

- Die Schwarze Liste -

Anhang zu §3 Abs. 3 UWG:

30 Punkte die laut Gesetz verboten sind, aber viele Unternehmen unbewusst machen.

Sehr geehrte Unternehmerin,
sehr geehrter Unternehmer,

eine umfassende Gesetzesänderung mit Rechtsgültigkeit ab dem 28. Mai 2022 betrifft jeden Unternehmer in Deutschland. Dabei ist es irrelevant in welcher Branche Sie tätig sind, wie groß Ihr Unternehmen ist und ob sie wohlmöglich mit Unwissenheit argumentieren oder handeln.

Damit Ihr Unternehmen zum Stichtag sicher vor Abmahnungen ist, haben wir hier ein **kleines Präsent für Sie**.

Mit der Änderung des Gesetzes werden nicht nur neue Punkte in das Gesetz aufgenommen, sondern auch die Möglichkeit, dass nun auch **Privatpersonen, Organisationen und andere Unternehmen** jedes Unternehmen abmahnen lassen können, wenn sie den **Verdacht des unlauteren Wettbewerbs haben**.

Das bedeutet im Detail:

Mit der Überarbeitung von §3 Abs. 3 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) hat durch eine neue EU-Verordnungen nun jeder die Möglichkeit, ein Unternehmen abzumahnen. Bisher konnten nur **Unternehmen derselben Branche** eine Abmahnung mit Schadensersatzforderung per Rechtsanwalt durchsetzen, wenn diese einen Schaden erhalten haben.

Dieser Punkt stellt jeden Unternehmer vor die Herausforderung, seine Werbeaussagen und sein Auftreten zum Beispiel im Internet zu prüfen und ggf. zu korrigieren. Durch die Erfahrung aus dem Jahr 2018, dem Jahr in dem die DSGVO (Datenschutzgrundverordnung) in Kraft getreten ist, vermuten wir auf die rechtswirksame Änderung des Gesetzes eine erneute **Abmahnwelle**.

Damit Sie dieser möglichen Abmahnwelle nicht zum Opfer fallen, haben wir für Sie die wichtigsten Punkte in dieser Liste zusammengefasst.

Sollten Sie nach dem Lesen noch Fragen haben, rufen Sie uns dazu jederzeit gerne an oder kommen Sie einfach auf eine Tasse Kaffee vorbei.

Wir freuen uns auf Sie!

Kontakt zu uns:

INREMA Unternehmensberatung GmbH

Landwehrstrasse 2, 33142 Büren

Telefon / WhatsApp: 02951/976210

E-Mail: info@inrema.de

Web: www.inrema.de

Die 30 Punkte im Überblick

Unzulässige geschäftliche Handlungen sind nach § 3 Abs. 3 UWG:

"Sich mit fremden Federn schmücken"

1. die unwahre Angabe eines Unternehmers, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodexes zu gehören.

Erklärung:

Sie behaupten, dass Sie sich bewusst an Regelungen halten und zum Beispiel in einer Organisation zum Schutz von unlauterem Wettbewerb sind, dies aber nicht zutrifft.

2. die Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung.

Erklärung:

Sie verwenden zum Beispiel Gütesiegel oder Auszeichnungen, die Sie nicht erhalten haben. Oder Sie verwenden bei Produkten den Hinweis „Bio“, obwohl dies nicht der Fall ist.

3. die unwahre Angabe, ein Verhaltenskodex sei von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt.

Erklärung:

Sie geben an, dass Ihre Handlungen und Maßnahmen von einer offiziellen Stelle gebilligt und zugelassen sind, obwohl dies nicht zutrifft.

4. die unwahre Angabe, ein Unternehmer, eine von ihm vorgenommene geschäftliche Handlung oder eine Ware oder Dienstleistung sei von einer öffentlichen oder privaten Stelle bestätigt, gebilligt oder genehmigt worden, oder die unwahre Angabe, den Bedingungen für die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung werde entsprochen.

Erklärung:

Sie dürfen nicht damit werben, dass Sie eine Dienstleistung oder Handlung ausführen, die durch Behörden und Institutionen genehmigt ist, obwohl das nicht der Fall ist.

