

Wettbewerbsrecht

Wettbewerbliche Eigenart

Die Fragen rund um die wettbewerbliche Eigenart von Erzeugnissen beschäftigen in vielfältiger Weise. Das rührt daher, dass die Beurteilung der wettbewerblchen Eigenart eine Einzelfallentscheidung bleibt, schon weil sie für ganz verschiedene Produktarten in Betracht kommt und genauso oft auch unterschiedlich zu beurteilen ist.

Problem

Der wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz gegen Nachahmungen eines wettbewerblch eigenartigen Produkts verlangt stets ein unlauteres Verhalten des Mitbewerbers. Der BGH gibt jetzt dazu die Rechtsprechung zum Schutz der Leistung als solcher nach den Fallgruppen des "Einschiebens in eine fremde Serie" und des „Saisonschutzes für Modeneuheiten“ auf (BGH [I ZR 58/14] – Segmentstruktur).

Wettbewerbliche Eigenart

Voraussetzung für eine wettbewerblche Eigenart eines Erzeugnisses ist, dass seine konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale geeignet sind, die interessierten Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen.

Technisch notwendige Gestaltungsmerkmale - also Merkmale, die bei gleichartigen Erzeugnissen aus technischen Gründen zwingend verwendet werden müssen - können aus Rechtsgründen keine wettbewerblche Eigenart begründen. Die Übernahme solcher nicht oder nicht mehr unter Sonderrechtsschutz stehender Gestaltungsmerkmale ist mit Rücksicht auf den Grundsatz des freien Stands der Technik wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Handelt es sich dagegen nicht um technisch notwendige Merkmale, sondern nur um solche, die zwar technisch bedingt, aber frei austauschbar sind, ohne dass damit Qualitätseinbußen verbunden sind, können sie eine wettbewerblche Eigenart (mit)begründen, sofern der Verkehr wegen dieser Merkmale auf die Herkunft der Erzeugnisse aus einem bestimmten Unternehmen Wert legt oder mit ihnen gewisse Qualitätserwartungen verbindet(BGH [I ZR 197/15] – Bodendübel).

Der für die Schutzfähigkeit entscheidende Gesamteindruck einer Gestaltung, die ihn tragenden einzelnen Elemente sowie die die Besonderheit des nachgeahmten Produkts ausmachenden Elemente müssen dazu nachvollziehbar dargelegt werden. Die für die Prüfung der wettbewerblchen Eigenart erforderlichen tatsächlichen Feststellungen und ihre Würdigung liegen auf trichterlichem Gebiet (BGH [I ZR 270/03] Rn. 31 - Stufenleitern).

Der Grad der wettbewerblchen Eigenart eines Erzeugnisses kann durch seine tatsächliche Bekanntheit im Verkehr verstärkt werden (BGH [I ZR 107/13] – Exzenterzähne).

Die wettbewerbliche Eigenart eines Erzeugnisses kann entfallen, wenn der Verkehr dessen prägende Gestaltungsmerkmale aufgrund der Marktverhältnisse nicht (mehr) einem bestimmten Hersteller oder einem mit diesem durch einen Lizenz- oder Gesellschaftsvertrag verbundenen Unternehmen zuordnet (BGH – [I ZR 58/14] - Segmentstruktur). Das kann der Fall sein, wenn der Hersteller sein Erzeugnis zum Beispiel an verschiedene Unternehmen liefert, die es in großem Umfang unter eigenen Kennzeichnungen vertreiben (BGH [I ZR 109/14] - Hot Sox) und deshalb der Verkehr die weiteren Kennzeichnungen als Herstellerangaben und nicht (mehr) als Handelsmarken ansieht (BGH [I ZR 104/04] – Gartenliege).

