

Warum es gefährlich werden kann, einem Mitbewerber seine Mitarbeiter auszuspannen.

VON THOMAS HÖHNE



Einmal richtig ausspannen

Stellen wir uns zwei miteinander im Wettbewerb stehende Reisebüros vor, und nennen wir sie „Sonnenreisen“ und „Mega-Urlaub“. Und stellen wir uns vor, dass drei Mitarbeiterinnen von „Sonnenreisen“ (was immerhin die halbe Belegschaft ist) zu „Mega-Urlaub“ wechseln. Und stellen wir uns die Gesichter der Eigentümer von „Sonnenreisen“ vor, wenn sie folgendes Inserat lesen: „Die Sonnenreisen-Powerfrauen jetzt bei Mega-Urlaub! Sie treffen ihre Reise-Expertinnen ab sofort bei Mega-Urlaub.“ Es folgt die Vorstellung der „Reise-Expertinnen“ in Wort und Bild; bei einer wird sogar ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sie als gewerbliche Geschäftsführerin maßgeblich am Erfolg von „Sonnenreisen“ beteiligt gewesen sei.

Die Begeisterung darüber ist bei „Sonnenreisen“ enden wollend. Aber schließlich gibt es ja noch Gerichte. Und vor diesen wurde nun die übliche Geschichte ausbreitet: das planmäßige Ausspannen von Mitarbeitern, das Ausspannen von Kunden, indem der Mitbewerber die ausgespannten Mitarbeiter ganz gezielt in die Schlacht schickt, und nicht zuletzt die Bewerbung des eigenen Unternehmens mit den soeben ausgespannten Mitarbeiterinnen des Mitbewerbers. In letzter Instanz blieb von dieser Kampfansage nicht viel, aber immerhin etwas Wesentliches übrig: Der Oberste Gerichtshof (OGH) verbot den Mega-Urlaubern, darauf hinzuweisen, dass sie Fachkräfte eingestellt hätten, die bei den klagenden „Sonnenreisen“ beschäftigt gewesen waren, und in diesem

Zusammenhang die Bezeichnung „Sonnenreisen“ zu verwenden. Die anderen Ansprüche wurden abgewiesen.

Verleitung zum Vertragsbruch. Es ist im Wirtschaftsleben wahrlich keine Seltenheit, dass ein Mitbewerber Mitarbeiter eines anderen Unternehmens unter allerlei Verlockungen ausspannt. So ist das Leben, sagt die Rechtsprechung – schließlich kann man die Leute nicht daran hindern, ihren Dienstgeber zu wechseln. Kritisch wird die Sache allerdings dann, wenn die betreffenden Mitarbeiter zum Vertragsbruch verleitet werden, ihnen beispielsweise angeboten wird, dass der neue Dienstgeber die Rückzahlung von Ausbildungskosten oder Pönalezahlungen übernehmen würde, wenn sie vorzeitig aus ihrem Dienstverhältnis ausstiegen. Sittenwidrig wird die Sache auch dann, wenn ein Unternehmen die Mitarbeiter seines Konkurrenten systematisch abwirbt, um diesen dadurch zu schädigen.

Das Vorgehen muss allerdings eine „wettbewerbliche Kampfmaßnahme“ sein, die erkennen lässt, dass der Abwerbende den Mitbewerber durch planmäßiges Ausspannen eingearbeiteter Arbeitskräfte schädigen will. Auf ho ruck den Konkurrenten um eine ganze Abteilung zu erleichtern kann für diesen einigermaßen letal sein und hat nichts mehr mit dem freien Spiel der Kräfte im Markt zu tun. Allerdings ist gerade das systematische und sittenwidrige Abwerben nur selten nachweisbar.

Datenraub. Was die abgeworbenen Dienstnehmer für den Abwerber oft so interessant werden lässt, ist nicht nur deren Know-how (das kann ihnen ja keiner mehr nehmen), sondern ihr Zugang zu den Kundendaten ihres bisherigen Dienstgebers. Diese dürfen sie natürlich nicht mitnehmen bzw. an ihren neuen Dienstgeber weitergeben. Zwar ist auch hier die Beweislast das Um und Auf, allerdings übersehen die Bösewichte oft, dass es keine fehlerlosen Kundendaten gibt. Unaktuell gewordene Ansprechpartner, falsche Postleitzahlen, Tippfehler im Namen oder der Adresse sind niemals auszuschließen. Allerdings wäre es schon ein großer Zufall, wenn sich dieselben Fehler in einer angeblich ganz legal und selbst zusammengestellten Datei ebenfalls finden würden. Das Übereinstimmen schon weniger derartiger Fehler ist ein eindeutiges Indiz dafür, woher die Datei stammt.

Und dann droht nicht nur die Unterlassungsklage (die ohnedies oft zu spät kommt), sondern auch das Strafgesetzbuch. Dessen § 122 kriminalisiert die „Verletzung eines Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses“. Zwar kümmert sich nicht der Staatsanwalt um derartige Missetaten, aber auch ein Privatanklagedelikt führt letztlich zu strafrechtlicher Verurteilung – und dann ist definitiv Schluss mit lustig. ●

RECHT KURZ

- Der OGH verbietet, bei von Konkurrenten abgeworbenen Mitarbeitern mit deren Qualifikation zu werben.
- Die Wettbewerbswidrigkeit von Abwerbungen ist schwer nachweisbar.

Und dann droht nicht nur die Unterlassungsklage (die ohnedies oft zu spät kommt), sondern auch das Strafgesetzbuch. Dessen § 122 kriminalisiert die „Verletzung eines Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisses“. Zwar kümmert sich nicht der Staatsanwalt um derartige Missetaten, aber auch ein Privatanklagedelikt führt letztlich zu strafrechtlicher Verurteilung – und dann ist definitiv Schluss mit lustig. ●

Dr. Thomas Höhne ist Partner der Rechtsanwaltskanzlei Höhne, In der Maur & Partner in Wien.
www.h-i-p.at