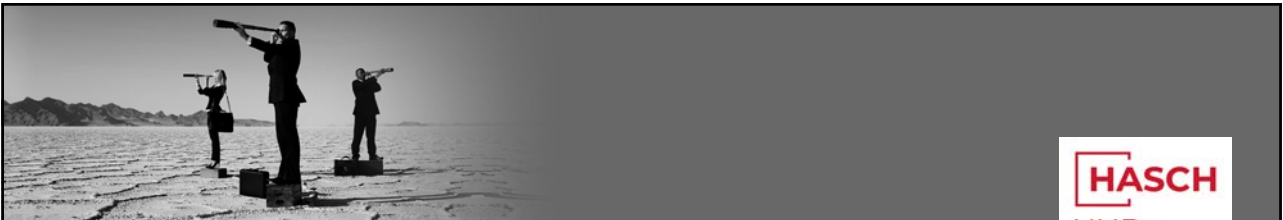




## COMPLIANCE SEMINAR MODUL WETTBEWERBSRECHT

RECHTSANWALT MAG. REINHARD KOLLROS  
RECHTSANWALTSANWÄRTERIN MAG. CARINA VENZL

Linz, am 14.02.2024



## INHALTSVERZEICHNIS

I. Einführung und wesentliche Rechtsgrundlagen	3
II. Lauterkeitsrecht	7
III. Kartellrecht	37
IV. Compliance-Umsetzung	51





# I. EINFÜHRUNG UND WESENTLICHE RECHTSGRUNDLAGEN



## RECHTSBEREICHE UND RECHTSGRUNDLAGEN

Wettbewerbsrecht im engeren Sinn:

- Lauterkeitsrecht:
  - ⇒ Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Nebengesetze

Wettbewerbsrecht im weiteren Sinn:

- Kartellrecht:
  - ⇒ Kartellgesetz 2005 (KartG 2005), Europäisches Kartellrecht, Nebengesetze



## ALLGEMEINES

- Wettbewerbsrecht ⇨ zunehmende Bedeutung
- Aufrechterhaltung eines fairen Wettbewerbs
- Zentrale Säule des Binnenmarktes
- Erhöhter Wettbewerbsdruck und Krisen führen zu Verstößen
- Mitbewerber, Verbraucherschutzorganisationen und andere klagsbefugte Verbände fungieren als "Watchdogs"



5

R. KOLLROS / C. VENZL



## AUFGABEN DES WETTBEWERBSRECHTS

- Wettbewerbsrecht als unbestimmter Rechtsbegriff
- Schutz des Wettbewerbs vor unlauteren Geschäftspraktiken  
⇨ Sicherung des Leistungswettbewerbs
- Sicherung der Freiheit des Wettbewerbs vor Beschränkungen  
(insbesondere vor Beschränkungen der Unternehmen selbst durch Ausnutzung von Marktmacht)



6

R. KOLLROS / C. VENZL



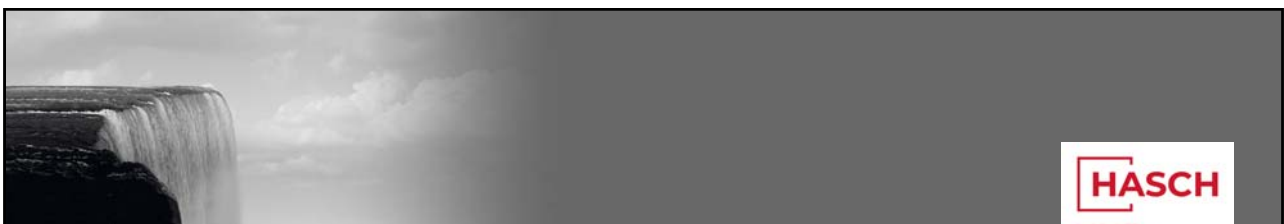
HASCH  
UND  
PARTNER  
RECHTSANWÄLTE

## II. LAUTERKEITSRECHT

HP

7

R. KOLLROS / C. VENZL



HASCH  
UND  
PARTNER  
RECHTSANWÄLTE


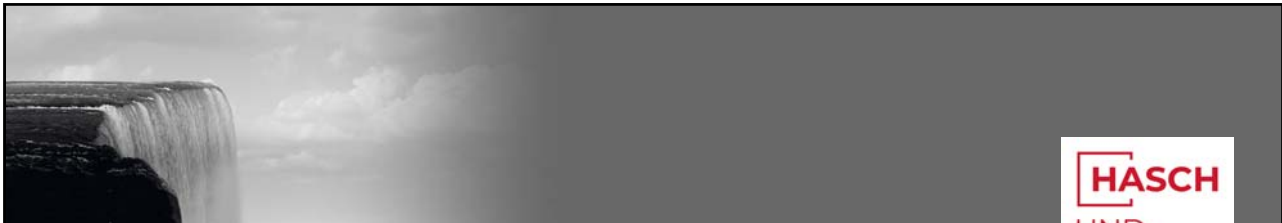
### SCHUTZZWECK

- Schutz vor aggressiven, irreführenden oder sonst unlauteren Geschäftspraktiken
- Ursprünglich gedacht als reines Mitbewerberschutzgesetz
- Heute Mitbewerber, Verbraucher und Allgemeinheit als Schutzsubjekte anerkannt (Schutzzwecktrias)
- Klagerechte von Amtsparteien und Verbraucherschutzverbänden (AK, VKI,..)
- Schutzobjekt: unverfälschter Leistungswettbewerb

