

**Themenschwerpunkt:
Digitalisierung und Nachhaltig-
keit im Lauterkeitsrecht**

Herausgeber

Prof. Dr. Helmut Köhler

Prof. Dr. Christian Alexander

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Wolfgang Büscher

Prof. Dr. Franz Hacker

Prof. Dr. Thomas Koch

Prof. Dr. Stefan Leible

Dr. Reiner Münker

In Zusammenarbeit mit der
Zentrale zur Bekämpfung
unlauteren Wettbewerbs
Frankfurt am Main e.V.

dfv' Mediengruppe

Frankfurt am Main

Editorial: Prof. Dr. Helmut Köhler

Brauchen wir ein „Gesetz zum Abbau datenschutzrechtlichen Gold-Platings im Wettbewerbsrecht“?

- 873 Prof. Dr. Björn Steinrötter und Dr. Lina Marie Schauer**
Lauterkeitsrechtliche Behandlung von Dark Patterns
- 882 Helena Golla und Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze**
Behinderungspraktiken im Online-Geschäftsverkehr – Aktuelle Urteile
- 889 Dr. Diana Ettig, LL.M.**
Bagatellschäden, Kontrollverlust und Lizenzanalogie vor Gericht – Der Schadenbegriff des Art. 82 DSGVO
- 896 Cindy Demuth, LL.M. und Prof. Dr. Oliver Kreutz, LL.M.**
Die Bedeutung der Begriffe der Nachhaltigkeit und Klimaneutralität als Bestandteil von Werbeaussagen
- 902 Mag. Dr. Lothar Wiltschek und Dr. Katharina Majchrzak**
Wettbewerbs- und Markenrecht in Österreich (Teil 1)
- 908 Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs/
dm-drogerie markt**
EuGH, Urteil vom 20.06.2024 – C-296/23
- 910 GEMA/GL**
EuGH, Urteil vom 20.06.2024 – C-135/23
- 914 JU u.a./Scalable Capital**
EuGH, Urteil vom 20.06.2024 – C-182/22 und C-189/22
- 919 AT u.a./PS GbR u.a.**
EuGH, Urteil vom 20.06.2024 – C-590/22
- 923 Caixabank u.a./Adicae u.a.**
EuGH, Urteil vom 04.07.2024 – C-450/22
- 928 klimaneutral**
BGH, Urteil vom 27.06.2024 – I ZR 98/23
- 933 Hydra Energy**
BGH, Urteil vom 29.05.2024 – I ZR 43/23

Golla/Rätze, Behinderungspraktiken im Online-Geschäftsverkehr – Aktuelle Urteile

ferner ausweislich Art. 5 Abs. 1 lit. b KI-VO solche KI-Systeme, welche die Schwäche besonders vulnerabler Personengruppen ausnutzen.

- 80 Obgleich die adressierten Beeinflussungsmechanismen scheinbar passgenau auf Dark Patterns anwendbar sind,¹⁴⁰ erfassen die Verbotstatbestände nur solche Beeinflussungen, die Personen „einen physischen oder psychischen Schaden“ zufügen bzw. zufügen können, wozu die von Dark Patterns verursachten Schäden im Grundsatz nicht zählen, da diese regelmäßig als Vermögensschäden einzuordnen sind.¹⁴¹

5. Sonstige EU-Digitalrechtsakte

- 81 Schließlich finden sich auch in weiteren jüngeren EU-Digitalrechtsprojekten Regulierungsansätze zu Dark Patterns. So erfasst der Data Act¹⁴² diese im verfügbaren Text zwar eher implizit, erwähnt sie aber ausdrücklich in seinem Erwägungsgrund 38 S. 4 ff.¹⁴³ Auch beim European Media Freedom Act¹⁴⁴ wird man wohl allenfalls indirekt fündig. Demgegenüber nennt die Political Advertising Regulation¹⁴⁵ Dark Patterns wiederum immerhin in ihrem Erwägungsgrund 75.