Achtung: Bedenken Sie eins: auch wenn ihr Wettbewerber zertifiziert ist und Sie diese "Zulassung" oder "Genehmigung" auch erhalten könnten - wenn Sie diese nicht haben, gilt Sie nicht für Sie.

"Versprechen, die man nicht halten kann"

6. Waren- oder Dienstleistungsangebote zu einem bestimmten Preis, wenn der Unternehmer sodann in der Absicht, stattdessen eine andere Ware oder Dienstleistung abzusetzen, etwas Fehlerhaftes vorführt oder sich weigert zu zeigen, was er beworben hat, oder sich weigert, Bestellungen dafür anzunehmen oder die beworbene Leistung innerhalb einer vertretbaren Zeit zu erbringen.

Erklärung:

Sie dürfen keine Produkte und Dienstleistungen bewerben, die es eigentlich nicht gibt oder welche Sie nicht verkaufen „wollen“.

Beispiel: Sie wollen ein hochpreisiges Produkt verkaufen, bewerben allerdings das Günstige. Sobald der Kunde bei Ihnen ist, wird ihm aber dringlichst von dem Günstigen abgeraten oder es wird ihm nicht vorgeführt und ihm wird nur das hochpreisige Produkt vorgeführt.

"Verbraucher unter Zeitdruck setzen"

7. die unwahre Angabe, bestimmte Waren oder Dienstleistungen seien allgemein oder zu bestimmten Bedingungen nur für einen sehr begrenzten Zeitraum verfügbar, um den Verbraucher zu einer sofortigen geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, ohne dass dieser Zeit und Gelegenheit hat, sich aufgrund von Informationen zu entscheiden.

Erklärung:

Es ist widerrechtlich, wenn ein Produkt als zeitlich begrenzt dargestellt wird, dies aber nicht der Fall ist. Beispielsweise werben Reisebüros oft mit dem Hinweis, dass eine Reise nur noch 3 Tage zu dem Preis erhältlich ist. Sollte dem nicht so sein, kann eine teure Abmahnung drohen. Beachten Sie, dass Sie ggf. Nachweispflichtig sind!

"Verbraucher Schachmatt setzen"

8. Kundendienstleistungen in einer anderen Sprache als derjenigen, in der die Verhandlungen vor dem Abschluss des Geschäfts geführt worden sind, wenn die ursprünglich verwendete Sprache nicht Amtssprache des Mitgliedstaats ist, in dem der Unternehmer niedergelassen ist; dies gilt nicht, soweit Verbraucher vor dem Abschluss des Geschäfts darüber aufgeklärt werden, dass diese Leistungen in einer anderen als der ursprünglich verwendeten Sprache erbracht werden.

Erklärung:

Es ist nicht zulässig, dass Sie eine Dienstleistung oder ein Produkt verkaufen, welches in der deutschen Sprache angeboten wird, aber nach Vertragsabschluss im Falle einer Serviceanfrage dann nur noch in Englisch kommuniziert wird. (Stichwort: Kundenservice)

„Verbraucher täuschen“

9. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, eine Ware oder Dienstleistung sei verkehrsfähig;

Erklärung:

Wenn Sie Waren oder Dienstleistungen verkaufen, die einer Aufsicht oder einer Zulassung unterliegen, müssen Sie die so genannte Verkehrsfähigkeit haben. Wenn dies nicht der Fall ist, wäre der Verkauf grundlegend nicht zulässig, oftmals wird dies daher vorgetäuscht.

„Mit Selbstverständlichkeiten werben“

10. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, gesetzlich bestehende Rechte stellen eine Besonderheit des Angebots dar.

Erklärung:

Es ist Ihnen nicht erlaubt, mit Argumenten und rechtlichen Regelungen zu werben, die Grundlegend gültig sind, wie zum Beispiel Garantieansprüche oder Widerrufsregelungen.

„Getarnte Werbung“

11. der vom Unternehmer finanzierte Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung, ohne dass sich dieser Zusammenhang aus dem Inhalt oder aus der Art der optischen oder akustischen Darstellung eindeutig ergibt (als Information getarnte Werbung).

