

Unlauterer Wettbewerb im Internet

Vladimir Smejkal

*Ökonomische Universität Prag und Technische Universität Brunn
CZ-182 00 Praha 8, Včelářská 9, Tschechische Republik *
smejkal@zalci.cz*

Schlagworte: Unlauterer Wettbewerb, Internet, Cybersquatting

Abstract: Unlauterer Wettbewerb verschafft Unternehmern, die gegen die guten Sitten verstoßen, unberechtigte Vorteile und wird deshalb in allen EU-Staaten durch die entsprechenden Handelsgesetzbücher oder im Rahmen spezieller Gesetze bestraft. Das Internet bietet heute die Möglichkeit, verschiedenste Formen unlauteren Wettbewerbs schnell und mit geringen Kosten zu begehen. Dazu zählen neben den traditionellen Möglichkeiten auch die typischen Internet-Formen wie Meta-tags oder Cybersquatting.

1. Einleitung

Das Internet ist ein ideales Mittel für die schnelle und wirksame Verbreitung von Informationen jeder Art. Die Veröffentlichung textlicher, bildlicher oder audiovisueller Daten ist damit nur mehr eine Sache von wenigen Augenblicken. Im Gegensatz zu klassischen Massenmedien wie Presse, Rundfunk und Fernsehen ist der Verbreitungsprozess im Internet außerdem mit sehr geringen Kosten verbunden, was zu einer gewissen Beliebtheit bei Graphomanen, Fanatikern und anderen Irren geführt hat. Aus diesen Gründen ist das Internet aber ein ebenso ideales Mittel für unlauteren Wettbewerb.

Unlauterer Wettbewerb wird in den EU-Staaten per Gesetz bestraft, und zwar durch die jeweiligen Handelsgesetzbücher oder durch spezielle andere Gesetze. Die Sanktionen können dabei sowohl zivilrechtlicher als auch strafrechtlicher Natur sein, wobei in manchen Staaten auch eine verwaltungsrechtliche Regelung mit Verwaltungsstrafen verwendet wird.

Im Folgenden werden wir uns mit der Gesetzeslage in der Tschechischen Republik und in Österreich näher befassen: In der Tschechischen Republik wird unlauterer Wettbewerb im Handelsgesetzbuch von 1991 – ObchZ (Gesetz Nr. 513/1991 BGBl.) – geregelt, in Österreich durch das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 – UWG (BGBl. Nr. 448/1984).

* Privatadresse für Korrespondenz.

2. Generalklausel

Beide Gesetzbücher beinhalten so genannte Generalklauseln: Im tschechische Handelsgesetzbuch befindet sich diese in § 44. Sie lautet: „Unlauterer Wettbewerb ist eine Handlung im Wirtschaftswettbewerb, die im Widerspruch zu den guten Sitten des Wettbewerbs steht und geeignet ist, andere Wettbewerber oder Verbraucher zu beeinträchtigen. Unlauterer Wettbewerb ist verboten.“

Im § 1 des österreichischen UWG gibt es eine ähnliche Generalklausel, nämlich: „Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“ Um auf dieser Grundlage einen Schadenersatzanspruch geltend machen zu können, müssen also folgende Bedingungen erfüllt sein:

- Handeln im geschäftlichen Verkehr
- zu Zwecken des Wettbewerbs
- Verstoß gegen die guten Sitten

Generalklauseln sind ein wichtiges Mittel für Fälle, in denen es ansonsten schwierig wäre, eine Handlung unter einen konkreten Tatbestand des unlauteren Wettbewerbs zu subsumieren, was im Internet häufig vorkommen kann.

3. Einzelne Tatbestände

In § 44 Abs. 2 nennt das tschechische Handelsgesetzbuch ein beispielhaftes Verzeichnis, das konkretisieren soll, was im Speziellen unter unlauterem Wettbewerb zu verstehen ist, nämlich:

- a) täuschende Werbung
- b) täuschende Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen
- c) das Hervorrufen von Verwechslungsgefahr
- d) parasitäre Ausnutzung des Rufes des Unternehmens, der Waren oder der Dienstleistungen eines anderen Wettbewerbers
- e) Bestechung
- f) Herabsetzung
- g) vergleichende Werbung
- h) Verletzung von Geschäftsgeheimnissen
- i) Gefährdung der Gesundheit der Verbraucher und der Umwelt.