Nachahmung

Die Annahme einer Nachahmung setzt voraus, dass gerade die übernommenen Gestaltungsmittel diejenigen sind, die die wettbewerbliche Eigenart des nachgeahmten Produkts begründen (BGH [I ZR 145/08] - Femur-Teil). Eine Nachahmung setzt zunächst voraus, dass dem Hersteller im Zeitpunkt der Schaffung des beanstandeten Produkts das Vorbild bekannt gewesen sein muss. Liegt diese Kenntnis nicht vor und handelt es sich deshalb bei der angegriffenen Ausführung um eine selbständige Zweitentwicklung, ist eine Nachahmung schon begrifflich ausgeschlossen (BGH [I ZR 230/11] Rn. 68 - Biominalwasser). Außerdem muss das Produkt oder ein Teil davon mit dem Originalprodukt übereinstimmen oder ihm zumindest so ähnlich sein, dass es sich nach dem jeweiligen Gesamteindruck in ihm wiedererkennen lässt (BGH [I ZR 105/14] Rn. 78 - Goldbären). Weitere Voraussetzung des Angebots einer Nachahmung ist, dass die fremde Leistung ganz oder teilweise als eigene Leistung angeboten wird (BGH [I ZR 149/14] - Pippi-Langstrumpf-Kostüm II, mwN).

Das Merkmal der Nachahmung korreliert zudem mit der wettbewerblichen Eigenart. Eine Nachahmung setzt voraus, dass gerade die übernommenen Gestaltungsmittel diejenigen sind, die die wettbewerbliche Eigenart des nachgeahmten Produkts begründen (BGH [I ZR 145/08] - Femur-Teil). Aufgrund der Merkmale, die die wettbewerbliche Eigenart ausmachen, muss schließlich der Grad der Nachahmung festgestellt werden. So sind bei einer (nahezu) unmittelbaren Übernahme geringere Anforderungen an die Unlauterkeitskriterien zu stellen als bei einer lediglich nachschaffenden Übernahme (BGH [I ZR 107/13] Rn. 36 - Exzenterzähne).

Das Vorliegen einer Nachahmung kann bei nach ihrem Gesamteindruck unähnlichen Produkten nicht allein auf Begleitumstände bei der Vermarktung oder des Angebots gestützt werden. Gegenstand des wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutzes ist der Schutz von Waren und Dienstleistungen in ihrer konkreten Gestaltung. Es geht um den Schutz der in dem Produkt selbst verkörperten wettbewerblichen Leistung des Herstellers gegen eine Nachahmung der Produktgestaltung durch einen Mitbewerber, sofern bestimmte Unlauterkeitsmerkmale hinzukommen. Die außerhalb der Gestaltung liegenden Begleitumstände der Vermarktung des Produkts können erst auf der der Nachahmungsprüfung nachgelagerten Ebene der Unlauterkeitsmerkmale erheblich werden, etwa bei der Frage, ob einer Herkunftstäuschung durch deutlich angebrachte unterschiedliche Herkunftshinweise entgegengewirkt (BGH [I ZR 133/13] Rn. 36 - Keksstangen, mwN) oder sie gefördert wird (BGH [I ZR 270/03] Rn. 19 - Stufenleitern;) oder bei der Frage, ob eine anlehrende Bezugnahme als Voraussetzung einer Rufausbeutung begründet oder ausgeschlossen wird (BGH [I ZR 145/08] Rn. 42 - Femur-Teil, mwN). Da im Interesse der Wettbewerbsfreiheit vom Grundsatz der Nachahmungsfreiheit

auszugehen ist (BGH [I ZR 149/14] Rn. 18 – Pippi Langstrumpf-Kostüm II), begründet das Vorliegen einer Nachahmung für sich genommen nicht die Unlauterkeit. Erforderlich ist, dass darüber hinaus ein Unlauterkeitstatbestand erfüllt ist.

Herkunftstäuschung

Es kommt die wettbewerbliche Eigenart nicht darauf an, ob der Verkehr den Hersteller der Ware namentlich kennt. Erforderlich ist aber, dass der Verkehr annimmt, die Ware stamme von einem bestimmten Hersteller, wie auch immer dieser heißen möge, oder sei von einem mit diesem verbundenen Unternehmen in Verkehr gebracht worden (BGH [I ZR 107/13] - Exzenterzähne).

