

Internet und unlauterer Wettbewerb

Kristina Silberbauer

*Dorda Brugger & Jordis
Rechtsanwälte GmbH
Dr Karl Lueger-Ring 12, 1010 Wien
ksilberbauer@hotmail.com*

Schlagworte: Unlauter Wettbewerb, Domain, Link, Metatag, Word-Stuffing, Inline Linking, Framing

Abstract: Wie im nicht-elektronischen Geschäftsverkehr kommt es auch im e-commerce zu unfairen Wettbewerbshandlungen, die gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstoßen. Neben den herkömmlichen Methoden (etwa herabsetzende Äußerungen, irreführende Werbung) trifft man auf unlautere Verkaufs- und Marketingmethoden, die aufgrund der technischen Besonderheiten nur im Internet möglich sind. Dazu gehört etwa das wettbewerbswidrige Registrieren von Domains und Setzen von Links und Metatags. Ob diese Methoden zulässig sind oder nicht, und was die betroffenen Kreise dagegen unternehmen können, ist oft noch unklar: Es gibt nur wenige ausdrückliche Regeln¹ über das kommerzielle Verhalten im Internet. Dieser Beitrag soll einen kurzen Überblick über die Problematik des unlauteren Wettbewerbs im Internet verschaffen².

1. Domain-Names

Domains sind, vereinfacht ausgedrückt, die Adressen des Internet. Sie werden weltweit nur einmal vergeben. Bei der Vergabe wird meist nur geprüft, ob schon eine gleichlautende Domain existiert³. Nicht oder nur oberflächlich geprüft wird aber, ob der Antragsteller ein Recht auf die Domain hat oder fremde Rechte (zB Markenrechte) verletzt. Daraus entstehen fast zwangsläufig Streitigkeiten und Missbrauch. Die Registrierung und Benützung von Domains kann aus unterschiedlichen Gründen unlauter iSd UWG sein:

Zu unlauterem Wettbewerb im Internet gibt es noch wenigen Entscheidungen des OGH. Von den wenigen befassen sich die meisten mit

¹ ZB E-Commerce-Richtlinie, ABl L 178 vom 17. 7. 2000, 1, Fernabsatz-Richtlinie, ABl L 144 vom 4. 6. 1997, 19.

² Für Details der bisherigen einschlägigen Judikatur in Österreich und Deutschland siehe *Silberbauer*, Unlauterer Wettbewerb im Internet, ecolex Mai 2001.

³ Siehe etwa die AGB der nic.at unter <http://www.nic.at/german/agbs.html>.

„Domain Grabbing“ („Cyber Squatting“). Es tritt in zwei Formen auf: Entweder wird eine Domain nur deshalb registriert, um sie später gegen „Lösegeld“ oder Auftragsvergabe wieder zu verkaufen. Oder eine Domain wird nur zum Schein belegt, um dadurch einen Konkurrenten an der Verwendung „seines“ Kennzeichens als Domain zu hindern.

Eine der bekanntesten Entscheidungen zum Domain Grabbing ist **format.at**⁴: nur vier Stunden, nachdem der Name des neuen Magazins Format bekannt gegeben wurde, ließ sich der trend/profil-Verlag die Domain www.format.at reservieren. Auf der Webseite war Werbung für profil zu sehen. Trend/profil bot der News-Gruppe an, die Adresse freizugeben. Als Gegenleistung verlangte trend/profil, dass tv-media einen für trend vorteilhaften Artikel veröffentlicht. Dies wurde als **sittenwidrige Behinderung** beurteilt und folglich die Verwendung der Domain www.format.at im Internet untersagt.

Wer Domain Grabbing betreibt, kann im Urteil auch dazu verurteilt werden, in die Löschung der Domain einzuwilligen. Einem Anspruch auf Übertragung wurde bislang nicht stattgegeben. Schadenersatz wird in der Praxis meist daran scheitern, dass kein Schaden ziffernmäßig nachgewiesen werden kann.