Erklärung:

Sie müssen Ihre Werbung auch als solche angeben. Zum Beispiel sind Zeitungsartikel unzulässig, wenn es sich hierbei um eine deutliche Produkt- oder Dienstleistungswerbung handelt und dies nicht angegeben ist. Gleiches gilt für Influencer, die eine Produktempfehlung aus persönlicher Erfahrung aussprechen, vom Hersteller aber bezahlt werden oder das Produkt umsonst erhalten.

„Angstwerbung“

12. unwahre Angaben über Art und Ausmaß einer Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie für den Fall, dass er die angebotene Ware nicht erwirbt oder die angebotene Dienstleistung nicht in Anspruch nimmt.

Erklärung:

Die Bewerbung eines Produktes oder einer Dienstleistung mit den Argumenten, dass man gefährdet sei, wenn man das Produkt nicht erwirbt, ist unzulässig.

“Trittbrettfahren“

13. Werbung für eine Ware oder Dienstleistung, die der Ware oder Dienstleistung eines Mitbewerbers ähnlich ist, wenn dies in der Absicht geschieht, über die betriebliche Herkunft der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu täuschen.

Erklärung:

Sie haben beispielsweise minderwertige Waren und deklarieren diese unter dem Namen oder Leistungen eines erfolgreichen Wettbewerbers.

“Schneeball- oder Pyramidensysteme“

14. die Einführung, der Betrieb oder die Förderung eines Systems zur Verkaufsförderung, das den Eindruck vermittelt, allein oder hauptsächlich durch die Einführung weiterer Teilnehmer in das System könne eine Vergütung erlangt werden (Schneeball- oder Pyramidensystem).

Erklärung:

Sie sind bekannt und Verboten: Schneeballsysteme. Wenn Sie ein Verkaufssystem etablieren, sollten Sie sich hier an die gesetzlichen Regelungen halten

“Unwahrheiten, Übertreibungen und Ungenauigkeiten“

15. die unwahre Angabe, der Unternehmer werde demnächst sein Geschäft aufgeben oder seine Geschäftsräume verlegen.

Erklärung:

Der "Sonderverkauf wegen Geschäftsauflösung" (zum 14. Mal...) ist einfach nicht zulässig. Bleiben Sie bei der Wahrheit und täuschen Sie nicht Ihre Kunden mit solchen Aussagen.

16. die Angabe, durch eine bestimmte Ware oder Dienstleistung ließen sich die Gewinnchancen bei einem Glücksspiel erhöhen;

Erklärung:

Sie dürfen keine Versprechungen machen, wie man seine Gewinnchancen für ein Gewinnspiel erhöht. Egal ob es sich um einen Glücksbringer fürs Pokerspiel handelt oder ob es sich um ein "System" für die kommenden Lottozahlen handelt.

17. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen oder werde ihn gewinnen oder werde durch eine bestimmte Handlung einen Preis gewinnen oder einen sonstigen Vorteil erlangen, wenn es einen solchen Preis oder Vorteil tatsächlich nicht gibt, oder wenn jedenfalls die Möglichkeit, einen Preis oder sonstigen Vorteil zu erlangen, von der Zahlung eines Geldbetrags oder der Übernahme von Kosten abhängig gemacht wird.

Erklärung:

*"Durch den Kauf einer Ware oder durch Bezahlen einer gewissen Summe können Sie gewinnen..."
Solche Werbeaussagen sind nicht zulässig und können eine schnelle Abmahnung mit sich ziehen.
Weiterhin dürfen Sie nicht den Eindruck erwecken, dass Ihr Kunde etwas gewonnen hat, dafür aber noch irgendwelche Kosten egal in welcher Höhe begleichen muss.*

18. die unwahre Angabe, eine Ware oder Dienstleistung könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen.

Erklärung:

Heilversprechen sind verboten. Das betrifft auch Waren und Artikel, die eine heilende Wirkung suggerieren. (Diese aber nicht wissenschaftlich erwiesen ist.)