Vermeidbarkeit der Herkunftstäuschung

Eine Herkunftstäuschung ist vermeidbar, wenn sie durch geeignete und zumutbare Maßnahmen verhindert werden kann. Ob und welche Maßnahmen dem Wettbewerber zur Verhinderung einer Herkunftstäuschung zugemutet werden können, ist anhand einer umfassenden Interessenabwägung zu beurteilen. Bei dieser Abwägung sind unter anderem das Interesse des Herstellers des Originalerzeugnisses an der Vermeidung einer Herkunftstäuschung, das Interesse des Wettbewerbers an der Nutzung nicht unter Sonderrechtsschutz stehender Gestaltungselemente sowie das Interesse der Abnehmer an einem Preis- und Leistungswettbewerb zwischen den unterschiedlichen Anbietern zu berücksichtigen (BGH [I ZR 176/14] - Herrnhuter Stern). Einem Wettbewerber ist es regelmäßig nicht zuzumuten, auf eine angemessene technische Lösung zu verzichten, um die Gefahr einer Herkunftstäuschung oder einer Rufausnutzung zu vermeiden (BGH [I ZR 136/11] - Regalsystem). Bei einer (nahezu) identischen Nachahmung gilt allerdings im Hinblick auf die Zulässigkeit der Übernahme von Merkmalen, die dem freien Stand der Technik angehören und der angemessenen Lösung einer technischen Aufgabe dienen, ein strengerer Maßstab als bei einem geringeren Grad der Übernahme (BGH [I ZR 21/11] - Sandmalkasten). Bei einer (nahezu) identischen Übernahme kann sich der Nachahmer grundsätzlich nicht darauf berufen, er habe lediglich eine nicht unter Sonderrechtsschutz stehende angemessene technische Lösung übernommen. Führt die Übernahme solcher Merkmale zu einer (nahezu) identischen Nachahmung, ist es einem Wettbewerber regelmäßig zuzumuten, auf eine andere angemessene technische Lösung auszuweichen, wenn er der Gefahr einer Herkunftstäuschung nicht auf andere Weise - etwa durch eine (unterscheidende) Kennzeichnung seiner Produkte - entgegenwirken kann (BGH [I ZR 107/13] - Exzenterzähne).

Behinderung

Für die Annahme von Unlauterkeitsmerkmalen kann auch eine Behinderung in die wettbewerbsrechtliche Bewertung einbezogen werden kann (BGH [I ZR 9/12] - Rn. 63 - SUMO). Eine wettbewerbsrechtlich relevante Behinderung setzt voraus, dass die wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten des Mitbewerbers über die mit jedem Wettbewerb verbundene Beeinträchtigung hinausgehend eingeschränkt werden und zusätzlich bestimmte Unlauterkeitsmerkmale vorliegen (BGH [I ZR 224/12] Rn. 23 - Flugvermittlung im Internet).

Eine unlautere Behinderung von Mitbewerbern setzt eine Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten der Mitbewerber voraus, die über die

mit jedem Wettbewerb verbundene Beeinträchtigung hinausgeht und bestimmte Unlauterkeitsmerkmale aufweist. Unlauter ist die Beeinträchtigung im Allgemeinen dann, wenn gezielt der Zweck verfolgt wird, Mitbewerber an ihrer Entfaltung zu hindern und sie dadurch zu verdrängen, oder wenn die Behinderung dazu führt, dass die beeinträchtigten Mitbewerber ihre Leistung am Markt durch eigene Anstrengung nicht mehr in angemessener Weise zur Geltung bringen können. Ob diese Voraussetzungen erfüllt sind, lässt sich nur aufgrund einer Gesamtwürdigung der Umstände des Einzelfalls unter Berücksichtigung der Interessen der Mitbewerber, Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer sowie der Allgemeinheit beurteilen (st. Rspr. nur BGH [I ZR 188/13] Rn. 16 - Uhrenankauf im Internet).

Wertschätzung

Wer eine Ware anbietet, die eine Nachahmung der Erzeugnisse eines Mitbewerbers darstellt, handelt unlauter, wenn er die Wertschätzung der nachgeahmten Ware unangemessen ausnutzt.