VIII. Fazit

- 82 Angesichts der jüngeren Legislativbestrebungen lässt sich festhalten, dass Dark Patterns zunehmend ins Bewusstsein des europäischen Gesetzgebers treten.¹⁴⁶
- 83 In Deutschland ist der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) zuletzt sehr aktiv gewesen. So gab etwa der Online-Marktplatz Temu nach Abmahnung der vzbv eine umfangreiche Erklärung ab, Dark Patterns während des Bestellvorgangs („Beeile dich! Über 126 Personen haben diesen Artikel in ihrem Warenkorb!“) künftig zu unterlassen.¹⁴⁷ Dem folgte – ebenfalls auf

Abmahnung der vzbv – eine Unterlassungserklärung des Fast-Fashion-Vertriebs Shein.¹⁴⁸

Auch das rechtswissenschaftliche Schrifttum¹⁴⁹ hat sich zuletzt vermehrt mit entsprechenden Fragestellungen befasst. 84

Nimmt man die lex lata und die (geplanten) EU-Rechtsakte zusammen, dürfte sich insgesamt schon jetzt ein ausreichender Flickenteppich an Schutzmöglichkeiten ergeben, wobei dem Lauterkeitsrecht eine herausgehobene Relevanz zukommt. 85

Einer übergreifenden, spezifischen Dark-Patterns-Regulierung bedarf es daher wohl ebenso wenig wie eines entsprechenden Black-List-Tatbestandes. 86

140) In diese Richtung weist auch Erwägungsgrund 29 KI-VO.

141) Gertz/Martini/Seeliger u. a., LTZ 2023, 3, 7; kritisch dazu: Martini/Kramme/Kanke, MMR 2023, 399, 400.

142) VO (EU) 2023/2854 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13.12.2023 über harmonisierte Vorschriften für einen fairen Datenzugang und eine faire Datennutzung sowie zur Änderung der VO (EU) 2017/2394 und der RL (EU) 2020/1828 (Datenverordnung).

143) Weiterführend Martini/Kramme/Kanke, MMR 2023, 399, 401.

144) Vorschlag für eine Verordnung zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt (Europäisches Medienfreiheitsgesetz) und zur Änderung der RL 2010/13/EU, COM/2022/457 final; EP P9_TA(2023)0336.

145) Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung, 2021/0381 (COD), PE-CONS 90/23.

146) Vgl. Weinzierl, EuZW 2024, 345, 346.

147) Verbraucherzentrale Bundesverband v. 14.05.2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/nach-vzbv-abmahnung-temu-bessert-nach>.

148) Verbraucherzentrale Bundesverband v. 17.05.2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/auch-shein-reagiert-auf-vzbv-abmahnung-und-bessert-nach>.

149) Siehe nur Dregelies, MMR 2023, 243; Etteldorf, ZD-Aktuell 2022, 1111; Gertz/Martini/Seeliger u. a., LTZ 2023, 3; Kaesling, NJW 2024, 1609; Kühling/Sauerborn, CR 2022, 226; Kühling/Sauerborn, CR 2022, 295; Leiser/Caruna, EuCML 2021, 237; Linardatos, LRZ 2023, Rn. 448; Martini/Kramme/Kanke, MMR 2023, 323; Martini/Kramme/Kanke, MMR 2023, 399; Martini/Kramme/Seeliger, VuR 2022, 123; Möller, VuR 2022, 449; Weinzierl, NVwZ-Extra 2020, 1; Weinzierl, NVwZ 2020, 1087; Weinzierl, EuZW 2024, 345.

RAin Helena Golla und Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze, Mainz*

Behinderungspraktiken im Online-Geschäftsverkehr – Aktuelle Urteile**

INHALT

- I. Einleitung
- II. Einschlägige Rechtsnormen
- III. Behinderung durch Kennzeichenverletzung
 1. Keyword-Advertising
 2. Sperrung eines Online-Angebots
 - a) Keine Markenrechtsverletzung
 - b) Veranlassung der Sperrung des Angebots als Mitbewerberbehinderung
 3. Anhängen an fremde Angebote bei Amazon
- IV. Behinderung durch Domainregistrierung
 1. Tippfehler-Domains – Abfangen von Kunden

2. Domaingrabbing, Kapern von Domains

V. Bewertungen im Internet

1. Negative Bewertungen

- a) Kommentarlose Ein-Stern-Bewertung
- b) Äußerungen in privaten Chats
- c) Äußerungen als Behinderungspraxis

2. Entfernung negativer Bewertungen

VI. Behinderung durch Verbrauchertäuschung

VII. Fazit

In einer Marktwirtschaft ist es selbstverständlich, dass verschiedene Unternehmen die gleiche Zielgruppe ansprechen. Dieser Wettbewerb ist gewollt, da er u. a. zu fairen Preisen führt. Die rechtlichen Grenzen der Zulässigkeit werden aber dann überschritten, wenn andere Unternehmen in unlauterer Weise gezielt behindert werden. Gerade bei Internet-Sachverhalten bieten sich viele Möglichkeiten, den Mitbewerber zu behindern, welche in diesem Beitrag in den Blick genommen werden.

* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. 1019.

** Der Beitrag basiert auf einem Vortrag, den die Autoren beim 22. Frankfurter Symposium der WRP zum Thema „Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Lauterkeitsrecht“ am 06.06.2024 gehalten haben.

I. Einleitung

- 1 Sobald mehrere Unternehmen auf dem Markt um Kunden konkurrieren, behindern sie sich gegenseitig im wirtschaftlichen Erfolg. Sei es durch die Preisgestaltung, (vergleichende) Werbung oder durch Maßnahmen zur Erzielung einer guten Auffindbarkeit in Suchmaschinen.
- 2 Die Beeinträchtigung der Erfolgchancen, etwa durch die Quantität und Qualität, das Image und den Preis einer Leistung ist einem freien Wettbewerb jedoch immanent.¹⁾ Allein aus der behindernden Wirkung eines Wettbewerbsverhaltens lässt sich deshalb nicht schon auf dessen Unlauterkeit schließen.
- 3 Ein behinderndes Wettbewerbsverhalten wird erst unlauter, wenn besondere Umstände hinzutreten, die ihm das Gepräge der Unlauterkeit geben.²⁾

II. Einschlägige Rechtsnormen

- 4 Eine Wettbewerbsbehinderung kann aufgrund verschiedener Normen sanktioniert werden. Insbesondere ist hier § 4 Nr. 4 UWG zur Mitbewerberbehinderung zu nennen. Aber auch § 4 Nr. 3 UWG zur unlauteren Nachahmung bzw. allgemein § 5 UWG zur allgemeinen Irreführung werden zur Sanktionierung einer Wettbewerbsbehinderung herangezogen.

III. Behinderung durch Kennzeichenverletzung

1. Keyword-Advertising

- 5 Beim Keyword-Advertising blendet ein Suchmaschinenbetreiber neben der Trefferliste entgeltliche Werbung ein. Der Werbende benennt zu der Werbung Schlüsselwörter. Werden diese in eine Suchmaske eingegeben, wird die hierzu geschaltete Werbung zusätzlich zu den generischen Treffern angezeigt.
- 6 Die Positionierung der eigenen Angebote bzw. der eigenen Werbung in der Ergebnisliste einer Suchmaschine hat aufgrund der Kanalisationswirkung eine hohe Bedeutung für ein Unternehmen. Viele Unternehmen versuchen daher, die eigene Webseite und deren Inhalte in Bezug auf eine gute Auffindbarkeit in Suchmaschinen zu optimieren. Dies ist als Wettbewerb um Aufmerksamkeit grundsätzlich nicht zu beanstanden.
- 7 Problematisch wird dies aber dann, wenn für die Auffindbarkeit in Suchmaschinen fremde Marken genutzt werden. Mit einem solchen Fall hatte sich das OLG Braunschweig zu befassen.³⁾ Ein Händler nutzte das Zeichen „smava“ als Keyword zur Bewerbung von Kreditvermittlungsangeboten. Dieses Zeichen war jedoch als Marke für einen Mitbewerber geschützt, insbesondere für „Dienstleistungen eines Online-Kreditvermittlers“. Die klagende Markeninhaberin sah die Nutzung des Zeichens als Keyword für identische Dienstleistungen als rechtsverletzend an und machte Unterlassungsansprüche geltend. Dabei stützte sie sich insbesondere auf Markenrechte und wettbewerbsrechtliche Ansprüche.
- 8 Das Gericht führte zunächst aus, dass der Klägerin ein Unterlassungsanspruch, gestützt auf die Wortmarke „smava“, nicht zustehe. Zwar liege eine Doppelidentität in Bezug auf das Zeichen und die Dienstleistungen vor. Auch habe die Beklagte das Zeichen durch die Nutzung als Keyword im geschäftlichen Verkehr

genutzt, denn sie habe es ausgewählt, um das Erscheinen der eigenen Anzeige auszulösen. Eine Nutzung erfolgte schließlich auch ohne Zustimmung der Markeninhaberin.⁴⁾

