

Das neue UWG - die Bewerbung von Immobilien

Das deutsche Wettbewerbsrecht wird in Folge der EU-Gesetzgebung stets weiter liberalisiert mit der Folge, dass wettbewerbsbeschränkende Bestimmungen abgebaut werden.

Ausdruck für diese Entwicklung waren in den letzten Jahren der Wegfall des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung.

Die zentralen Vorschriften des Wettbewerbsrechts sind das GWB (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen) und das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb).

Letzteres wurde im vergangenen Jahr novelliert, die Neufassung ist am 8. Juli 2004 in Kraft getreten.

Entsprechend der Definitionen in § 2 ist das UWG auch auf die Bewerbung des Verkaufs bzw. der Vermietung von Immobilien und auf von Wohnungsunternehmen angebotene Leistungen anzuwenden.

Nach § 3 sind Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil von Mitbewerbern nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, unzulässig. Neben den Mitbewerbern sollen auch Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer geschützt werden.

In § 4 benennt das UWG beispielhaft unlautere Handlungen. Für den Bereich der Wohnungswirtschaft kommen danach in Frage:

- Wettbewerbshandlungen, mit denen Druck oder sonstiger unsachlicher Einfluss auf Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer ausgeübt wird,
- Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, Unerfahrenheit, Leichtgläubigkeit oder Angst von Verbrauchern auszunutzen,
- Verkaufsfördermaßnahmen wie Preisnachlässe, Zugaben oder Geschenke, bei welchen die Bedingungen für die Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angegeben sind,

- Aussagen, mit denen Leistungen oder Tätigkeiten oder die persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft werden,
- unwahre Behauptungen über Unternehmen, die geeignet sind, den Kredit des Unternehmens zu schädigen,
- gezielte Behinderung von Mitbewerbern.

Gemäß § 5 soll ebenfalls unlauter im Sinne des § 3 sein, wenn die Werbung irreführend ist. Dies soll u.a. gegeben sein, wenn

- falsche Angaben über Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Beschaffenheit sowie über die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse gemacht werden,
- falsche Angaben über den Anlass des Angebots einer Ware oder Dienstleistung oder den Preis bzw. die Art und Weise, in der dieser berechnet wird, gemacht werden.

Grundsätzlich ist seit mehreren Jahren vergleichende Werbung gestattet. § 6 UWG regelt nunmehr, wann vergleichende Werbung wettbewerbswidrig sein soll. Für den Bereich der Wohnungswirtschaft wären hier denkbar:

- Leistungen eines Mitbewerbers werden herabgesetzt oder verunglimpft,
- bei besonderen Preisangeboten werden die Dauer des Angebots oder die Bedingungen für die Inanspruchnahme der Preisvergünstigung nicht genannt.

In § 7 UWG wurde in Umsetzung der Rechtsprechung der letzten Jahre die „unzumutbare Belastung“ bei der Durchführung von Werbemaßnahmen normiert. Danach ist aufdringliche, aber auch unverlangte Werbung mittels Telefon, Fax oder elektronischer Kommunikationsmittel untersagt.

Liegt ein Wettbewerbsverstoß vor, kann der Verletzer auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Er hat dann – um die Wiederholungsgefahr auszuschließen – eine vertragsstrafenbewährte Unterlassungserklärung abzugeben.

Neu ist, dass – sofern der Wettbewerbsverletzer aus seiner Handlung einen Gewinn erzielt – dieser zu Gunsten des Bundeshaushaltes eingezogen werden kann.

Hinsichtlich der einzelnen Tatbestände für wettbewerbswidriges Verhalten kann grundsätzlich von der langjährigen Rechtsprechung auch in Auslegung der Neufassung des UWG ausgegangen werden.