Rufausbeutung

Eine unlautere Rufausnutzung kann auch ohne Täuschung der angesprochenen Verkehrskreise auf einer Anlehnung an die fremde Leistung beruhen. Dafür ist eine erkennbare Bezugnahme auf den Mitbewerber oder seine Produkte erforderlich. Die Frage, ob hierdurch eine Gütevorstellung unangemessen ausgenutzt wird, ist jeweils im Wege einer Gesamtwürdigung zu beantworten, bei der alle relevanten Umstände des Einzelfalls, insbesondere der Grad der Anlehnung sowie die Stärke des Rufs des nachgeahmten Produkts, zu berücksichtigen sind. Dabei kann grundsätzlich schon die Annäherung an die verkehrsbekanntesten Merkmale eines fremden Produkts als solche zu einer für die Annahme einer Rufausbeutung erforderlichen Übertragung der Gütevorstellung führen. Allerdings reicht es für eine Rufausbeutung nicht aus, wenn lediglich Assoziationen an ein fremdes Produkt und damit Aufmerksamkeit erweckt werden (BGH [I ZR 107/13] - Exzenterzähne).

Zeitbegrenzung

Beim wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz gibt es grundsätzlich keine festen zeitlichen Grenzen. Der lauterkeitsrechtliche Nachahmungsschutz ist nach Schutzzweck, Voraussetzungen und Rechtsfolgen anders als die Sonderschutzrechte ausgestaltet. Ansprüche aus wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz wegen der Verwertung eines fremden Leistungsergebnisses können unabhängig vom Bestehen von Ansprüchen aus einem Schutzrecht gegeben sein, wenn besondere Begleitumstände vorliegen, die außerhalb des sondergesetzlichen Tatbestands liegen (BGH [I ZR 107/13] Rn. 23 - Exzenterzähne, mwN). Eine Parallelwertung zu den Sonderschutzrechten mit dem Ziel, auch für den lauterkeitsrechtlichen Leistungsschutz generell feste zeitliche Grenzen einzuführen, kommt nicht in Betracht (BGH [I ZR 203/96] - Güllepumpen).

Eine zeitliche Begrenzung des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes ergibt sich allerdings daraus, dass der wettbewerbsrechtliche Nachahmungsschutz nur solange andauert, als die wettbewerbsrechtliche Eigenart des nachgeahmten Erzeugnisses fortbesteht und die besonderen unlauterkeitsbegründenden Umstände nicht weggefallen sind (BGH [I ZR 142/01] - Metallbett). Bestehen diese Voraussetzungen des wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutzes fort, kommt

eine zeitliche Begrenzung der sich daraus ergebenden Ansprüche nicht in Betracht (BGH [I ZR 30/02] - Klemmbausteine III).

Bei dem gegen unlauteres Verhalten geregelten Nachahmungsschutz ist nicht allein die Ausnutzung eines fremden Leistungsergebnisses und die damit einhergehende Beeinträchtigung der Möglichkeit des Herstellers des nachgeahmten Erzeugnisses anspruchsbegründend, die Entwicklungs- und Markterschließungskosten sowie einen angemessenen Gewinn zu erwirtschaften. Voraussetzung des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes sind vielmehr neben der Nachahmung eines wettbewerbsrechtlich eigenartigen Produkts ein unlauteres Verhalten des Mitbewerbers und damit besondere Begleitumstände, die außerhalb eines sondergesetzlichen Tatbestands liegen (BGH [I ZR 107/13] Rn. 23 - Exzenterzähne, mwN). Der wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz besteht deshalb fort, solange die Merkmale des gesetzlichen Tatbestands vorliegen, das heißt solange die wettbewerbsrechtliche Eigenart des nachgeahmten Erzeugnisses besteht und in unlauterer Weise ausgenutzt wird (BGH [I ZR 64/00] - Präzisionsmessgeräte). Ist dies der Fall, besteht kein Anlass zur Übertragung zeitlicher Grenzen aus dem Bereich der Schutzrechte auf den wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz.