Es kommt auch vor, dass jemand ein **fremdes Kennzeichen** als Domain benützt, ohne dass er seinen Konkurrenten bei seiner Verwendung als Domain behindern will. Hier fehlt zwar die Behinderungsabsicht; dennoch kann eine unlautere Handlung vorliegen. Es ist nämlich unzulässig, Kennzeichen eines anderen Unternehmens (zB die Firma) im geschäftlichen Verkehr zu benützen, wenn das zu Verwechslungen führen kann. Dabei müssen die Inhaber von Webseite und Kennzeichen nicht einmal Konkurrenten sein. Notwendig ist nur, dass der Domain-Inhaber die Webseite zu geschäftlichen Zwecken benützt.

Auf der Webseite **www.gewinn.at** bietet ein Unternehmen Gewinnspiele an. Darin sah das Magazin *Gewinn* einen Missbrauch seines Unternehmenskennzeichens und klagte das Unternehmen auf Unterlassung. In diesem Fall fehlte es an der Verwechslungsgefahr, weil „*Gewinn*“ nicht berühmt sei und die Unternehmen in unterschiedlichen Branchen tätig seien. Der OGH⁵ ist aber grundsätzlich der Ansicht, dass die Verwendung einer Domain Kennzeichenmissbrauch sein kann.

⁴ OGH 13.9.1999, 4 Ob 180/99w, ÖBl 2000, 72.

⁵ OGH 17.8.2000, 4 Ob 158/00i, wbl 2000/388.

Die Rechtsfolgen des Kennzeichenmissbrauchs sind dieselben wie die des Domain Grabbing: der Domain-Inhaber kann insb auf Unterlassung, Löschung und uU auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

Über den Gebrauch von **Gattungsbezeichnungen** als Domain liegen noch keine wettbewerbsrechtlichen Entscheidungen des OGH vor. In Deutschland wurde der Gebrauch der Domain **www.mitwohnzentrale.de**⁶ untersagt. Das OLG Hamburg sah darin eine **sittenwidrige Absatzbehinderung**. Kunden würden durch die Eingabe der Gattungsbezeichnung auf die Webseite gelangen und die Suche nach Wettbewerbern aufgeben. Gegenteilig entschied das LG Hamburg⁷: Der Gattungsbegriff „**lastminute.de**“ führe zu keinem sittenwidrigen Abfangen von Kunden: Wer nach Last-Minute-Reisen sucht, wisse, dass es verschiedene Anbieter solcher Reisen gibt. Der Kunde werde die Suche daher fortsetzen. Es bleibt abzuwarten, welches Suchverhalten die österreichischen Gerichte dem Internet-User unterstellen.

Bisher hatte der OGH nur mit Fällen zu tun, in denen der Gebrauch einer Domain rechtswidrig war. Noch nicht entscheiden musste er, welche **Abwehrrechte** umgekehrt der Inhaber einer Domain haben kann. Er sprach aber aus, dass auch eine Domain ein (nicht oder noch nicht registriertes) Unternehmenskennzeichen sein kann. Es ist daher vorstellbar, dass der Inhaber der Domain bei missbräuchlicher Verwendung Unterlassung verlangen kann. Das **LG Coburg** gewährte erst kürzlich dem Inhaber einer Domain einen Anspruch auf Unterlassung der Domain-Verwendung und begründete dies mit dem Namensrecht an der Domain⁸.

Der Vollständigkeit halber ist darauf hinzuweisen, dass die Registrierung einer Domain auch abseits des Wettbewerbsrechts rechtswidrig sein kann. Sie kann gegen das Namensrecht oder gegen fremdes Markenrecht verstoßen. So verletzte etwa die Reservierung der Domain **www.fpo.at**⁹ das Namensrecht der Freiheitlichen Partei, weil auf der Webseite Links zu rechtsradikalen Organisationen hergestellt wurden. Es ist also nicht unbedingt ein Handeln im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken erforderlich, um gegen rechtswidrige Domains anzukämpfen.

