



ABWERBEN VON KUNDEN

Beim Abwerben von Kunden geht es darum, Kunden oder sonstige Vertragspartner zur Beendigung eines Vertragsverhältnisses oder einer Geschäftsbeziehung zu veranlassen. Das Merkblatt gibt Auskunft darüber, unter welchen Umständen dieses Abwerben wettbewerbswidrig ist.

Obwohl der Kundenstamm einen erheblichen wirtschaftlichen Wert darstellt, ist er kein geschütztes Rechtsgut. Einen Anspruch auf Erhalt des Kundenstamms gibt es daher nicht, das Abwerben von Kunden gehört zum Wesen des Wettbewerbs, auch, wenn es zielgerichtet und planmäßig erfolgt. Es ist daher **grundsätzlich zulässig, sofern nicht verwerfliche Umstände hinzukommen** (dann **Verstoß gegen § 4 Nr. 10 UWG**).

VERWERFLICHE UMSTÄNDE KÖNNEN SEIN:

- Verleitung zum Vertragsbruch (vgl. näher S. 2);
- Missachtung von Ausschließlichkeitsbindungen, nachvertraglichen Wettbewerbsverboten oder von sonstigen Treuepflichten;
- herabsetzende oder anschwäzende Äußerungen über Leistungs- und Warenangebot, Qualifikation oder Befähigung des Konkurrenten;
- täuschende oder irreführende Angaben über das Konkurrenzunternehmen oder dessen Mitarbeiter;
- Abwerbung von Kunden des Konkurrenten während einer Zusammenarbeit mit diesem oder während der vertretungsweisen Betreuung seiner Kunden;
- Überrumpelung oder Bestechung des Kunden;
- Ausnutzen eines fehlgeleiteten Auftrags sowie Abfangen von Kundenaufträgen oder – anfragen;
- Vorlage eines vorformulierten Kündigungsschreibens;
- Verwendung unlauter beschaffter Geschäftsunterlagen oder -geheimnisse, insbesondere Kundenlisten (vgl. S. 2);
- u. U. Missachtung von Berufsstandesordnungen (vgl. näher S. 3);
- Verwendung eines dem Konkurrenzunternehmen erfolgreich ausgespannten Mitarbeiters, gerade um Kunden desselben Unternehmens ebenfalls auszuspannen.

VERLEITUNG ZUM VERTRAGSBRUCH

Grundsätzlich ist die **bewusste Beeinflussung** des Kunden, gegen die Verpflichtungen aus dem mit einem Konkurrenten bestehenden Vertrag zu verstoßen, verwerflich und damit **unzulässig**, wobei schon der Versuch ausreicht. Dabei kann auch entscheidend sein, dass der Unternehmer die Kunden ungenügend über das Leistungsangebot der Mitbewerber oder die aus der Vertragsauflösung erwachsenden Nachteile und Risiken informiert.

Zulässig ist dagegen ein bloßes Angebot, den Vertragspartner zu wechseln, auch wenn der Kunde noch vertraglich gebunden ist und der Anbietende dies weiß.

ABWERBEN VON KUNDEN DURCH EHEMALIGE MITARBEITER

Auch beim Abwerben durch ehemalige Mitarbeiter eines Unternehmens bewirkt erst das Hinzutreten verwerflicher Umstände die Unzulässigkeit einer etwaigen Abwerbung, wobei planmäßiges Vorgehen allein wiederum nicht ausreicht. Neben den bereits oben genannten Umständen kommt **Unzulässigkeit** der Abwerbung insbesondere in Betracht, wenn:

- dem ehemaligen Mitarbeiter ein vertragliches Wettbewerbsverbot auferlegt ist;
- die Kundenabwerbung noch während des laufenden Arbeitsverhältnisses des Mitarbeiters durch Hinweise auf sein bevorstehendes Ausscheiden und einer damit einhergehenden Aufforderung zum Wechsel des Vertragspartners vorbereitet wird;
- unredlich interne Geschäftsunterlagen beschafft wurden, insbesondere Mitnahme von Kundenlisten (vgl. näher S. 3);
- unredlich bekannt gewordene Kundenadressen verwendet werden (vgl. näher S. 3);
- überwiegend die Kunden des früheren Arbeitgebers umworben werden, um diesen wirtschaftlich zu schädigen;
- der ehemalige Mitarbeiter dem umworbenen Kunden Kündigungshilfe leistet;
- der ehemalige Mitarbeiter Geschäftsgeheimnisse unnötig preisgibt (vgl. näher S. 3)
- der ehemalige Mitarbeiter ein eigenes Unternehmen gründet und es trotz Ähnlichkeit beider Unternehmen nicht genügend gegenüber dem des früheren Arbeitgebers abgrenzt, so dass Kunden die veränderte Wettbewerbslage nicht erkennen können.

VERWERTUNG VON GESCHÄFTSGEHEIMNISSEN / VERWENDUNG VON KUNDENLISTEN

Die unbefugte Verwertung von Geschäftsgeheimnissen ist **unlauter und strafbar (§ 17 UWG)**.

Hat ein früherer Mitarbeiter Geschäftsgeheimnisse in seinem Gedächtnis bewahrt, so darf er diese grundsätzlich verwenden, sofern er nicht einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot unterliegt. Hat er die Informationen allerdings in Form persönlicher/privater Aufzeichnungen oder auf einem privaten Datenträger, z. B. Notebook gespeichert, so verschafft er sich damit

unbefugt ein Geschäftsgeheimnis seines früheren Arbeitgebers. Eine Verwertung derart erlangter Geschäftsgeheimnisse ist unlauter.

Kundenadressen und **Kundenlisten** werden von der Rechtsprechung als Geschäftsgeheimnisse angesehen. Verwendet ein früherer Mitarbeiter Kundenadressen oder -listen, die er in der oben beschriebenen Weise gespeichert hat, als Grundlage für das eigene Anwerben von Kunden, so handelt es sich um eine unbefugte und damit strafbare Verwertung von Geschäftsgeheimnissen.

ABWERBEN DURCH ANGEHÖRIGE FREIER BERUFE (Z. B. ÄRZTE, ANWÄLTE)

Das Abwerben von Kunden durch Angehörige freier Berufe (Ärzte, Anwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer) ist grundsätzlich zulässig, selbst wenn dabei gegen berufsspezifische Standesregelungen verstoßen wird. Entscheidend ist, ob der Verstoß auch dem Interesse des Kunden bzw. des Verbrauchers zuwiderläuft. Dies könnte etwa bei der Abwerbung von Patienten angenommen werden, da die ärztliche Versorgung nicht von kommerziellen Interessen geleitet sein sollte.

Ein Verstoß gegen eine gesetzliche Standesregelung kann jedoch ohne Hinzutreten weiterer verwerflicher Umstände als Rechtsbruch im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG zur Unlauterkeit der Werbung führen, wenn diese Vorschrift der Regelung des Marktverhaltens der Angehörigen des jeweiligen freien Berufs dient. Dies ist etwa bei den Werbebeschränkungen für Rechtsanwälte nach § 43 b BRAO oder für Ärzte nach § 27 Ärzteberufsordnung anzunehmen: Soweit Rechtsanwälte oder Ärzte werben dürfen, muss dies in sachlich angemessener Form geschehen und nach Form und Inhalt der Werbung unaufdringlich sein.

RECHTSFOLGEN

Sofern eine unlautere Abwerbung von Kunden vorliegt, kommen gegen das abwerbende Konkurrenzunternehmen oder den ehemaligen Mitarbeiter insbesondere **Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche**, bei Verschulden auch **Schadensersatzansprüche** in Betracht. Die **Beweislast** für das Vorliegen verwerflicher Umstände obliegt allerdings dem Unternehmen, dessen Kunden unlauter abgeworben wurden.

Hinweis: Die Veröffentlichung von Merkblättern ist ein Service der IHK München für ihre Mitgliedsunternehmen. Dabei handelt es sich um eine zusammenfassende Darstellung der rechtlichen Grundlagen, die nur erste Hinweise enthält und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden. Insbesondere kann die Darstellung eine anwaltliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.