eine nicht unerhebliche Nachfrageverlagerung im Markt sämtlicher Tatbestände gefordert werde, die ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs aussetzen, die Latte wesentlich höher gelegt als das Wesentlichkeitserfordernis der UGP, und sei daher mit diesem nicht vereinbar. Dementsprechend könne auch die bisherige Rsp zum sittenwidrigen Rechtsbruch nach § 1 UWG nicht aufrechterhalten werden. *Koppensteiner* räumt aber ein, dass aufgrund des Abstellens auf einen Durchschnittsverbraucher Betroffenheit nur eines oder weniger Verbraucher einen seltenen Sonderfall darstellen würde.¹⁷⁸⁸

¹⁷⁸⁴ 4 Ob 49/05 t – *Kurzberichterstattung II* – ÖBl 2006/4, 20 (Anm *Gamerith* ÖBl 2006, 29 ff); 4 Ob 05 f – *FC Superfund* – ÖBl 2006/5, 25.

¹⁷⁸⁵ *Seidelberger* hält eine solche Differenzierung für § 1 UWG generell nicht für zielführend, *ders.* 2008/24, 59 (61).

¹⁷⁸⁶ 4 Ob 225/07 b – *Stadtrundfahrten* – ÖBl 2008/48, 237 (*Gamerith*); *ecolex* 2008/199, 551 (*Tonn* MR 2008, 114).

¹⁷⁸⁷ *Koppensteiner*, wbl 2006, 553 (557 f).

¹⁷⁸⁸ wbl 2006, 157.

UWG, 5. Lfg

Alle fünf Fallgruppen des § 1 UWG intensiv und ausführlich bearbeitet

§ 9a Zugaben *Lattenmayer*

11 Die RL 2005/29/EG betrifft nur das Verhältnis zwischen Unternehmern und Verbrauchern und lässt Rechtsvorschriften, die lediglich die wirtschaftlichen Interessen zwischen Mitbewerbern betreffen unberührt.³⁵ Dennoch hat die Richtlinie auch in diesem Bereich Auswirkungen, da der Schutz der Verbraucher nur vor wesentlichen Auswirkungen vorgesehen ist und diese Wertung über die Verhältnismäßigkeitsprüfung von Einschränkungen der EG-Freiheiten auch auf Rechtsverhältnisse zwischen Mitbewerbern und Gewerbetreibenden ausstrahlt.³⁶ Rechtsvorschriften betreffend das Verhältnis zwischen Mitbewerbern werden in der Regel gegen die Dienstleistungsfreiheit oder die Warenverkehrsfreiheit verstoßen und bedürfen daher einer entsprechenden Rechtfertigung.³⁷

12 Für das Zugaberecht bedeutsam sind die Bestimmungen der RL 2005/29/EG zur Irreführung, nach denen falsche Angaben und sachlich richtige, aber täuschende Angaben untersagt sind, wenn diese zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die sonst nicht getroffen worden wäre. Aus der Liste der Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten,³⁸ erscheint lediglich Punkt 20 zugaberechtlich relevant: Danach ist es unlauter, wenn ein Produkt als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder Ähnliches beschrieben wird, obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind.

II. Rechtslage nach EuGH C-540/08

A. EuGH C-540/08

13 Ähnlich wie beim belgisches Koppelungsverbot³⁹ sah der EuGH im § 9a Abs 1 Z 1 UWG einen Verstoß gegen die RL 2005/29/EG, da das Zugabeverbot generell und präventiv formuliert ist, ohne dass die Unlauterkeit anhand der Kriterien der Art 5–9 der RL 2005/29/EG im Einzelfall zu prüfen sind⁴⁰. Die Ausnahmen in § 9 Abs 2 UWG beschränken zwar die Tragweite des Verbotes, können aber nicht die notwendige konkrete Beurteilung des Sachverhaltes ersetzen⁴¹.