⁶ OLG Hamburg 13.7.1999, 3 U 58/98, CR 1999, 779.

⁷ LG Hamburg 30.6.2000, 416 O 91/00, K&R 2000, 409.

⁸ LG Coburg 13.2.2001, 22 O 9/01.

⁹ OGH 13.9.2000, 4 Ob 166/00s, MR 2000, 328.

2. Linking

Das Setzen von Links ist übliche Praxis des Internet. Man kann annehmen, dass jemand, der etwas im Internet veröffentlicht, damit einverstanden ist, dass auf seine Webseite Links gesetzt werden. Linking ist daher grundsätzlich zulässig. Der bloße Verweis auf eine fremde Webseite ruft im Normalfall auch nicht den Eindruck hervor, dass eine Nahebeziehung zwischen den beiden Unternehmen besteht¹⁰. Eine Irrführung scheidet daher aus. Somit ist einfaches Linking nach dem UWG grundsätzlich unproblematisch.

Unzulässig können aber Techniken sein, durch die fremde Leistungen in die eigene Webseite integriert werden. So werden beim **Inline Linking**¹¹ – für den Besucher der Webseite nicht wahrnehmbar – auf der angewählten homepage automatisch Grafiken oder Texte geöffnet, die von einer fremden Webseite stammen. Durch **Frames**¹² können sogar komplette Webseiten in die eigene Webseite eingebaut werden. In beiden Fällen bleibt die Verbindung zur ursprünglichen Webseite aufrecht, die Domain-Bezeichnung in der Navigationsleiste ändert sich nicht.

Durch Inline Linking und Frames kann einerseits das Urheberrecht an der integrierten Webseite verletzt werden. Andererseits kann es als **Irreführung** (etwa über die Herkunft der angebotenen Produkte) oder **Ausbeutung fremder Leistung** wettbewerbswidrig sein. Auch hier fehlt noch oberstgerichtliche Judikatur in Österreich.

Ob Inline Linking und Framing in Deutschland zulässig sind, ist noch unklar. In der Entscheidung **Baumarkt.de**¹³ beurteilte das OLG Düsseldorf Inline Linking milde. Dies dürfte aber an der Besonderheit des Falls liegen: Der Kläger, auf dessen Webseite der Inline-Link gesetzt wurde, war eine Werbeagentur, die für die Heimwerker- und Baubranche Webseiten gestaltete. Eine Werbeagentur genieße aber nach Ansicht des Gerichts keinen wettbewerblichen Leistungsschutz, weil für den Internet-User die Person des Werbegestalters nicht relevant sei. Aus demselben Grund lehnte das Gericht auch Herkunftstäuschung und Rufausbeutung ab.

Das Landgericht Hamburg, das im vergangenen Jahr mit einem weiteren Fall des Inline Linking befasst war, untersagte den Link auf die

¹⁰ Irreführung für möglich haltend: *Schauer*, e-commerce in der EU, 136.

¹¹ Vgl etwa „Ticketmaster Corp. v. Microsoft Corp.“, CR 1999, 190, 195.

¹² Vgl etwa „Shetland Times“ und „Total News“, CR 1999, 190, 195.

¹³ OLG Düsseldorf 29.6.1999, 20 U 85/98, K&R 2000, 87.

Webseite **roche-lexikon.de**¹⁴ – leider – allein aufgrund des Urheberrechtes, und ließ die Frage der Wettbewerbswidrigkeit offen.

In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass der OGH¹⁵ kürzlich den Linksetzer für wettbewerbswidrige Inhalte auf der verwiesenen Webseite verantwortlich machte: Wenn der Inhalt der fremden Webseite so räumlich und sachlich in die eigene Webseite eingegliedert wird, dass er zu deren Bestandteil wird, muss sich der Anbieter den Inhalt der fremden Seite als eigenen Inhalt zurechnen lassen.