HP


8

R. KOLLROS / C. VENZL




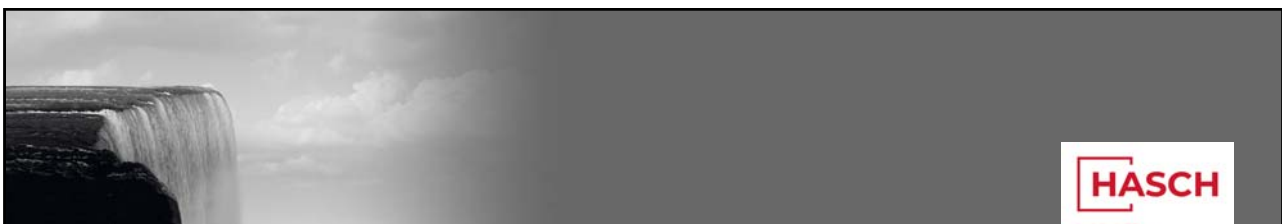
## WESENTLICHE RECHTSQUELLEN

- UWG
- Europäisches Lauterkeitsrecht
  - RL über unlautere Geschäftspraktiken (RL 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken zwischen Unternehmen und Verbrauchern, Abl 2005 L 149/22 (UGP-RL))
  - Richtlinie über vergleichende Werbung (RL 84/450/EWG über irreführende und vergleichende Werbung, Abl 1984 L 250/17)




9

R. KOLLROS / C. VENZL




## WEITERE RECHTSQUELLEN


- Europäisches Lauterkeitsrecht
  - Schutz der Grundfreiheiten des AEUV (Binnenmarkt) (Art 101 AEUV Verbot wettbewerbs beschränkender Maßnahmen, Art 102 AEUV Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung)
  - Umsetzung der UGP-Richtlinie als zentrale Weichenstellung



10


R. KOLLROS / C. VENZL







## WESENTLICHE VERBOTE IM UWG

- § 1: unlautere Geschäftspraktiken und sonstige unlautere Handlungen ("große Generalklausel")
- § 1a: Aggressive Geschäftspraktiken
- § 2: Irreführende Geschäftspraktiken
- Anhang: "schwarze Liste" ⇒ Aufzählung von irreführenden und aggressiven Geschäftspraktiken, die in jedem Fall als unlauter gelten


11
R. KOLLROS / C. VENZL






## UWG GENERALKLAUSEL (1)

§ 1 Abs 1 Z 1 UWG:

*„Wer im geschäftlichen Verkehr eine unlautere Geschäftspraktik oder sonstige unlautere Handlung anwendet, die geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen kann auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“*

⇒ umfasst Handlungen, die gegen Mitbewerber gerichtet sind


12
R. KOLLROS / C. VENZL

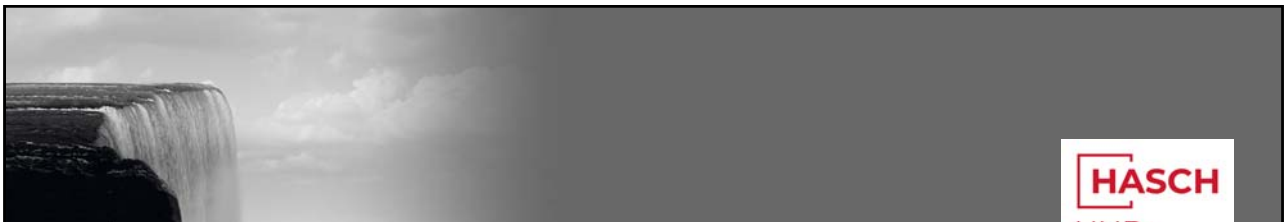


## UWG GENERALKLAUSEL (2)

§ 1 Abs 1 Z 2 UWG:


*„Wer im geschäftlichen Verkehr eine unlautere Geschäftspraktik anwendet, die den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widerspricht und in Bezug auf das jeweilige Produkt geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet, wesentlich zu beeinflussen, kann auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“*


⇒ umfasst unlautere Geschäftspraktiken im Verhältnis zu Verbrauchern



## WAS IST UNLAUTER?


- Unlauterkeit: unbestimmter Gesetzesbegriff
- Im Einzelfall abzugrenzen – Einzelfallentscheidungen
- Vielfach "Richterrecht" – Begriff wurde durch die Rechtsprechung präzisiert







## GRUNDSÄTZE DER RECHTSPRECHUNG

- Wahrheitsgebot und Sachlichkeitsgebot: Werbung muss wahr und sachlich sein
- Offenkundigkeitsgrundsatz: Werbung und der Werbende müssen als solche erkennbar sein
- Unklarheitenregel: nicht eindeutige Ankündigungen sind zulasten des Ankündigenden auszulegen



15
R. KOLLROS / C. VENZL







## GENERALKLAUSEL / SONDERTATBESTÄNDE (1)

- § 1 Generalklausel
  - Behinderung, Ausbeutung, Rechtsbruch (Mitbewerberschutz, § 1 Abs 1 Z 1 UWG)
  - Kundenfang (Verbraucherschutz, § 1 Abs 1 Z 2 UWG)
- Sondertatbestände "kleine Generalklausel"
  - § 1a Aggressive Geschäftspraktiken
  - § 2 Irreführende Werbung


16
R. KOLLROS / C. VENZL










## GENERALKLAUSEL / SONDERTATBESTÄNDE (2)

- Weitere Sondertatbestände
  - § 2a vergleichende Werbung
  - § 7 Herabsetzung eines Unternehmens
  - § 9 Kennzeichenmissbrauch
  - § 11 Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen
- "Schwarze Liste" des Anhangs