19. eine unwahre Angabe über die Marktbedingungen oder Bezugsquellen, um den Verbraucher dazu zu bewegen, eine Ware oder Dienstleistung zu weniger günstigen Bedingungen als den allgemeinen Marktbedingungen abzunehmen oder in Anspruch zu nehmen.

Erklärung:

Aussagen wie "Made in Germany", also eine "Positiv" darzustellende Bezugsquelle, wenn es gar nicht so ist, sind unzulässig. Gleiches gilt für „Aus EU-Anbau“ o.ä. wenn die Ware teilweise aus nicht EU-Ländern kommt usw.

20. das Angebot eines Wettbewerbs oder Preisausschreibens, wenn weder die in Aussicht gestellten Preise noch ein angemessenes Äquivalent vergeben werden.

Erklärung:

*Gewinnspiele sind nicht zulässig, wenn es die Auslosung und den Gewinn tatsächlich nicht gibt.
Achtung: Sie müssen darüber rechtsverbindliche Auskunft geben, sonst kann eine Abmahnung schnell folgen.*

21. das Angebot einer Ware oder Dienstleistung als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder dergleichen, wenn hierfür gleichwohl Kosten zu tragen sind; dies gilt nicht für Kosten, die im Zusammenhang mit dem Eingehen auf das Waren- oder Dienstleistungsangebot oder für die Abholung oder Lieferung der Ware oder die Inanspruchnahme der Dienstleistung unvermeidbar sind.

Erklärung:

Wenn Sie eine Ware oder Dienstleistung als Gratis bezeichnen, dabei aber versteckte Kosten anfallen, ist diese Bewerbung und der damit verbundene Verkauf unzulässig.

22. die Übermittlung von Werbematerial unter Beifügung einer Zahlungsaufforderung, wenn damit der unzutreffende Eindruck vermittelt wird, die beworbene Ware oder Dienstleistung sei bereits bestellt.

Erklärung:

Heutzutage zwar nicht mehr zu häufig anzutreffen, aber immer noch hin und wieder gegeben. Klassisch: Ein Aboschwindel. Sie dürfen keine Geschenke oder Gratiswaren übermitteln, die eine versteckte Rechnung haben.

23. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Unternehmer sei Verbraucher oder nicht für Zwecke seines Geschäfts, Handels, Gewerbes oder Berufs tätig; Beispiel: Viele eBay-Händler sind wegen des Umfangs ihrer Tätigkeit als gewerblich tätig einzustufen.

Erklärung:

Sie müssen wahrheitsgemäß angeben, wenn Sie als Unternehmer tätig sind. Beispielsweise Artikel als "Privat" zu verkaufen, um sich vor einem Garantieanspruch zu drücken, ist nicht zulässig.

24. die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, es sei im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union als dem des Warenverkaufs oder der Dienstleistung ein Kundendienst verfügbar;

Erklärung:

Es wird ein Kundendienst und ein Serviceversprechen in einem anderen EU Land suggeriert, obwohl dieser nicht vorhanden ist und tatsächlich über eine zentrale Stelle geregelt wird. Dies ist eine Falschaussage und Irreführung.

“Überrumpeln und Druck aufbauen“

25. das Erwecken des Eindrucks, der Verbraucher könne bestimmte Räumlichkeiten nicht ohne vorherigen Vertragsabschluss verlassen.

Erklärung:

Überrumpeln Sie Ihren Kunden nicht! Wenn Sie zum Beispiel Druck aufbauen um den Kunden zu einem Kauf zu überreden, kann dies schnell eine Nötigung werden.

26. bei persönlichem Aufsuchen in der Wohnung die Nichtbeachtung einer Aufforderung des Besuchten, diese zu verlassen oder nicht zu ihr zurückzukehren, es sein denn, der Besuch ist zur rechtmäßigen Durchsetzung einer vertraglichen Verpflichtung gerechtfertigt.

Erklärung:

Das kann ganz schnell zum Tatbestand der Nötigung und Belästigung führen: Wenn Sie einen Kunden besuchen und er Sie zum Gehen auffordert, sollten Sie das schnell machen.

