

Mitbewerber-Checks / Mitbewerberanalyse

In der heutigen Zeit der Datensammel-Skandale ist ein „Check“ bzw. eine „Analyse“ natürlich schnell als Spitzelei enttarnt. Handelt es sich hierbei wirklich um eine datenschutzrelevante Problematik? Wohl nein. Sofern Sie sich die Daten der Mitbewerber auf legalem Weg beschaffen und nicht durch Ausforschen der Angestellten, können Sie diese „Daten“ sammeln und auswerten. So ist z.B. unproblematisch das Sammeln und Speichern derjenigen Daten, die vom Mitbewerber ohnehin im Internet oder anderweitig öffentlich zugänglich gemacht sind.

Problematisch wäre das Aushorchen der Angestellten, vielleicht sogar unter Vorgabe falscher Tatsachen, indem man sich z.B. als Mitarbeiter der Bank oder des Finanzamtes ausgibt, um an interessante Informationen zu kommen.

Ein Mitbewerber-Check hat eine besondere rechtliche Problematik: Das „Ausspähen“ von Unternehmensdaten oder –ideen kann dazu führen, dass Ihnen das Nachahmen von Konzepten nachgesagt wird.

Bei einem Mitbewerber-Check könnte sich herausstellen, dass ein Mitbewerber einen für Sie interessanten Arbeitnehmer beschäftigt. Die Gerichte haben sich in jüngster Zeit vermehrt mit der Frage auseinandergesetzt, ob ein Mitbewerber die Arbeitnehmer eines anderen Mitbewerbers abwerben darf. Dies ist grundsätzlich zulässig. Insbesondere darf der Arbeitnehmer in seiner Privatsphäre darauf angesprochen werden. Er darf auch am Arbeitsplatz angerufen werden.

In beiden Fällen wären die Abwerbe-Versuche aber wettbewerbswidrig, wenn der Abwerbende seinen Mitbewerber gezielt schädigen will; dagegen darf sich der Mitbewerber notfalls auch gerichtlich wehren. Wer also bspw. einen Arbeitnehmer dazu anstiftet, seine Arbeit niederzulegen und zu kündigen, nur damit der Mitbewerber einen guten Arbeitnehmer verliert, handelt wettbewerbswidrig. Das gilt umso mehr, wenn sich der Abwerbende auf dem Arbeitsmarkt nicht auch anderweitig umschaute, sondern es ausschließlich auf diesen beim Mitbewerber beschäftigten Arbeitnehmer abgesehen hat. Auch das mehrmalige wiederholte Anrufen an der Arbeitsstelle kann per se wettbewerbswidrig sein und ist ein Eingriff in den so genannten eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb.

Einer offen gelegten Zusammenarbeit mit einem Mitbewerber zum Zwecke des gemeinsamen Austausches von Informationen steht rechtlich natürlich nichts im Wege.

Neben der Einholung von Informationen über Mitbewerber ist Bestandteil einer sorgfältigen Mitbewerber-Analyse auch die Abwehr von unzulässigen Mitbewerber-Maßnahmen. So sollten die Mitbewerber auch dahingehend überprüft werden, ob sie unzulässige Werbemaßnahmen durchführen. Dies gilt nicht nur für Werbebroschüren, Flyer oder Zeitungsanzeigen, sondern auch für die Werbung im Internet. Es hat sich zwischenzeitlich wohl herumgesprochen, dass eine gute Platzierung bei den Suchmaschinen-Anbietern wie z.B. bei Google auch einen wirtschaftlichen Erfolg verspricht. Wer in den Suchergebnissen hinten steht, ist zumeist chancenlos, überhaupt gefunden zu werden. Wer bspw. auf Seite 1 der Suchergebnisse steht, hat erhebliche Wettbewerbsvorteile. Die Platzierung kann ein Unternehmen auch durch gezielte Manipulationen erreichen. Hierfür gibt es eine Reihe von technischen Möglichkeiten. Wer z.B. die einem Mitbewerber gehörenden Markennamen, Unternehmenskennzeichen o.ä. im Quellcode seines Internetauftritts verwendet, damit er bei Eingabe dieser Begriffe durch die Suchmaschinen gefunden wird, handelt rechtswidrig. Anders sieht es derzeit noch aus, wenn die Marken o.ä. als Keywords bei Google-Adwords eingesetzt werden, dies ist dort zulässig. Überprüfen können Sie es, indem Sie bei www.google.de die Mitbewerber vor Ihnen in der Ergebnisliste anschauen und deren

Schutt, Waetke

RECHTSANWÄLTE

Quellcode überprüfen. Letztlich können hierzu auch professionelle Recherche-Dienste beauftragt werden. Wer aktiv seine Mitbewerber analysiert in dem er ihre Dienstleistungen prüft, sollte auch parallel deren Werbeverhalten prüfen, da unberechtigte (= „unlautere“) Werbung nicht nur unzulässig ist, sondern auch Wettbewerbsvorteile verschafft, die man nicht akzeptieren muss.

Wenn Sie zu dem sehr umfangreichen Thema Wettbewerbsrecht und Werberecht Unterstützung benötigen, sprechen Sie uns an: waetke@schutt-waetke.de.

Thomas Waetke, Rechtsanwalt & Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Karlsruhe

Lassen Sie sich beraten zu Themen wie:

Versammlungsstättenverordnung, GEMA, Markenrecht, Urheberrecht, Internetrecht, Künstlersozialversicherung, Medienrecht, Vertragsrecht, Haftung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Hausordnung, Steuern bei Incentives usw. Wir bieten unseren Mandanten auch Seminare in ihrem Unternehmen an und schulen Mitarbeiter anhand der persönlichen Bedürfnisse. Sprechen Sie uns an: waetke@schutt-waetke.de oder Telefon 0721-120500.