Ein Verzeichnis dieser Art ist dem österreichischen UWG fremd. Hier findet man jedoch folgende Tatbestände näher spezifiziert:

- a) Irreführung (§§ 2 – 6)

- b) Mogelpackung (§ 6a)
- c) Herabsetzung eines Unternehmens (§ 7)
- d) spezielle Bestimmungen über geographische Angaben (§ 8)
- e) Missbrauch von Kennzeichen eines Unternehmens (§ 9)
- f) Zugaben (§ 9a)
- g) Verkauf gegen Vorlage von Einkaufsausweisen, Berechtigungsscheinen und dergleichen (§ 9c)
- h) Bestechung von Bediensteten oder Beauftragten (§ 10)
- i) Verletzung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen (§ 11)
- j) Missbrauch anvertrauter Vorlagen (§ 12)

Welche dieser Tatbestände betreffen insbesondere auch das Internet? Da das Internet, wie gesagt, ein ideales Mittel zur Informationsverbreitung ist, sind gegen natürliche Personen gerichtete und als Beleidigung, üble Nachrede oder Verleumdung zu wertende Handlungen relativ häufig. Im Bereich des Wirtschaftsverkehrs im Internet kommt es aber auch vielfach zu Handlungen, die nach beiden Gesetzbüchern unter die genannten Tatbestände des unlauteren Wettbewerbs fallen würden. Ich werde auf einzelne Aspekte näher eingehen.

3.1. Täuschende Werbung (§ 45)

Täuschende Werbung ist die Verbreitung von Angaben über das eigene oder ein fremdes Unternehmen beziehungsweise dessen Waren oder Leistungen, die geeignet sind, eine falsche Vorstellung hervorzurufen und dadurch dem eigenen oder dem fremden Unternehmen im Wirtschaftswettbewerb einen Vorteil zum Nachteil anderer Wettbewerber oder Verbraucher zu verschaffen. Als Verbreitung von Angaben gelten Mitteilungen durch das gesprochene oder geschriebene Wort, durch Druck, Abbildung, Photographie, Rundfunk, Fernsehen oder andere Kommunikationsmittel, also eben auch durch Mitteilungen im Internet. Als typische Äußerungen täuschender Werbung im Internet wären etwa Sätze der folgenden Art anzusehen: „Der am meisten besuchte Server“, „die effektivste Werbung im Internet“, „die einzigen berechtigten Distributoren, Vertriebshändler“ usw.

3.2. Täuschende Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen (§ 46)

Täuschende Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen stellt jede Kennzeichnung dar, die geeignet ist, im wirtschaftlichen Verkehr die falsche Annahme hervorzurufen, dass die damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen aus einem bestimmten Staat, einer bestimmten Re-

gion, einem bestimmten Ort oder von einem bestimmten Hersteller stammen oder dass sie besondere charakteristische Merkmale oder besondere Qualität aufweisen. Es ist dabei unerheblich, ob die Kennzeichnung unmittelbar am Produkt, auf der Verpackung, in Geschäftsunterlagen oder an anderen Stellen angebracht ist.¹ Typische täuschende Kennzeichnungen wären „Champagner Wein“ oder „Schweizer Uhr“, wenn es sich nicht um Sekt aus der Champagne in Frankreich oder um eine in der Schweiz hergestellte Uhr handelt.