B. Schlussfolgerung des OGH

14 Der OGH erörtert in seiner nachfolgenden Entscheidung⁴² zuerst die Möglichkeit der mittelbaren Reflexivwirkung im Dreiecksverhältnis, nämlich dass bloß negative Auswirkungen auf die Rechte Dritte nicht rechtfertigen, einem Einzelnen die Berufung auf die Bestimmungen einer Richtlinie gegenüber einem Mitgliedstaat zu versagen. Dies hätte zur Folge, dass sich der in Anspruch Genommene gegenüber dem Staat auf die Unanwendbarkeit von § 9a Abs 1 Z 1 UWG berufen kann, sodass Unterlassungsgebote nicht mehr zulässig sind. Inhaltlich löst der OGH den Widerspruch zwischen der Richtlinie und § 9a Abs 1 Z 1 UWG aber durch richtlinienkonforme Interpretation mittels teleologischer Reduktion. Der OGH kommt zum Ergebnis, dass das An kündigen, Anbieten oder Gewähren von Zugaben gegenüber Verbrauchern nur mehr dann unzulässig ist, wenn die beanstandete Geschäftspraktik im Einzelfall

³⁵ 6. BG RL 2005/29/EG.

³⁶ Vgl 8 BE RL 2005/29/EG.

³⁷ *Koppensteiner*, ÖBl 2000, 195.

³⁸ Anhang I zur 2005/29/EG.

³⁹ EuGH C-261/07 und C-299/07 – *VTB-VAB und Galatea* – Slg 2009, I-2949, Rn 84.

⁴⁰ EuGH C-540/08 – *Mediaprint* – Rn 36.

⁴¹ EuGH C-540/08 – *Mediaprint* – Rn 40.

⁴² OGH 15. 2. 2011, 4 Ob 208/10 g.

UWG, 17. Lfg

Als Zugabe: Ausführliche Analyse der EuGH-Entscheidung

Die Herausgeber

Univ.-Prof. Dr. **Andreas Wiebe**, LL.M. (Virginia), Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Wettbewerbs- und Immaterialgüterrecht, Medien- und Informationsrecht, Georg-August-Universität Göttingen.
Univ.-Prof. Dr. **Georg E. Kodek**, LL.M. (Northwestern University), Hofrat des OGH; Abteilung Unternehmensrecht, Institut für Zivil- und Unternehmensrecht der WU Wien.

Alle 5 Fallgruppen des § 1 UWG umfassend analysiert

- Anwendungsvoraussetzungen und Generalklausel
- Behinderung
- Ausbeutung
- Rechtsbruch
- Kundenfang

Aggressive und irreführende Geschäftspraktiken

Alle 31 Ziffern des Anhangs sind ausführlich kommentiert.

NEU in der 2. Auflage

Neuer Inhalt – zum Beispiel:

- OGH-Rechtsprechung nach der UWG-Novelle 2007, insb zur Irreführung, den aggressiven Geschäftspraktiken sowie zur Spürbarkeitsschwelle
- Bedeutung des nunmehr gemeinschaftswidrigen Zugabenverbots nach der EuGH-Entscheidung C-540/08
- Analyse der Rechtsprechung zum Rechtsbruchtatbestand „neu“
- ausführliche Kommentierung der „Schwarzen Liste“
- zunehmende Bedeutung des UWG im Vergaberecht

Neue Form:

Leicht zu aktualisieren durch Faszikel (Heftchen zum Einhängen) in zwei hochwertigen Leinenmappen.

Die Autoren

Dr. Axel Anderl, LL.M., Dr. Clemens Appl, Dr. Peter Burgstaller, LL.M., Dr. Christian Handig, Dr. Roman Heidinger, M. A., Dr. Rainer Herzig, HR Univ.-Prof. Dr. Georg E. Kodek, LL.M., Hon.-Prof. Dr. Guido Kucsco, Dr. Hannes Lattenmayer, LL.M., Dr. Petra Leupold, Dr. Katharina Schmid, Dr. Clemens Thiele, LL.M., Univ.-Prof. Dr. Andreas Wiebe, LL.M.



2. Auflage 2012.
Faszikelwerk 1-25. Lfg. EUR 298,-
Subskriptionspreis bis 31.12.2012
EUR 248,-
ISBN 978-3-214-09897-1