Eine Markenverletzung lehnte das Gericht jedoch ab, da die Funktion der Marke, insbesondere die Herkunftsfunktion, nicht beeinträchtigt worden sei, welche nach der Rechtsprechung des EuGH jedoch erforderlich für eine Markenrechtsverletzung ist.⁵⁾

Das Gericht nahm hier Bezug auf die existierende Rechtsprechung, wonach eine beeinträchtigende Benutzung des Zeichens nur dann vorliegt, wenn es durch den Dritten markenmäßig oder – was dem entspricht – als Marke verwendet wird und diese Verwendung die Funktionen der Marke und insbesondere ihre wesentliche Funktion, den Verbrauchern die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, beeinträchtigt oder beeinträchtigen kann.⁶⁾

Da die Anzeige im vorliegenden Fall vor der eigentlichen Trefferliste erschien, hinreichend deutlich als „Anzeige“ gekennzeichnet war und selbst weder die Marke noch sonst einen Hinweis auf den Markeninhaber oder die unter der Marke angebotenen Produkte enthalte, sei eine Markenverletzung nicht anzunehmen.⁷⁾

Diese Ausführungen folgen der bereits existierenden Rechtsprechung in ähnlichen Fällen des Keyword-Advertising.⁸⁾

Im Folgenden befasste sich das OLG Braunschweig dann noch mit der Frage, ob in der Nutzung einer Fremden Marke als Keyword ein unzulässiges Abfangen von Kunden zu sehen sei und führt hierzu aus:

„Das Ausspannen und Abfangen von Kunden ist nur wettbewerbswidrig, wenn besondere, die Unlauterkeit begründende Umstände hinzutreten. Eine unlautere Behinderung des Mitbewerbers ist sonach gegeben, wenn auf Kunden, die bereits dem Mitbewerber zuzurechnen sind, in unangemessener Weise eingewirkt wird, um sie als eigene Kunden zu gewinnen oder zu erhalten. Dass bei der Eingabe eines fremden Unternehmenskennzeichens als Suchwort auch eine Anzeige eines Mitbewerbers erscheint, stellt in diesem Sinne keine unangemessene Beeinflussung potentieller Kunden dar.“⁹⁾

Diese Entscheidung folgt damit auch dem Grundsatz, dass einem Zeicheninhaber über das Lauterkeitsrecht keine Schutzposition eingeräumt werden darf, die ihm nach dem Kennzeichenrecht nicht zukommt.¹⁰⁾

2. Sperrung eines Online-Angebots

Das KG¹¹⁾ hatte sich mit einem etwas anders gelagerten Fall der Mitbewerberbehinderung zu befassen. Hier ging es um die Frage, ob die Meldung einer behaupteten Markenverletzung bei eBay und die daraufhin erfolgte Sperrung des beanstandeten Angebotes durch eBay als unzulässige Behinderung eingestuft werden kann.

In dem der Entscheidung zugrundeliegenden Fall hatte die Klägerin bei eBay Pullover als Set mit dem Aufdruck „QUEEN 01“ bzw. „KING 01“ angeboten. Der Aufdruck war dabei jeweils auf dem Rücken in einer Weise angebracht, die an die Gestaltung eines Trikots einer Sportmannschaft erinnert.

Die Zeichen „QUEEN 01“ sowie „KING 01“ waren für die Beklagte jedoch markenrechtlich geschützt. Die Beklagten nutzte darauf-

1) BGH, 21.02.2002 – I ZR 281/99, WRP 2002, 1050, 1053 – Vanity-Nummer.

2) BGH, 30.04.2014, – I ZR 224/12, WRP 2014, 839 – Flugvermittlung im Internet; BGH, 22.01.2014 – I ZR 164/12, WRP 2014, 424 – wetteronline.de; BGH, 15.01.2009 – I ZR 123/06, WRP 2009, 1082 – Fräsaufomat.

3) OLG Braunschweig, 09.02.2023 – 2 U 1/22, K&R 2023, 291.

4) OLG Braunschweig, 09.02.2023 – 2 U 1/22, K&R 2023, 291.

5) EuGH, 23.03.2010 – C-236/08, K&R 2010, 320 – Google France.

6) BGH, 15.02.2018 – I ZR 138/16, WRP 2018, 1150 – ORTLIEB.

7) OLG Braunschweig, 09.02.2023 – 2 U 1/22, K&R 2023, 291.

8) Vgl. BGH, 13.12.2012 – I ZR 217/10, WRP 2013, 505 – MOST-Pralinen.