3.3. Irreführung im UWG (§ 2 UWG)

Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbes über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit, den Ursprung, die Herstellungsart oder die Preisbemessung einzelner Waren oder Leistungen oder des gesamten Angebotes, über Preislisten, über die Art des Bezuges oder die Bezugsquelle von Waren, über den Besitz von Auszeichnungen, über den Anlass oder den Zweck des Verkaufes oder über die Menge der Vorräte zur Irreführung geeignete Angaben macht, kann auf Unterlassung der Angaben und, wenn er deren Eignung zur Irreführung kannte oder kennen musste, auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

Nach § 4 UWG gilt: „Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in öffentlichen Bekanntmachungen oder anderen Mitteilungen, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind, über geschäftliche Verhältnisse wissentlich zur Irreführung geeignete Angaben (§ 2) macht, ist vom Gericht mit Geldstrafe bis zu 180 Tagessätzen zu bestrafen.“ Dieser Paragraf trägt einer erhöhten gesellschaftlichen Gefahr Rechnung und muss m. E. deshalb auch im Internet gelten.²

3.4. Hervorrufen von Verwechslungsgefahr (§ 47 ObchZ)

Ein weiterer Tatbestand des unlauteren Wettbewerbs ist das Hervorrufen von Verwechslungsgefahr. Nach tschechischem Recht ist darunter zu verstehen:

a) „die Benutzung einer Firma oder einer Bezeichnung einer Person oder eine besondere Bezeichnung eines Betriebes, die auf rechtmäßige Weise bereits durch einen anderen Wettbewerber genutzt wird,

b) die Benutzung besonderer Bezeichnungen eines Unternehmens oder besonderer Bezeichnungen oder der Ausstattung von Erzeugnissen, Leistungen oder von Geschäftsunterlagen eines Unternehmens, welche in Kun-

¹ Štenglová, I., Pliva, S., Tomsa, M. a kol.: Obchodní zákoník. Komentář. 7. vydání. C.H.Beck, Praha 2002, ISBN 80-7179-782-0, S. 130 – 133.

² Smejkal, V.: Nekalá soutěž na Internetu. Právní rádce, 2002, č. 2, S. 11 – 14.

denkreisen für ein bestimmtes Unternehmen oder einen Betrieb als charakteristisch gelten (wie z.B. die Kennzeichnung der Verpackung, Drucksachen, Kataloge, Werbemittel),

c) die Nachahmung fremder Erzeugnisse, von deren Verpackung oder Ausführung, es sei denn, dass es sich um die Nachahmung von Elementen handelt, welche bereits durch die Natur des Erzeugnisses funktionell, technisch oder ästhetisch festgelegt sind und der Nachahmer alle Maßnahmen getroffen hat, die von ihm verlangt werden können, um die Verwechslungsgefahr auszuschließen oder wenigstens wesentlich einzuschränken, sofern diese Handlungen geeignet sind, die Gefahr der Verwechslung, oder eine täuschende Vorstellung bezüglich einer Verbindung mit einem Unternehmen oder einer Firma, einer besonderen Bezeichnung, Produkten oder Leistungen eines anderen Wettbewerbers hervorzurufen.“

Ein Beispiel für eine solche Handlung wäre die Ausstattung eines rot gefärbten Geschäfts mit einem typischen gelben Bogen, wenn statt „McDonald's“ z.B. die Bezeichnung „McBobal's“ verwendet würde. Aus der tschechischen Rechtsprechung sind Fälle bekannt, in denen das Gericht als verwechselbare Kennzeichen „Orion“ und „Orient“, „Diamant“ und „Diastalt“, oder „Beteco“ und „Pebeco“ anerkannte. In solchen Fällen hat der Richter aber natürlich immer auf die konkrete Situation abzustellen.

Diese Handlungen unlauteren Wettbewerbs kommen häufig im Softwarebereich vor, etwa als Nachahmung von Design und Verhalten von Programmen. Ein typisches Beispiel ist z.B. der Volkov Commander – die „authentische“ Kopie des offiziellen Norton Commanders. Zu beachten ist, dass es dabei nicht immer um eine Verletzung des Urheberrechtes nach Urhebergesetz gehen muss, weil das Programm selbst ja nicht identisch ist. Ähnliche Nachahmungen sind im Übrigen auch beim Design von Webseiten häufig anzutreffen.