3. Metatags

Suchmaschinen suchen keywords auf den Webseiten selbst, aber auch in den **Metatags**. Metatags sind Informationen über eine Webseite, die der Betreiber selbst eingibt und für den Besucher der Webseite nicht sichtbar sind. Welche Webseite in welcher Platzierung in der Trefferliste aufscheint, hängt von der Häufigkeit des Suchbegriffs ab. Daher geben manche Unternehmer in den Metatags zB Hinweise auf Konkurrenten ein. Dadurch erscheint man auch dann in der Trefferliste, wenn etwa nach der Firma eines Konkurrenten gesucht wurde. Eine ähnliche Methode ist das **Word-Stuffing**: hier wird das fremde Kennzeichen nicht in den Metatags eingegeben, sondern in der Webseite, allerdings in derselben Farbe wie der Hintergrund. Es ist dadurch für den user genauso unsichtbar wie die Metatags, für die Suchmaschine hingegen nicht.

Beide Methoden können nicht nur in fremdes Markenrecht oder Firmenschutz eingreifen. Sie können etwa auch **Ausbeutung des fremden Rufs, irreführende Werbung, Kennzeichenmissbrauch, oder Absatzbehinderung** darstellen.

Nach Ansicht des OGH¹⁶ ist die Verwendung eines fremden Kennzeichens (hier: einer Marke) als Metatag durch einen Konkurrenten zulässig, wenn er sie auch im Text seiner Webseite anführt. Maßgeblich ist, dass er ein berechtigtes Interesse an dieser Verwendung im Text hat.

Das Landgericht Mannheim hatte 1997¹⁷ erstmals einen Rechtsstreit über Metatags zwischen zwei Unternehmensberatungen zu beurteilen. Ein Link schien als Suchergebnis zum Beklagten auf, wenn die Firma und Marke der Klägerin „**ARWIS**“ als Suchbegriff eingegeben wurde. Auf

¹⁴ LG Hamburg 12.7.2000, 308 O 205/00.

¹⁵ OGH 19.12.2000, 4 Ob 274/00y, RdW 2001/235 – jobmonitor.com.

¹⁶ OGH 19.12.2000 4 Ob 308/00y, RdW 2001/237 – Numtec-Interstahl.

¹⁷ LG Mannheim 1.8.1997, 7 O 291/97 – ARWIS.

der Webseite des Beklagten war der Begriff „ARWIS“ nicht aufzufinden. Der Beklagte bestritt, einen gleich lautenden Metatag gesetzt zu haben und verhindern zu können, dass auf seine homepage verwiesen wird. Dennoch machte das Gericht den Beklagten für den Verweis auf seine URL verantwortlich. Es reiche, wenn der Betreiber der Webseite den Verweis verhindern kann. Der Beklagte konnte aber nach der mE bedenklischen Ansicht des Gerichts den Verweis verhindern; und zwar deshalb, weil während des Verfahrens der Suchbegriff „ARWIS“ nicht länger zu einem Verweis auf den Beklagten führte. Es liege **irreführende Werbung** vor, da für den Internet-User der Eindruck einer wirtschaftlichen und/oder geschäftlichen Verbindung zwischen dem Betreiber der Webseite und dem Dritten entsteht.

Vor dem LG Hamburg¹⁸ klagte ein **Antiquitäten- und Kunsthändler** einen Konkurrenten auf Unterlassung, der in die Metatags seiner Webseite Firmenbestandteile eingegeben hatte. Das Gericht gab dem Kläger Recht: es werden die Kunden des Mitbewerbers auf die eigene Webseite umgeleitet, was gemäß § 1 dUWG unzulässig sei.

4. Schlussworte

So viel Raum das Internet für Kreativität bereithält, so zahlreich sind auch die Möglichkeiten des Missbrauchs. Es bleibt zu hoffen, dass sich die wirklich Kreativen von den strengen Wettbewerbsregeln im deutschsprachigen Raum nicht allzu sehr hemmen lassen und die Juristen effizient gegen die „wirklich Unfairen“ vorgehen.

¹⁸ LG Hamburg 13.9.1999, 315 O 258/99, CR 2000, 121.