17
R. KOLLROS / C. VENZL

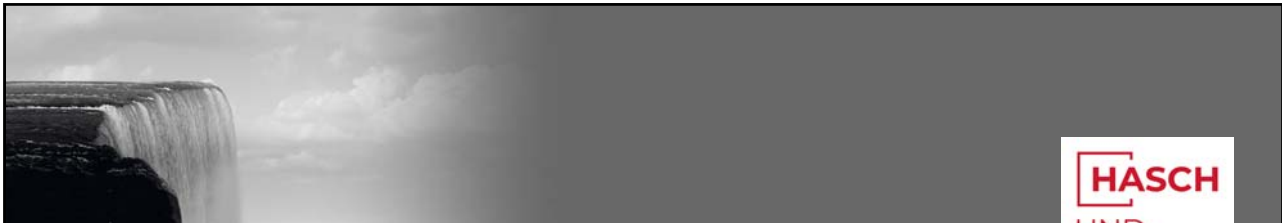





## FALLPRÜFUNGSSCHEMA

- Sondertatbestände §§ 7, 9 UWG
- Ist die Geschäftspraktik im Anhang als per se irreführend oder aggressiv eingestuft?
- Ist die Geschäftspraktik iSd kleinen Generalklauseln in § 1a bzw. § 2 UWG als irreführend oder aggressiv eingestuft?
- Ist die Geschäftspraktikgeneralklausel iSd § 1 UWG unlauter?
  - Mitbewerberschutz
  - Verbraucherschutz



18
R. KOLLROS / C. VENZL

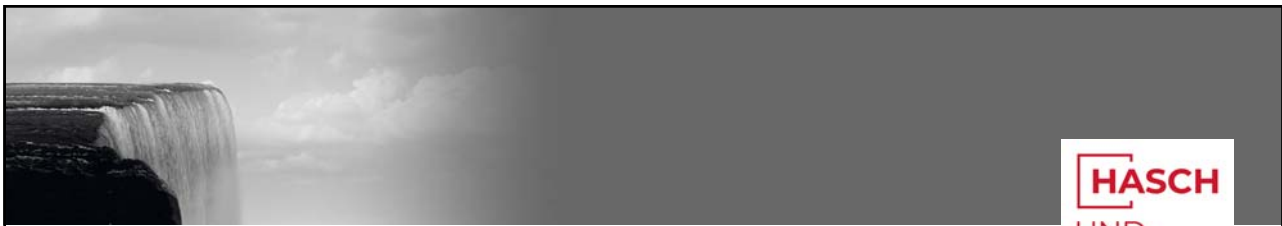





## BEHINDERUNG (§ 1 UWG)

- Im Leistungswettbewerb können auch Behinderungen des Wettbewerbers vorkommen – diese sind nur unlauter,
  - wenn leistungsfremde Mittel hinzutreten, oder
  - die Behinderung das einzige Ziel der Handlung ist
- Der Kundenkreis des Wettbewerbers ist grundsätzlich kein geschütztes Rechtsgut



19
R. KOLLROS / C. VENZL





## BEHINDERUNG BEISPIELE

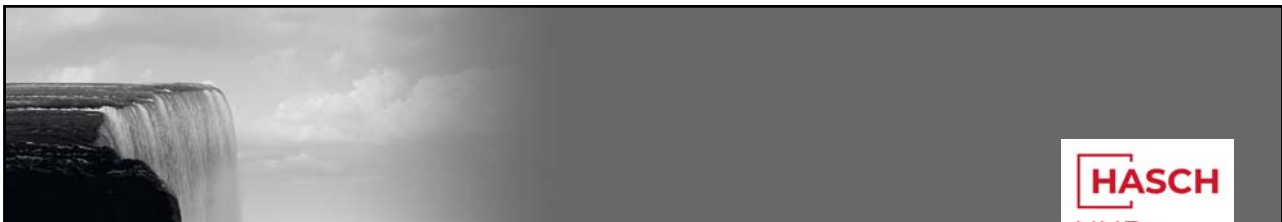
- Abfangen von Kunden
  - bei rechtswidriger Beschaffung von Kundenlisten
  - Abfangen von Kunden vor dem Geschäftslokal
- Werbebehinderung
  - Ausschalten fremder Werbung (Beschädigung, Überdeckung,...)
- Preiskampf
  - grundsätzlich erlaubt
  - problematisch bei Marktmacht ⇒ kartellrechtliche Beurteilung


20
R. KOLLROS / C. VENZL



## AUSBEUTUNG (§ 1 UWG)

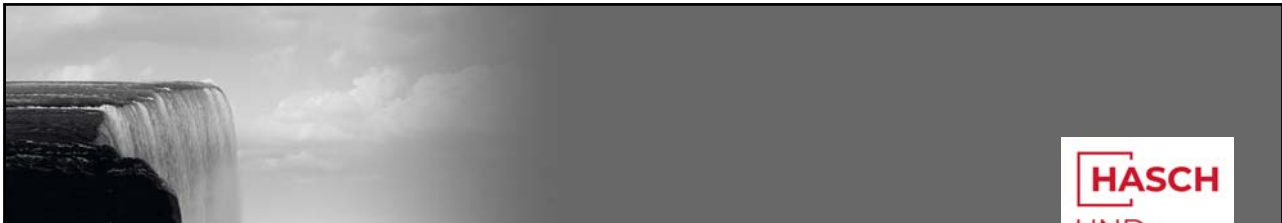
- Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz
- Nachahmung ist grundsätzlich Bestandteil des Wettbewerbs
- Immaterialgüterrechte bieten Sonderschutz
- Erfordernis zusätzlicher Umstände, um Unlauterkeit zu begründen
- Fallgruppen nach der Rechtsprechung
  - Vermeidbare Herkunftstäuschung
  - Unlautere Mittel der Leistungsbeschaffung
  - Unmittelbare Leistungsübernahme