Ein weiteres Beispiel schließlich ist die irreführende Verwendung von verwechselbaren Adressen (Domain Names) im Internet: Beispiele sind etwa die Verwendung der Adresse „wwwtelecom.cz“ im Gegensatz zu „www.telecom.cz“, die Ausnutzung ausgetauschter Buchstaben bei Internetadressen (z.B. „altavista.com“ versus „atlavista.com“), die Auslassung von Doppelbuchstaben (z.B. „yahoo.com“ versus „yaho.com“) oder die Ausnutzung einer phonetischen Schreibweise („autoservis.cz“ versus „autoservice.cz“).

3.5. Missbrauch der Kennzeichen eines Unternehmens (§ 9 UWG)

Nach dem § 9 Abs. 1 gilt: „Wer im geschäftlichen Verkehr einen Namen, eine Firma, die besondere Bezeichnung eines Unternehmens oder

eines Druckwerkes, für das § 80 des Urheberrechtsgesetzes nicht gilt, oder eine registrierte Marke in einer Weise benützt, die geeignet ist, Verwechslungen mit dem Namen, der Firma oder der besonderen Bezeichnung hervorzurufen, deren sich ein anderer befugterweise bedient, kann von diesem auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.“

Nach Abs. 2 ist der Benützende dem Verletzten zum Ersatz des Schadens verpflichtet, wenn er wusste oder wissen musste, dass die missbräuchliche Art der Benützung dazu geeignet war, Verwechslungen hervorzurufen. Nach Abs. 3 stehen der besonderen Bezeichnung eines Unternehmens auch Geschäftsabzeichen und sonstige zur Unterscheidung des Unternehmens von anderen Unternehmen bestimmte Einrichtungen, insbesondere auch Ausstattungen von Waren, Verpackung oder Umhüllung und Geschäftspapiere, gleich, die innerhalb der beteiligten Verkehrskreise als Kennzeichen des Unternehmens gelten.

3.6. Parasitäre Rufausnutzung (§48 ObchZ)

Das tschechische Handelsgesetzbuch kennt auch den Begriff der parasitären Rufausnutzung (§ 48). Parasitär ist die Ausnutzung des Rufes des Unternehmens, der Produkte oder Dienstleistungen eines anderen Wettbewerbers dann, wenn damit das Ziel verfolgt wird, der eigenen oder einer fremden Unternehmertätigkeit einen Vorteil zu verschaffen, den der Wettbewerber ansonsten nicht erlangt hätte. Typische Beispiele wären die unbegründete Nutzung geschützter Kennzeichen eines anderen (Geschäftsname oder Marke), etwa auf den Webseiten des Konkurrenten. Aber auch die Angabe von Verweisen (Hyperlinks) zu weltweit bekannten Firmen würde dazu zählen, wenn diese mit dem Betreiber dieser Webseiten oder mit der auf diesen Seiten beschriebenen Aktivität nichts oder nur ganz wenig zu tun haben. Ebenfalls parasitär ist die Angabe geschützter Kennzeichen (so genannter Meta-tags) eines anderen Wettbewerbers, die zum Durchsuchen (Indexierung) des Internets dienen. Diese Handlung nennt man Internet Keyword Grabbing. Im Falle des UWG müssten solche Handlungen unter § 1, also die Generalklausel, subsumiert werden.

3.7. Herabsetzung (§ 50 ObchZ)

Nach § 50 Abs. 1 gilt: „Herabsetzung ist eine Handlung, mit der ein Wettbewerber falsche Angaben über die Verhältnisse, die Erzeugnisse oder die Leistungen eines anderen Wettbewerbers macht oder verbreitet, wenn diese geeignet ist, letzteren zu beeinträchtigen.“ Abs. 2 bestimmt: „Herabsetzung ist auch die Anführung und Verbreitung wahrer Angaben über die Verhältnisse, die Erzeugnisse oder die Leistungen eines anderen Wettbe-

werbers, sofern sie zur Beeinträchtigung dieses Wettbewerbers geeignet sind. Es ist jedoch kein unlauterer Wettbewerb, wenn der Wettbewerber zu solch einer Handlung durch die Umstände genötigt wurde (gerechtfertigte Verteidigung).“