“Verbraucher auflaufen lassen“

27. Maßnahmen, durch die der Verbraucher von der Durchsetzung seiner vertraglichen Rechte aus einem Versicherungsverhältnis dadurch abgehalten werden soll, dass von ihm bei der Geltendmachung seines Anspruchs die Vorlage von Unterlagen verlangt wird, die zum Nachweis dieses Anspruchs nicht erforderlich sind, oder dass Schreiben zur Geltendmachung eines solchen Anspruchs systematisch nicht beantwortet werden.

Erklärung:

Gilt für Versicherer und deren erweiterten Handlungsbevollmächtigten: Es darf einem Kunden einer Versicherung nicht erschwert werden, einen entstandenen Schaden reguliert zu bekommen, in dem er z.B. Dokumente einreichen soll, die nicht zu der Regulierung des Schadens beitragen.

“Kinder, Kinder!“

28. die in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen;

Erklärung:

Achtung, wenn Sie über die Kinder an Ihre Kunden ran wollen. Das ist nämlich nicht zulässig.

“Untergeschobene Waren und Dienstleistungen“

29. die Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Waren oder Dienstleistungen oder eine Aufforderung zur Rücksendung oder Aufbewahrung nicht bestellter Sachen, sofern es sich nicht um eine nach den Vorschriften über Vertragsabschlüsse im Fernabsatz zulässige Ersatzlieferung handelt und

Erklärung:

Wenn Sie einem Kunden Waren schicken und diese zur Bezahlung oder zum Rückversand auffordern, ohne dass der Kunde diese bestellt hat, ist es schnell ein Verstoß gegen das Gesetz.

“Mitleidstour“

30. die ausdrückliche Angabe, dass der Arbeitsplatz oder Lebensunterhalt des Unternehmers gefährdet sei, wenn der Verbraucher die Ware oder Dienstleistung nicht abnehme.

Erklärung:

Jammern kann folgen haben... Mit eigenen Existenznöten zu werben, ist ein Verstoß gegen das Gesetz.

Und jetzt?

Ja – und jetzt? Ganz ehrlich: Wir schenken Ihnen diese Liste als Marketingagentur und möchten einfach mal zum Nachdenken über die verschiedenen Punkte anregen.

Denken Sie darüber nach wie sehr Sie vielleicht vor einem Verstoß stehen und wie oft man denkt: „Ach, da passiert doch nichts.“

Vielleicht denken Sie auch mal darüber nach, warum Sie diese Informationen, die in Ihrem Marketingauftreten absolut grundlegend sind, nicht von Ihrem Marketingberater, Werbeagentur oder Webdesigner erhalten haben, sondern von uns kostenfrei!

Aufgrund unserer Erfahrung würden wir Ihnen gerne eine Beratung anbieten und mit Ihnen über Ihre Marketingstrategie sprechen. Wir werden besprechen, wie moderne Lösungen sehr einfach und effizient für die Zukunft Ihres Geschäftserfolgs sein können!

Über uns

Wir beraten Unternehmen aller Art in Werbung und Marketing. Vorrangig sind wir im Online- und Digitalmarketing zuhause, bieten aber alle Leistungen einer klassischen Werbeagentur durch unsere erfahrenen Mitarbeiter an.

Unser eigener Kassenschlager ist „die Internetseite zur Miete“. Hierbei erhalten unseren Kunden ein Rundum-sorglos-Paket für Ihren Internetauftritt und zusätzlich die passende Social-Media Präsenz.

Die INREMA Unternehmensberatung GmbH ist seit 2018 in Büren tätig. Wir haben bereits über 300 Kunden in ganz Deutschland und bieten moderne und erfolgreiche Dienstleistungen von Mensch zu Mensch an.

Überzeugen Sie sich von uns und unserer Arbeit! Wir laden Sie gerne auf einen Kennenlern-Kaffee in unserem Büro in Büren ein!

Erster Eindruck gefällig? Schauen Sie doch mal vorbei: www.inrema.de

INREMA Unternehmensberatung GmbH

Landwehrstrasse 2, 33142 Büren

Telefon / WhatsApp: 02951/976210

E-Mail: info@inrema.de

Web: www.inrema.de

SCAN ME