## AUSBEUTUNG BEISPIELE

- Bewusste Nachahmung
- Zumutbarkeit anderer Gestaltung
- Verwechslungsgefahr
- Unlauterkeit anzunehmen, wenn unlautere Mittel zur Nachahmung eingesetzt wurden, zB
  - Spionage
  - Diebstahl, Mitnahme von Unterlagen





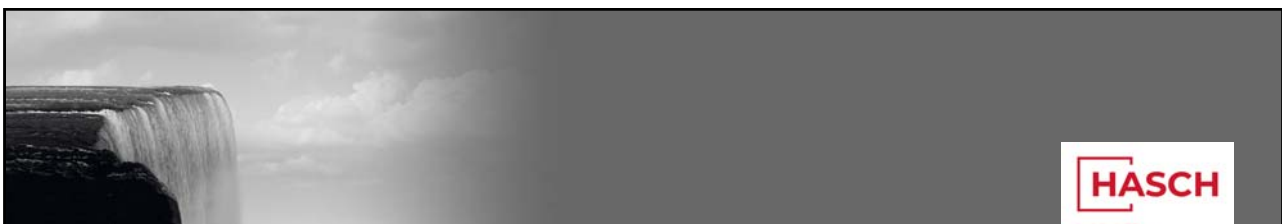





## RECHTSBRUCH (§ 1 UWG)

- Verschaffen eines Wettbewerbsvorteils durch Verletzung genereller Normen oder individueller Rechtsakte (zB vertraglicher Vorschriften)
- Maßstab sind alle nationalen oder europarechtlich unmittelbar geltenden Vorschriften oder Verwaltungsakte
- Nicht jeder Verstoß begründet eine Verletzung des UWG ⇒ neben Verstoß zusätzliches Erfordernis der nicht vertretbaren Rechtsauffassung
- Das Ausnützen fremden Vertragsbruchs ist nicht unlauter




23


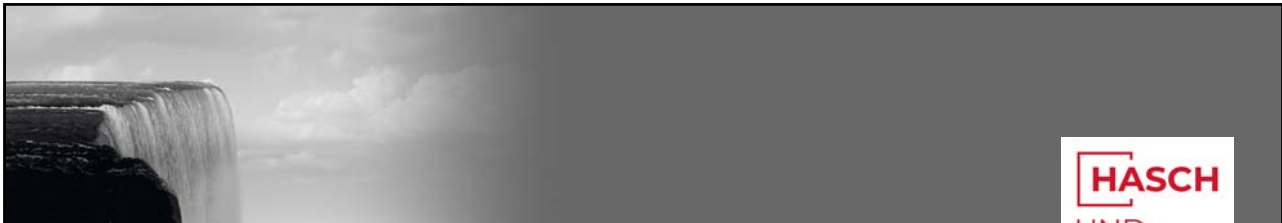





## KUNDENFANG (§ 1 UWG)

- Werbung und Anwerben von Kunden grundsätzlich erlaubt
- Verbot des Einsetzens leistungsfremder Mittel, welche die freie Willensentscheidung des Kunden wesentlich beeinflussen könnten
- Auffangtatbestand gegenüber aggressiven und irreführenden Geschäftspraktiken
- Werteklame, Gewähren von besonderen Vergünstigungen ⇒ grundsätzlich zulässig
- Gefühlsbetonte Werbung ⇒ grundsätzlich zulässig, sofern kein psychischer Zwang vorliegt


24






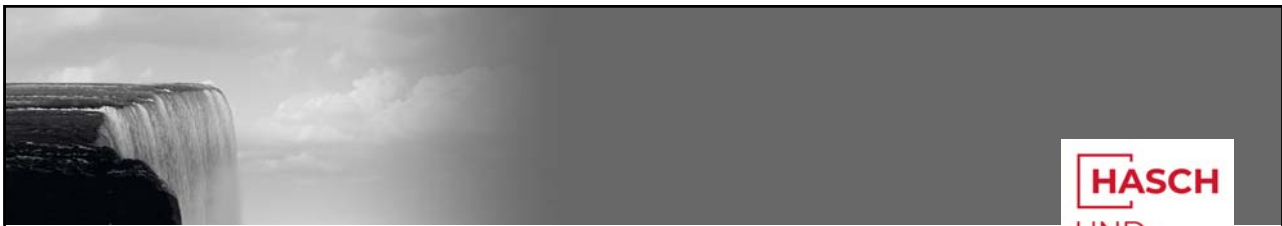



## AGGRESSIVE GESCHÄFTSPRAKTIKEN (§1a UWG) (1)

Voraussetzung der

- Belästigung, Nötigung, unzulässigen Beeinflussung die geeignet sind die
  - Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Marktteilnehmers wesentlich zu beeinträchtigen und
  - eine Entscheidung getroffen werden kann, die er andernfalls nicht getroffen hätte
- Gilt gegenüber Verbrauchern und Unternehmern
- Anhang II ("Schwarze Liste") enthält Auflistung aggressiver Geschäftspraktiken (per se-Verbote)




25








## AGGRESSIVE GESCHÄFTSPRAKTIKEN BEISPIELE

- Belästigung
  - hartnäckiges und unerwünschtes Ansprechen über Tel., Fax, E-Mail (trotz Zustimmung aggressiv, wenn Übungsgrenze überschritten wurde)
- Nötigung
  - Physischer Kaufzwang
  - Psychischer Kaufzwang
- unzulässigen Beeinflussung
  - Ausnützen von Zwangslagen
  - Überrumpelung