Herabsetzung eines Unternehmens gem. § 7 UWG lautet: „Wer zu Zwecken des Wettbewerbs über das Unternehmen eines anderen, über die Person des Inhabers oder Leiters des Unternehmens, über die Waren oder Leistungen eines anderen Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Inhabers zu schädigen, ist, sofern die Tatsachen nicht erweislich wahr sind, dem Verletzten zum Schadenersatz verpflichtet. Der Verletzte kann auch den Anspruch geltend machen, dass die Behauptung oder Verbreitung der Tatsachen unterbleibe. Er kann ferner den Widerruf und dessen Veröffentlichung verlangen.“

Typische Beispiele dafür wären die Behauptung, dass ein Unternehmer in Konkurs sei, unbefugte Annoncen um dessen (angebliche) weitere Gläubiger zu finden oder die Beschuldigung des Geschäftsführer mit einer Straftat.³

Legale Möglichkeiten hierzu gibt es bei vergleichender Werbung im Sinne des § 50a ObchZ bzw. § 2 Abs. 2 UWG. Diese dürfen aber nicht gegen die guten Sitten verstoßen.

3.8. Cybersquatting

Cybersquatting (auch Domain-Grabbing) wird in Lehre und Rechtsprechung unter die Fallgruppe des sittenwidrigen Behinderungswettbewerbs subsumiert und in den zwei Sachverhaltsvarianten Domain-Vermarktung und Domain-Blockade behandelt.

- a) Domain-Vermarktung: Jemand bewirkt, ohne selbst Mitbewerber des Kennzeicheninhabers zu sein, die Registrierung einer Domain ausschließlich deshalb, um vom Inhaber des Kennzeichens einen finanziellen Vorteil für die Übertragung der aus seinem Kennzeichen gebildeten Domain zu erlangen.
- b) Domain-Blockade: Eine Domain wird nur zum Schein oder überhaupt nicht benützt, sondern nur belegt, um derart ein Vertriebshindernis für einen Dritten zu errichten.

Cybersquatting ist eine Handlung, die unter die wettbewerbsrechtliche Generalklausel des § 1 UWG subsumiert werden muss. Ein Verstoß gegen § 1 UWG unter dem Aspekt des Domain-Grabbing setzt voraus, dass der Verletzte bei Reservierung und Nutzung der Domain in Behinderungsab-

³ Hajn, P.: Skryté zlehčování soutěžitele. Právní rozhledy, XI., 2003, č. 3, S. 101 – 106.

sicht gehandelt hat. Das subjektive Tatbestandselement der Vermarktungsabsicht oder Behinderungsabsicht muss dabei bereits im Zeitpunkt der Registrierung (oder des Rechtsübergangs im Fall einer Übertragung der Domain) vorliegen; diese Absicht muss das überwiegende, wenn auch nicht das einzige Motiv zum Rechtserwerb sein. Aus Anlass der Registrierung fremder Kennzeichen als Domain mit Vermarktungsabsicht oder Behinderungsabsicht wird ein Wettbewerbsverhältnis ad hoc begründet.⁴

Unlautere Nutzung von Domain-Namen stellt heute eines der größten Probleme des Internets dar. In der Tschechischen Republik gibt es dazu bis heute – im Gegensatz etwa zur BRD – keinerlei Judikatur. Die Gerichte haben bei vorläufigen Vollstreckungen bis jetzt für uns zwar immer positiv entschieden und damit die Nutzung von Domain-Namen, die die Rechte eines Dritten verletzen, verboten, aber bisher gibt es eben nur diese vorläufigen Vollstreckungen. Auf eine meritorische Rechtsprechung warten wir noch.

⁴ *Smejkal, V.: Internet a §§§, Grada Publishing, 2. Auflage, Praha 2001, S. 120 ff.*