9) OLG Braunschweig, 09.02.2023 – 2 U 1/22, K&R 2023, 291, 295.

10) BGH, 15.02.2018 – I ZR 138/16, WRP 2018, 1150 – ORTLIEB.

11) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539.

hin die Funktionen des VeRI-Programms bei eBay, über welches markenverletzende Produkte gemeldet werden können. eBay löschte daraufhin das Angebot der Klägerin.

- 18 Hiergegen wandte sich die Klägerin und nahm die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch. Sie berief sich dabei auf eine unlautere Mitbewerberbehinderung. Im Ergebnis mit Erfolg.

a) Keine Markenrechtsverletzung

- 19 Das Gericht führt zunächst aus, dass die Klägerin durch die Nutzung der Zeichen „QUEEN 01“ bzw. „KING 01“ als Aufdruck auf den Pullovern keine Markenrechtsverletzung begangen habe. Die Zeichen seien nicht markenmäßig genutzt worden, sondern lediglich dekorativ. Bei Gestaltungselementen, welche auf einem an ein Trikot erinnerndes Kleidungsstück in einer Art angebracht sind, auf welche üblicherweise der Name des Spielers platziert ist, werden von den angesprochenen Verkehrskreisen als dekorative Elemente und nicht als Herkunftshinweis aufgefasst, so das Gericht.¹²⁾

- 20 Bei Bekleidungsstücken, welche dem Verkehr als Bekleidung für Partner entgegnetreten, könne der Aufdruck auf dem jeweiligen Rückenteil ferner als Bezeichnung des einen Partners für den jeweils anderen („mein König“/„meine Königin“) verstanden werden. Ein Verkehrsverständnis, nach dem die Zeichen „KING 01“ und „QUEEN 01“ auf den Hersteller der Kleidung hinweisen könnten, liege nach Ansicht des Gerichts auch in dieser Situation (ausgesprochen) fern.

- 21 Eine Verletzung der Markenrechts des Beklagten lag damit im Ergebnis nicht vor.

b) Veranlassung der Sperrung des Angebots als Mitbewerberbehinderung

- 22 Die Veranlassung der Sperrung der Angebote durch die Beklagte beurteilte das Gericht in dem konkreten Fall allerdings als Mitbewerberbehinderung.

- 23 Der Senat führt zunächst aus, dass eine unlautere Behinderung von Mitbewerbern eine Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten der Mitbewerber voraussetze, die über die mit jedem Wettbewerb verbundene Beeinträchtigung hinausgeht und bestimmte Unlauterkeitsmerkmale aufweist, z. B. wenn der Zweck verfolgt werde, Mitbewerber zu verdrängen, oder die Beeinträchtigung dazu führt, dass Mitbewerber ihre Leistung am Markt durch eigene Anstrengung nicht mehr in angemessener Weise zur Geltung bringen können.¹³⁾

- 24 Eine Behinderung von Mitbewerbern als bloße Folge des Wettbewerbs könne allein nicht ausreichen, um den Tatbestand der unlauteren individuellen Mitbewerberbehinderung zu verwirklichen.¹⁴⁾ Die Durchsetzung von Verbotsrechten allein könne daher grundsätzlich keine unlautere Behinderung darstellen, sondern sei Bestandteil der Rechtsordnung bzw. des Wettbewerbs.

- 25 Die Besonderheit bestand vorliegend jedoch darin, dass der Markeninhaber den Händler nicht abmahnte, sondern den Weg über das VeRI-Programm von eBay ging. Bei diesem Programm handelt es sich um ein von eBay bereitgestelltes Programm, mit dessen Hilfe Inhaber von Schutzrechten auf der Internethandelsplattform nach Schutzrechtsverletzungen suchen und diese an den Plattformbetreiber melden können. Stellt der Plattformbetreiber aufgrund der Meldungen der Teilnehmer des VeRI-Pro-

gramms oder aufgrund eigener Nachforschungen Schutzrechtsverletzungen fest, werden die betreffenden Angebote gelöscht. Der Händler wird dabei im Vorfeld nicht gehört, sondern erst im Nachgang zu der Sperrung informiert.¹⁵⁾

Aufgrund der Meldung der Rechtsverletzung wurde das Angebot beendet. Dies führte dazu, dass der Händler die Ware nicht mehr auf dem gewählten Vertriebsweg über eBay anbieten konnte. Hierin ist eine unmittelbare Beeinträchtigung der betrieblichen Abläufe zu sehen.