26








## IRREFÜHRENDE GESCHÄFTSPRAKTIKEN BEISPIELE

- Nur Tatsachenbehauptungen, Werturteile sind nicht erfasst
  - Österreichs bestes Bier ⇨ Werturteil
  - marktschreierische Übertreibung dann unlauter, wenn ihr nachprüfbarer Tatsachekern zur Irreführung geeignet ist
- Weitere Beispiele
  - unrichtige Bewerbung einer Leistung als "gratis"
  - Täuschung über Marktbedingungen
  - Täuschung über Qualifikation (Befugnis, Erfahrung)




27








## VERGLEICHENDE WERBUNG (§ 2a UWG)

- Grundsätzlich zulässig, wenn sie
  - nicht gegen andere Bestimmungen des UWG verstößt (keine Irreführung iSd § 2 UWG)
  - nur Vergleich mit Waren gleicher Ursprungsbezeichnung zulässig
  - keine Herabsetzung (§ 7 UWG) oder Behinderung (§ 1 UWG)
  - keine Rufausbeutung
  - keine Verwechslungsgefahr



28








## HERABSETZUNG (§ 7 UWG)

- Verbot der Herabsetzung eines fremden Unternehmens, seiner Waren oder Leistungen
- Verbot der Verbreitung unwahrer Tatsachen (Werturteil nicht erfasst)
- Herabsetzung ⇒ Behauptung oder Verbreitung von unwahren Tatsachen die ein Unternehmen oder den Kredit des Inhabers schädigen können
- Verbreiten ⇒ Weitergabe fremder Aussagen an Dritte



29
R. KOLLROS / C. VENZL

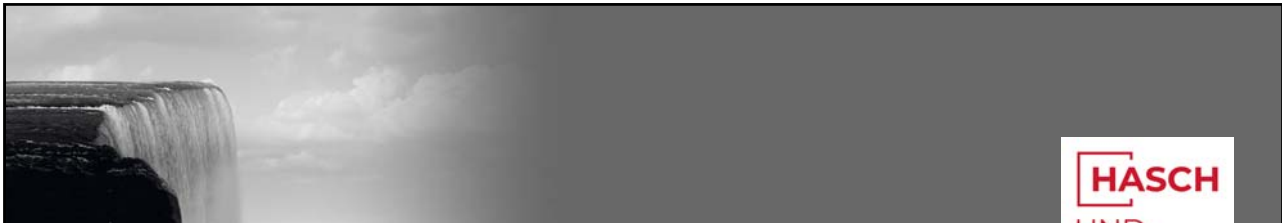





## KENNZEICHENMISSBRAUCH (§ 9 UWG)

- Teil des Kennzeichenrechts ⇒ Markenrecht
- Anwendung, wenn keine speziellere Bestimmung eingreift
- Auslegung/Beurteilung der Unlauterkeit nach den Maßstäben
  - Unterscheidungskraft
  - Verwechslungsgefahr
  - Verkehrsgeltung
- Ausstattungsschutz gemäß § 9 Abs 3 UWG erweitert Schutz auch auf Geschäftsausstattung, die als Herkunftshinweis verstanden wird




30
R. KOLLROS / C. VENZL

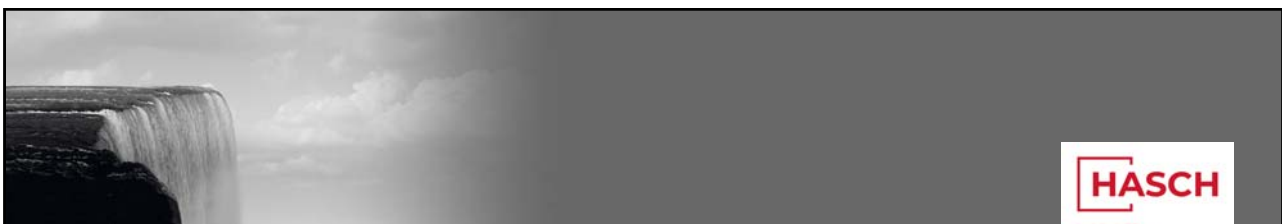





## INFORMATIONSPFLICHTEN IN DER WERBUNG

- Werbung muss offenkundig sein
- Der Werbende muss erkennbar sein
- Es muss ersichtlich sein, dass es sich um geschäftliche Zwecke handelt
- Entgeltlichkeit nicht verschleiern
- Für Verbraucher immer Bruttopreise angeben
- Werbung muss alle wesentlichen Informationen enthalten, um informierte geschäftliche Entscheidung treffen zu können




31








## CHECKLISTE FÜR WERBEANKÜNDIGUNGEN (1)

- Unternehmerische Aktivitäten und Unternehmer müssen als solche **erkennbar** sein (Offenkundigkeitsgrundsatz)
- Einhaltung der gesetzlich vorgesehenen **Informationspflichten** in allen Ankündigungen (Informationsgrundsatz)
- Keine unlautere **Kundenansprache** (Vorsicht bei Kaltakquise - keine unerbetene Kontaktaufnahme via Tel, E-Mail, SMS)
- Keine **Ausbeutung fremder Leistung** (Übernahme, Nachahmung)
- Kein spürbarer **Verstoß gegen gesetzliche Vorschriften**


32












## CHECKLISTE FÜR WERBEANKÜNDIGUNGEN (2)

- Keine **agressiven Geschäftspraktiken**
- Keine **irreführenden Ankündigungen** (Wahrheitsgebot)
- **Vergleichende Werbung** nur unter strengen Voraussetzungen
- **Gewinnspiel**: kein Einsatz für Teilnahme ⇒ konzessionspflichtiges Glücksspiel