Einschieben in eine fremde Serie

Allerdings hat der BGH in eng begrenzten Fällen, in denen das Lauterkeitsrecht ausnahmsweise den Schutz einer Leistung als solcher zum Gegenstand hat, eine - an den für diese Leistung vorgesehen sondergesetzlichen Fristen orientierte - zeitliche Begrenzung erwogen. So hat der BGH im Hinblick auf den nach der älteren Rechtsprechung zugebilligten Schutz gegen ein "Einschieben in eine fremde Serie" angenommen, dass Ansprüche nach dieser Fallgruppe - unabhängig davon, ob an ihr überhaupt festzuhalten ist - jedenfalls mit Orientierung an die im Patentrecht, im Gebrauchsmusterrecht und im Designrecht sondergesetzlich vorgesehenen Fristen für den Schutz von technisch gestalteten Spielzeugbausteinen zeitlich zu begrenzen sind (BGH [I ZR 30/02] - Klemmbausteine III). Außerdem hat der BGH einen unmittelbaren Leistungsschutz im Hinblick auf die (nahezu) identische Nachahmung saisonbedingter, wettbewerbsrechtlich und ästhetisch eigenartiger Modeerzeugnisse angenommen und diesen Schutz zeitlich im Regelfall auf die Saison begrenzt, in der das Erzeugnis auf den Markt gebracht worden ist (BGH [I ZR 102/95] - Trachtenjanker).

An dieser Rechtsprechung hält der BGH jetzt nicht mehr fest (BGH [I ZR 58/41] - Segmentstruktur). Für den wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz gegen die Nachahmung eines wettbewerbsrechtlich eigenartigen Produkts ist stets ein unlauteres Verhalten des Mitbewerbers erforderlich. Einen allgemeinen Schutz von Innovationen gegen Nachahmungen sieht das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb nicht vor. Hinzukommen muss vielmehr ein lauterkeitsrechtlich missbilligtes Verhalten. Anspruchsbegründend sind in diesen Fällen nicht allein die Übernahme eines fremden Leistungsergebnisses und die damit einhergehende Beeinträchtigung der Möglichkeit des Herstellers des nachgeahmten Erzeugnisses, die Entwicklungs- und Markterschließungskosten sowie einen angemessenen Gewinn zu erwirtschaften. Voraussetzung des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes sind vielmehr neben der Nachahmung eines wettbewerbsrechtlich eigenartigen Produkts ein unlauteres Verhalten des Mitbewerbers und damit besondere Begleitumstände, die außerhalb des sondergesetzlichen Tatbestands

liegen (BGH [I ZR 107/13] - Exzenterzähne). Dadurch werden keine Schutzlücken eröffnet.

Modeneuheiten

Für Modeneuheiten besteht seit Geltung der Gemeinschaftsgeschmacksmusterverordnung die Möglichkeit eines dreijährigen Schutzes aufgrund eines nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters. Für einen zusätzlichen Schutz von Modeneuheiten besteht kein Bedürfnis. Gleiches gilt für die Fallgruppe des Einschlebens in eine fremde Serie, deren Anwendung auf wenige Einzelfälle beschränkt geblieben ist. Hier bieten die bestehenden gewerblichen Schutzrechte, insbesondere der Schutz durch eine dreidimensionale Formmarke, durch ein Design oder ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster, ausreichende Schutzmöglichkeiten. Für einen weitergehenden Schutz eines reinen Leistungsergebnisses durch die Fallgruppe des Einschlebens in eine fremde Serie nach dem wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz besteht kein Anlass mehr (BGH [I ZR 58/14] – Segmentstruktur).

DENKRAUM... ist ein reines Informationsmittel zur allgemeinen Unterrichtung interessierter Personen. DENKRAUM... kann eine rechtliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.

HERAUSGEBER UND REDAKTION.

Philipp Fürst. Parkallee 117. 28209 Bremen.
Telefon +49 (0) 421 - 34 75 613. Telefax +49 (0) 421 - 34 99 827
Email ... fuerst@philippfuerst.de