

2. 2. 2011

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

## **Tzv. další zákazníci jako osoby aktivně legitimované ve sporech z nekalé soutěže**

Novelizačním zákonem č. [152/2010](#) Sb.[1] ze dne 21. dubna 2010, zákonodárce mimo jiné zásahy rozšířil věcnou působnost generální klauzule, resp. § 44 odst. 1 obchodního zákoníku o oblast hospodářského styku a dále osobní působnost o subjekty označované jako tzv. další zákazníci. Učinil tak z potřeby reagovat na rozmáhající se katalogové podvody[2], neboť jak uvádí důvodová zpráva k zákonu č. [152/2010](#) Sb., je třeba rozšířit dopad ustanovení týkajících se prostředků ochrany proti nekalým soutěžním jednáním i na subjekt pojatý obecněji. K tomu důvodová zpráva dodává, že díky takovému opatření do budoucna nevznikne pochybnost o tom, že pod kategorií zákazníka jsou podřazeny i subjekty, jež nejsou podnikateli, případně podnikateli jsou, nicméně mezi nimi a adresářovou (katalogovou) společností neexistuje soutěžní vztah (jde pouze o stranu „nakupující“).

Této již překonané „skuliny“ v zákoně, resp. ve výkladu pojmu soutěžitel a spotřebitel, hojně využívaly podvodné katalogové firmy, které argumentovaly tím, že jejich klienti nejsou vůči nim soutěžiteli vzhledem k diametrálně odlišnému předmětu podnikání a skutečnosti, že jsou spíše pouhými „kupujícími“, a nejsou rovněž spotřebiteli, jelikož jsou povětšinou podnikatelé a proto se nemohou bránit prostřednictvím norem proti nekalé soutěži. Zarážející bylo, že s takovou argumentací byly adresářové firmy často úspěšné, a to i přestože bylo již mnohokrát judikováno, že mezi soutěžiteli existuje soutěžní vztah nehledě na to, zda-li vyvíjejí podnikatelskou činnost v obdobném oboru[3].

Proto s účinností od 1. července 2010, v duchu zásady právní jistoty, spadají pod pojem „další zákazníci“ osoby, které nelze jednoznačně považovat ani za soutěžitele, ani za spotřebitele. Podle důvodové zprávy k zákonu č. [152/2010](#) Sb. má zákazník blíže ke spotřebitelským osobám, neboť jde o pojem obsahově širší než spotřebitel a zahrnuje v sobě jak samotného spotřebitele tak právě i onoho kupujícího v postavení podnikatele. I přesto, že pojem zákazník pokrývá též osoby se statutem spotřebitelů, obchodní zákoník nadále užívá ve svých ustanoveních obou těchto pojmů, navzdory tomu, že návrh novelizačního zákona pracoval spíše s pojmem zákazník a osobu spotřebitele výslovně jmenoval toliko u skutkové podstaty ohrožení zdraví a životního prostředí a v § 54 odst. 2 obchodního zákoníku, tzn. v případě úpravy obrácení důkazního břemene ve prospěch spotřebitele (v navrhovaném znění zákona tedy spotřebitel nebyl konkrétně uveden ani v generální klauzuli nekalé soutěže).

Zákazník[4] může požadovat všechny nároky z nekalé soutěže, neboť obchodní zákoník neobsahuje žádné omezující ustanovení, jako tak činí u právnických osob oprávněných hájit zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů. Může se proto domáhat jak práva na zdržení se nekalého soutěžního jednání a práva na odstranění závadného stavu, tak nároků na přiměřené zadostiučinění, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení (a to z toho důvodu, že újma na právech vzniká přímo jemu samotnému). Stejně jako u spotřebitelů by i zde bylo možné doslovně interpretovat ustanovení generální klauzule a § 53 a 54 odst. 1 obchodního zákoníku tak, že zákazník není v aktivní legitimaci

nijak omezen. Takový výklad je ovšem nutné odmítnout, protože k oprávnění podat žalobu tímto subjektem je nutné naplnit nezbytný požadavek dotčenosti jeho zájmů[5], což u některých zvláštních skutkových podstat nekalé soutěže nebude možné. Zákazník ostatně není ani adresně jmenován (vedle soutěžitelů a spotřebitelů) v § 52 obchodního zákoníku a je tedy nutné mít za to, že zákonodárce chtěl tuto skutkovou podstatu vztahovat toliko na spotřebitele a nikoliv na další osoby podřazené pod pojem zákazník.