33






## STRAFRECHTLICHE VORSCHRIFTEN

- **Bestechung (§ 10 UWG)**
  - zu Zwecken des Wettbewerbs
  - Geschenke oder Vorteile
  - Bevorzugung für sich oder Dritten beim Bezug von Waren/Dienstleistungen
- **Verletzung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen während aufrechtem Dienstverhältnis (§ 11 UWG)**
- **Verletzung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen, die im geschäftlichen Verkehr anvertraut wurden (§ 12 UWG)**


34






## ZIVILRECHTLICHE ANSPRÜCHE

- Unterlassung (§ 14 UWG)
- Beseitigung (Vernichtung) (§ 15 UWG)
- Widerruf und Veröffentlichung (§ 7 UWG)
- Schadenersatz bei Verschulden (§ 16 UWG)
- Einstweilige Verfügung (§ 24 UWG)

Achtung: UWG erfasst nur Handeln im geschäftlichen Verkehr und selbständige auf Erwerb gerichtete Tätigkeiten! (keine Anwendung bei privaten Handlungen und Hoheitsakten)


35






## ZUSAMMENSPIEL VON UWG UND KARTELLRECHT

- Zwischen Lauterkeitsrecht und Kartellrecht bestehen einige Überschneidungen, aber auch deutliche Unterschiede
- Selbes Regelungsziel: Schutz des Leistungswettbewerbs
- Schutzgegenstand des Kartellrechts: Wettbewerbsprozess, nicht einzelner Wettbewerber
- Überschneidungen bei Missbrauchsverbot
- Im Lauterkeitsrecht ist jedoch keine marktbeherrschende Stellung Voraussetzung


36





HASCH  
UND  
PARTNER  
RECHTSANWÄLTE

### III. KARTELLRECHT

HP

37

R. KOLLROS / C. VENZL



HASCH  
UND  
PARTNER  
RECHTSANWÄLTE

### ALLGEMEINES UND ZIELE (1)

- Wettbewerbsrecht im weiteren Sinn
- Drei-Säulen-Kartellrecht
  - Kartellverbot
  - Marktmachtmissbrauchsverbot
    - ⇒ Sicherstellung durch Marktverhaltenskontrolle
  - Fusionskontrolle
    - ⇒ Sicherstellung durch Strukturkontrolle

HP

38

R. KOLLROS / C. VENZL



## ALLGEMEINES UND ZIELE (2)

**Kartellrecht**

<p style="text-align: center;"><b>Kartellverbot (zweiseitig)</b></p> <p style="text-align: center;">Art 101 AEUV §§1-3 KartG 2005</p>	<p style="text-align: center;"><b>Missbrauchsverbot (einseitig)</b></p> <p style="text-align: center;">Art 102 AEUV §§ 4-6 KartG 2005</p>	<p style="text-align: center;"><b>Zusammenschluss- (Fusions-)Kontrolle</b></p> <p style="text-align: center;">VO 139/2004/EG § 7-19 KartG 2005</p>
Marktverhaltenskontrolle		Strukturkontrolle

Sicherstellung eines unverfälschten Wettbewerbs

↓

+ niedrigere Kosten und Preise  
 + höhere Qualität  
 + größeres und vielfältigeres Angebot  
 + mehr Innovation

↓


+++ Vorteile für Verbraucher und Unternehmen



39




R. KOLLROS / C. VENZL




## SANKTIONEN

- Verstöße können vielfältige Sanktionen nach sich ziehen
- Geldbußen (direkt in kartellrechtlichen Normen verankert)
- Nichtigkeit bei Verstößen
- Zivilrechtliche Folgen (Schadenersatz)
- Ausschluss von Vergabeverfahren
- Rufschädigung



40



R. KOLLROS / C. VENZL



## GELDBUßEN

- Bei Verstößen sowohl nach europäischem, als auch nach österreichischem Kartellrecht können Geldbußen bis zu 10 % des weltweiten Gruppenumsatzes verhängt werden
- Zuständigkeiten: Europäische Kommission, österreichisches Kartellgericht
- Antragsprinzip in Österreich (Bundeswettbewerbsbehörde und/oder Bundeskartellanwalt)
- Bemessungsfaktoren: Schwere der Zuwiderhandlung, Dauer, erzielte Bereicherung und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Grad des Verschuldens, Mitwirkung an der Aufklärung



41

R. KOLLROS / C. VENZL




## NICHTIGKEIT

- Verletzungen des Kartellverbotes führen zu Nichtigkeit der betreffenden Vereinbarung (§ 1 Abs 3 KartG 2005; Art 101 Abs 2 AEUV)
- Nichtigkeit auch bei Verstoß gegen fusionskontrollrechtliches Durchführungsverbot (§ 17 Abs 3 KartG 2005)
- Nichtigkeit bei Marktmissbrauch? (Beurteilung nach § 879 ABGB)



42

R. KOLLROS / C. VENZL




**HASCH**  
UND  
PARTNER  
RECHTSANWÄLTE

## SCHADENERSATZ

- Kartellrechtliche Verbotsnormen sind Schutzgesetze iSd § 1311 ABGB
- Solidarische Haftung von am kartellrechtswidrigen Verhalten Beteiligter
- Voraussetzung rechtswidriges, schuldhaftes Verhalten
- Praxisprobleme bei Schadensnachweis, insbesondere Schadenshöhe ⇒ § 273 Abs 2 ZPO

**HP** 43 R. KOLLROS / C. VENZL



**HASCH**  
UND  
PARTNER  
RECHTSANWÄLTE

## STRAFRECHTLICHE KONSEQUENZEN

- Kartellrechtsverstöße strafrechtlich nicht gesondert verboten
- können jedoch Straftatbestand des Submissionsbetrugs (§ 168 b StGB) und/oder des Betrugs (§ 146 StGB) erfüllen
- Submissionsbetrug ⇒ Strafdrohung von bis zu drei Jahren Freiheitsstrafe
- Schwerer oder gewerbsmäßiger Betrug (§ 147, 148 StGB ⇒ Strafdrohung von bis zu 10 Jahren Freiheitsstrafe)

