

Professor Dr. Peter Krebs

9. Übungsklausur im Wettbewerbsrecht – WS 2018/19

Sachverhalt:

A ist ein großer, preisaggressiver Anbieter von Unterhaltungselektronik, Computern und Zubehör. Ein neues, großflächiges Geschäft wird am Rande einer Großstadt errichtet. Bisher dominiert in dieser Stadt die K-Kette, wobei allerdings auch mehrere mittelständische Konkurrenten existieren. K, deren Hauptgeschäft zentral an der Fußgängerzone liegt, soll möglichst in ganz kurzer Zeit auf den zweiten Platz verwiesen werden.

Am Eröffnungstag wirbt A auf ganzseitigen Anzeigen mit dem Spruch „Lieber gleich zu A als woanders und zu teuer“. Dieser Spruch wird insbesondere rings um das Hauptgeschäft von K plakatiert. Zwei jugendliche Werbeteams von A postieren sich auf dem Hauptmarkt und unmittelbar vor dem Geschäft von K und bauen mit Erlaubnis der Ordnungsbehörden jeweils einen Stand auf. Das Team auf dem Hauptmarkt spricht alle Passanten, die in der Nähe des Standes stehen bleiben, an. Das Team vor dem Geschäft von K spricht alle Personen in Sichtweite an, insbesondere solche, die sich in die Richtung auf einen der Eingänge von K bewegen. Wer bei beiden Ständen jeweils sein Interesse bekundet, erhält eine Tasse Kaffee und ein Stück Kuchen sowie Informationen über die Sonderangebote von A. Auch werden an den Ständen Eintrittskarten für Partys und Kinos sowie Musik-CDs verlost, die die Gewinner sofort am Stand erhalten. Der Wert der Gewinne liegt jeweils zwischen 10,00 € und 20,00 €. Allen Passanten wird ein kostenloser Shuttle-Service zur Filiale von A angeboten. In den zur Beförderung eingesetzten Bussen werden kostenlos nach Wahl alkoholfreie Getränke und Bier ausgeteilt.

Konkurrent K ist empört. Er sieht praktisch alle Verhaltensweisen von A als unlauter an und möchte A stoppen. Bestehen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche für alle oder einen Teil der Handlungen von A?