

„Die lauterkeitsrechtlichen Grenzen von Verkaufsförderungsmaßnahmen“

Termine:

- **Freitag, den 07.12.2012 in Stuttgart**
 - **Mittwoch, den 12.12.2012 in Düsseldorf**
- Jeweils von 13:00 Uhr bis 17:30 Uhr (4 Vortragsstunden zzgl. Pause) -

Referent: **Ulrich Preußner***
Rechtsanwalt
Bonn

**Der Referent war von 1989 – 2/2011 Leiter der Rechtsabteilung der Haribo GmbH & Co. KG*

Thema:

„Die lauterkeitsrechtlichen Grenzen von Verkaufsförderungsmaßnahmen“

Inhalt:

- A. Definition „Verkaufsförderungsmaßnahme“
Arten von Verkaufsförderungsmaßnahmen**
- B. Entwicklung der Beurteilungsmaßstäbe für Verkaufsförderungsmaßnahmen**
 - 1.) UWG 1909
 - 2.) UWG-Reform 2004
 - 3.) Umsetzung der UGP-Richtlinie durch die UWG-Reform 2008
- C. Die unter allen Umständen unlauteren Handlungsweisen**

Anl. zu § 3 III UWG

- Nr. 7
- Nr. 19
- Nr. 20
- Nr. 21

D. Aggressive Geschäftspraktiken

- 1.) Unangemessene unsachliche Beeinflussung, § 4 Nr. 1 UWG
 - a. Zugaben/ Sammelzugaben/ Kopplungsangebote
 - b. Preisnachlässe
 - c. Beeinflussung von Kindern u. Jugendlichen/ Verhältnis zu Nr. 28 d. Anl.
 - d. Kundenbindungssysteme
 - e. Geschenke
 - f. Gewinnspiele und Preisausschreiben
 - g. Einsatz von Autoritätspersonen als Verkaufsförderer
 - h. Sponsoring
- 2.) Gewinnspielkopplung, § 4 Nr. 6 UWG
 - a. Zweck der Norm
 - b. Richtlinienkonforme Auslegung nach „Millionenchance“
 - c. Ausnahme: Naturgemäße Verbindung
- 3.) Gezielte Mitbewerberbehinderung, § 4 Nr. 10
 - a. Einsatz von Kopplungsangeboten
 - b. Preisnachlässe, Geschenke
 - c. Kundenbindungssysteme
- 4.) Allgemeine Marktbehinderung, § 3 Abs. 1

E. Irreführende Geschäftspraktiken

- 1.) Irreführung allgemein, § 5 Abs. 1 Nr. 2
- 2.) Irreführung durch Unterlassen, § 5 a Abs. 2, 3, 4
- 3.) Verstoß gegen das Transparenzgebot, § 4 Nr. 4
 - a. Bedingungen für die Inanspruchnahme
 - b. Klarheit und Eindeutigkeit der Angaben
 - c. Zeitpunkt der Angabe
 - d. Geschäftliche Relevanz
- 4.) Verstoß gegen das Transparenzgebot bei Gewinnspielen, Preisausschreiben, § 4 Nr. 5
 - a. Teilnahmebedingungen
 - b. Klarheit und Eindeutigkeit der Angaben
 - c. Zeitpunkt der Angabe
 - d. Geschäftliche Relevanz

F. Rechtsbruch, § 4 Nr. 11

G. Verstoß gegen die geschäftliche Sorgfalt, § 3 Abs. 2

H. Exkurs: Kartellrechtliche Beurteilung von Verkaufsförderungsmaßnahmen

- 1.) Vertikale Preisbindung, § 1 GWB, Art. 101 Abs. 1 AEUV iVm VertikalGVO
- 2.) Mitbewerberbehinderung, § 20 Abs. 2 u. Abs. 4 GWB

Zeitplanung:

- Jeweils von 13:00 Uhr bis 17:30 Uhr (4 Vortragsstunden zzgl. Pause) -

Tagungsorte:

Stuttgart:

Jugendherberge Stuttgart International
Haußmannstrasse 27
D - 70188 Stuttgart
Tel.: +49 711 664747-0
Fax: +49 711 664747-10
info@jugendherberge-stuttgart.de
www.jugendherberge-stuttgart.de

Düsseldorf:

Jugendherberge Düsseldorf/City Hostel
Düsseldorfer Straße 1
D-40545 Düsseldorf
Tel. 00 49-2 11-55 73 10
Fax 00 49-2 11-57 25 13
www.duesseldorf.jugendherberge.de

Referent:

Ulrich Preußner*
Rechtsanwalt /

Rechtsanwälte Almers & Storsberg
Hochstadenring 50
53119 Bonn
Tel. 0228-969760
<http://www.al-st.de/cms/index.php?page=home&f=1&i=home>

**Der Referent war von 1989 – 2/2011 Leiter der Rechtsabteilung der Haribo GmbH & Co KG*