**HP** 44 R. KOLLROS / C. VENZL



## SONSTIGE FOLGEN

- meist für die Betroffenen schwerwiegender
- können mitunter existenzbedrohend sein, nämlich
  - Ausschluss von Vergabeverfahren
  - drohende Rufschädigung
  - Für Mitarbeiter: Verlust des Arbeitsplatzes
  - Für Vorstände/Geschäftsführer und leitende Angestellte: Verpflichtung zur Leistung von Schadenersatz



## VERFAHRENSRECHT (1)

- Kurzfristigkeit von notwendigen Handlungen als Herausforderung
- Vollzugsorgane: Europäische Kommission Generaldirektion Wettbewerb auf europäischer Ebene und OLG Wien als Kartellgericht für Österreich
- Kommission zuständig für Kartell- und Marktmissbrauchsverfolgung bei Zwischenstaatlichkeit, für Fusionskontrolle zuständig, wenn die Werte der Fusionskontrollverordnung (FKVO) erfüllt sind
- Kommission ist Aufgriffs-, Ermittlungs- als auch Entscheidungsbehörde



## VERFAHRENSRECHT (2)

- In Österreich
  1. Instanz OLG Wien
  2. Instanz OGH
- Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) ist Aufgriffs- und Ermittlungsbehörde
- Weitere Aufgriffsbehörde: Bundeskartellanwalt
- BWB und Bundeskartellanwalt sind Amtsparteien
- Antragsprinzip
- weitreichende Ermittlungsbefugnisse der Kommission



47

R. KOLLROS / C. VENZL



## VERFAHRENSRECHT (3)

- mittels Auskunftverlangen Informationen von Unternehmen einholen
- sogenannte Hausdurchsuchungen (Dawn Raids) durchführen
- ganzen Wirtschaftszweig näher untersuchen
- Befolgung/Duldung der Befugnisse durch Geldbußen erzwingbar
- vergleichbare Befugnisse der BWB
- Aus Rechtsschutzgründen allerdings meist in Zusammenspiel mit Kartellgericht
- Anwaltsprivileg bei Hausdurchsuchungen
- Hausdurchsuchungen sind Herausforderung für Kartellrechts Compliance
- wesentlich für Hausdurchsuchung: vorherige Vorbereitung



48

R. KOLLROS / C. VENZL





## FAQ (1)

- Dürfen Preise von Mitbewerbern übernommen werden und bei Erhöhungen "nachgezogen werden"?
  - erlaubt: marktkonformes Parallelverhalten
  - nicht erlaubt: Verhaltenskoordinierung (abgestimmtes Verhalten)
- Darf mit Mitbewerbern über die künftige Preisentwicklung der eigenen Produkte gesprochen werden (beispielsweise im Anschluss an ein Seminar)
  - große Gefahr einer "abgestimmten Verhaltensweise"
  - der Austausch jeglicher "strategischer" Information birgt hohes Risiko



49

R. KOLLROS / C. VENZL



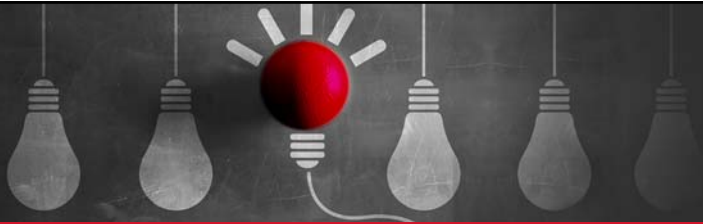
## FAQ (2)

- Darf den Abnehmern der Preis für den Weiterverkauf der Produkte vorgeschrieben werden?
  - Abnehmer müssen in ihrer Preisgestaltung frei sein
  - unverbindliche Preisempfehlungen und Höchstverkaufspreise sind zulässig
- Darf den Handelsvertretern der Preis für den Weiterverkauf der Produkte vorgeschrieben werden?
  - die Funktion des Handelsvertreters ist Teil der Tätigkeit des Herstellers und ist daher eine verbindliche Vorschreibung des Preises zulässig
  - Handelsvertreter fungiert als "verlängerter Arm" des Herstellers



50

R. KOLLROS / C. VENZL

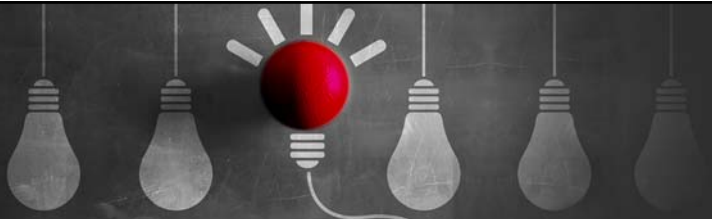


## IV. COMPLIANCE-UMSETZUNG



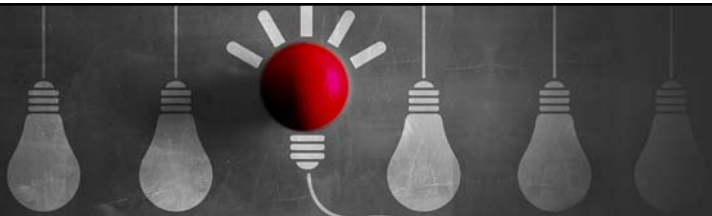
### RISIKOANALYSE (1)