(Další) zákazníci mohou ve sporech z nekalé soutěže vystupovat pouze samostatně, neboť právnické osoby jsou dle výslovného znění § 54 odst. 1 obchodního zákoníku oprávněny hájit pouze zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů.



**Mgr. Klára Kouřilová**

---

[1] Resp. zákonem č. [152/2010](#) Sb., kterým se mění zákon č. [513/1991](#) Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

[2] Katalogovým podvodem se rozumí nekalá praktika, spočívající v oslovení zpravidla drobných podnikatelů (výjimkou ale nejsou ani „oběti“ mezi veřejnými subjekty a institucemi), kterým je nabídnuta služba v podobě registrace v katalogích firem. S využitím propracovaných lstivých praktik a důmyslnému zamlčování klíčových informací je oslovený subjekt uveden v omyl. Za peněžitou částku, která je zdaleka neúměrná ceně obvyklé za obdobnou službu, je pak poškozený nezamýšleně zaregistrován v katalogích poříderní úrovně. Vzhledem k přemrštěné ceně za „poskytnutou službu“ nelze pochybovat o tom, že poškozený subjekt by nikdy tento obchodně závazkový vztah neuzavřel, pokud by měl dostatečně podrobné informace, které mu ovšem nepoctivá adresářová firma neposkytla, zamlčela či uvedla zcela nezřetelným způsobem. Plnění za takovou registraci je pak na oklamaných subjektech vymáháno pomocí psychologického a „právního“ nátlaku či zastrašování.

[3] Viz například rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR ze dne 18. 1. 2006, sp. zn. 32 Cdo 1642/2005: „(...) hospodářskými soutěžiteli jsou všichni, mezi nimiž na základě objektivní povahy jejich výrobků či služeb nebo na základě vlastní aktivity dojde na trhu k hospodářskému zájmovému střetu.“

[4] Respektive další zákazník, tedy další osoba vedle spotřebitele, mající podobné postavení, která však může být i podnikatelem. Z toho logicky vyplývá, že podnikatelem být nemusí. To pak bude zejména případ právnických osob, které dříve spadaly do kategorie spotřebitelů, ale v důsledku harmonizace s komunitárním právem a rozhodovací praxí Soudního dvora Evropské unie byly českým zákonodárcem z pojmu spotřebitel napříště vyloučeny a to zákonem č. 155/2010, kterým se mění některé zákony ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů.

[5] Srov. znění § 53 odst. 1 ObchZ: „Osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena (...)“.

## Další články:

- [AML - od zákona č. 253/2008 Sb. k AMLR: co konkrétně musí česká povinná osoba změnit do roku 2027](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 37.: Povinná forma jednání ve smlouvách](#)
- [EUDAMED: Jednotná databáze mění pravidla hry na trhu zdravotnických prostředků](#)
- [AML a diskriminace v realitní praxi: chyby, které mohou vyjít draho](#)
- [Nový zákon o veřejných dražbách, aukce a obálkové metody](#)
- [Revize zájezdové směrnice: co přináší, co hrozilo a co to znamená pro praxi](#)
- [Kupní smlouva o převodu nemovitosti bez uvedení výše kupní ceny](#)
- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)
- [Souhlas s veřejným užíváním pozemku jako překážka nároku na bezdůvodné obohacení - nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2541/25](#)
- [Kupní smlouva bez přesného určení kupní ceny](#)
- [Nová pravidla ICC pro rozhodčí řízení: Přehled klíčových změn účinných od 1. června 2026](#)