- Vor Installation/Ausbau Compliance-Organisation ⇒ Risikoanalyse
- Zur Feststellung des Umfangs notwendiger Compliance-Organisation
- zB keine oder geringere Maßnahmen hinsichtlich Marktmissbrauchsverbot notwendig, mangels Marktbeherrschung
- Analyse des Schulungsbedarfs einzelner Personen(-gruppen)



## RISIKOANALYSE (2)

- Risikoanalyse ist kein einmaliger Akt
- regelmäßig, wiederkehrende Einrichtung
- Umfang/Regelmäßigkeit einer Risikoanalyse hängen vom Ausmaß des festgestellten Risikos ab
- insbesondere bei neu erschlossenen Geschäftsfeldern oder wesentlichen Veränderungen (zB Fusion) ⇒ neuerliche Risikoanalyse



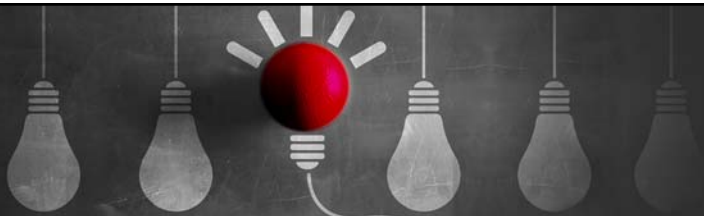
## PRÜFUNG KARTELLRECHTS-COMPLIANCE

- systematisches Vorgehen
- Keine isolierte Betrachtung ⇒ gesamte Unternehmensgruppe analysieren
- Risikoanalyse bei Muttergesellschaft oder
- bei gesonderter Risikoanalyse jeweils Berücksichtigung der anderen Konzernunternehmen
- Marktabgrenzung, Art des Marktes, Marktbedingungen
- Aufstellung des eigenen Unternehmens (Unternehmensgröße, Mitarbeiteranzahl, Umsatz unmittelbare Wettbewerber,...)
- Maßnahmen



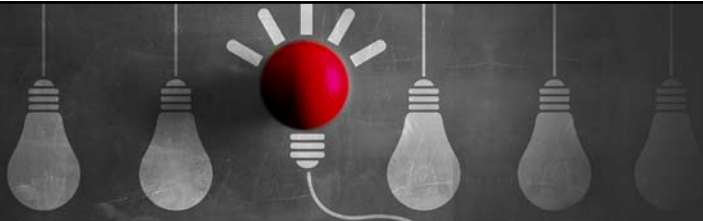
## ALLGEMEINES

- größerer Adressatenkreis im Kartellrecht, als bei allgemeinen Compliance-Programmen
- nach Rechtsansicht der Europäischen Kommission, Haftung auch für Kartellrechtsverstöße von Handelsvertretern oder anderen Absatzmittlern ⇒ "verlängerter Arm" des Unternehmens
- daher diese in Compliance-Adressatenkreis miteinbeziehen



## MAßNAHMEN (1)

- organisatorische Maßnahmen zB Einsatz Compliance-Beauftragter
- zentrale Erfassungsstelle für Dokumentation und Koordinierung der Kommunikation mit Wettbewerbsbehörden
- internes Notifizierungssystem für heikle Verträge oder wettbewerblich sensible Maßnahmen und Projekte
- Vorkehrungen für den Fall einer Hausdurchsuchung



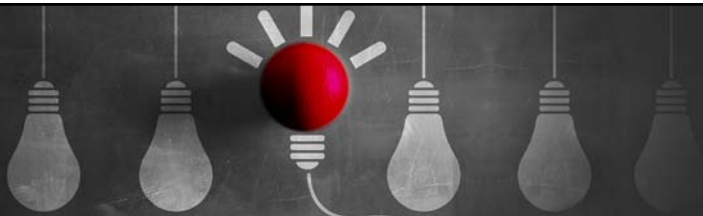
## MAßNAHMEN (2)

- Vorkehrungen im IT-System
- Herausgabe spezifischer Verhaltensrichtlinien
- regelmäßige Schulungen
- Kartellrechtshandbuch
- Maßnahmen im Fall eines konkreten Verdachts
- spezifische Verhaltensregeln für die wichtigsten Ermittlungshandlungen festlegen



57

R. KOLLROS / C. VENZL



## NACHPRÜFUNG

- Nach Hausdurchsuchung erfolgt Abschlussbesprechung mit den durchsuchenden Beamten
- Überprüfung und Abgleich der kopierten Unterlagen
- Auflistung der Unterlagen kopieren (dient der Verteidigung)
- Protokolle über Mitarbeiterbefragungen sorgfältig prüfen  
⇒ Möglichkeit der Berichtigung mittels Zusatzprotokoll



58

R. KOLLROS / C. VENZL



**VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**



59

R. KOLLROS / C. VENZL



## **DISCLAIMER**

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Unterlage trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Autoren ausgeschlossen ist. Diese Unterlage kann eine rechtsfreundliche Beratung im Anlassfall nicht ersetzen.



60

R. KOLLROS / C. VENZL



**Rechtsanwalt**  
**Mag. Reinhard Kollros**

Landstraße 47  
4020 Linz  
Telefon: 0732 / 77 66 44-33  
E-Mail: [r.kollros@hasch.eu](mailto:r.kollros@hasch.eu)  
[www.hasch.eu](http://www.hasch.eu)



61



R. KOLLROS / C. VENZL



**Rechtsanwaltsanwarterin**  
**Mag. Carina Venzl**

Landstraße 47  
4020 Linz  
Telefon: 0732 / 77 66 44-56  
E-Mail: [c.venzl@hasch.eu](mailto:c.venzl@hasch.eu)  
[www.hasch.eu](http://www.hasch.eu)



62



R. KOLLROS / C. VENZL