Die Sperrung erfolgte auch unberechtigt, da die behauptete Markenverletzung nach der Einschätzung des Gerichts tatsächlich nicht vorlag.

Im konkreten Fall stelle sich die Veranlassung der Sperrung des Angebots auch als unlauter dar. Eine Abwägung der entgegengesetzten Interessen, einerseits ein eingetragenes Schutzrecht zu verteidigen, andererseits nicht in seiner wettbewerblichen Entfaltung durch die Inanspruchnahme eines Schutzrechts behindert zu werden, fiel im vorliegenden Fall zu Lasten der Markeninhaberin aus.¹⁶⁾

Maßgeblich stützte sich das Gericht bei der Beurteilung auf den Umstand, dass der Markeninhaber den Weg über die Inanspruchnahme des VeRI-Programms gewählt hatte, bei welcher weder der Händler einbezogen wurde noch eine nähere Prüfung durch den Plattformbetreiber erfolgte. Händler werden sozusagen auf Zuruf von der Nutzung der Plattform ausgeschlossen.

Das Ergebnis der Maßnahme war für den Händler erheblich. Der Vertriebsweg über eBay wurde dem Händler abgeschnitten und auch der Kontakt zu potentiellen Kunden blockiert. Eine Sperrung des Angebotes könne bei dem Händler zu einer nicht unerheblichen Störung des Warenabsatzes führen.¹⁷⁾

Es war auch nicht ersichtlich, dass der Meldung der (vermeintlichen) Markenrechtsverletzung an die Plattform eine sorgfältige und fachkundige Prüfung der Sach- und Rechtslage vorausgegangen war. Auf ein „subjektiv redliches“ Verhalten konnte sich der Markeninhaber insofern auch nicht berufen.¹⁸⁾

Die Entscheidung berücksichtigt auch, dass sich der Inhaber eines Schutzrechts bei der Verfolgung seiner Rechte aus dem Schutzrecht auf notwendige Mittel zu beschränken hat.¹⁹⁾

Die Entscheidung folgt insofern auch dem Grundgedanken der (prozessualen) Waffengleichheit, nach welchem etwa auch eine einstweilige Verfügung grundsätzlich erst nach einer Anhörung bzw. jedenfalls einer deckungsgleichen vorhergehenden Abmahnung erlassen werden soll, sodass die Gegenseite die Möglichkeit erhält, zu den Vorwürfen Stellung zu nehmen.²⁰⁾ Vor dem Ergreifen solcher Maßnahmen sollte daher geprüft werden, ob mildere Mittel, wie etwa der Ausspruch einer Abmahnung, möglich und zumutbar sind.

Inhaber von Schutzrechten ist es danach nicht verwehrt, Maßnahmen zur Abwehr von drohenden Rechtsverletzungen zu ergreifen und z. B. Abmahnungen auszusprechen. Sofern jedoch Maßnahmen ergriffen werden, welche ohne weitere Prüfung und ohne Anhörung des potentiellen Verletzers zu einer Sperrung von Angeboten führt („Notice and take down“), setzt man sich der Gefahr eines möglichen missbräuchlichen Verhaltens aus.

12) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 48.

13) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 77.

14) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 78.

15) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 101.

16) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 96.

17) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 100.

18) KG, 12.05.2022 – 5 U 139/19, WRP 2022, 1539, Rn. 113.

19) BGH, 11.1.2018 – I ZR 187/16, WRP 2018, 950, Rn. 92 – Ballerinaschuh.

20) BVerfG, 11.01.2022 – 1 BvR 123/21, WRP 2022, 593.

3. Anhängen an fremde Angebote bei Amazon

- 35** Ein weiteres aktuelles Urteil betrifft das Anhängen an fremde Angebote bei Amazon. Häufig stellt sich hier die Frage, wie ein solches Anhängen bewertet wird, wenn nicht das in dem Angebot benannte Originalprodukt, sondern die Ware eines anderen Herstellers angeboten wird.²¹⁾
- 36** Der vom OLG Köln²²⁾ entschiedene Fall war hingegen etwas anders gelagert. Hier hatte ein Anbieter auf dem Amazon-Marketplace ein Angebot erstellt, als „Marke“ in das bei Amazon hierfür vorgesehene Feld jedoch nicht die Marke des Produkts, sondern eine für sich als Marke für die angebotenen Waren geschützte abweichende Bezeichnung eingetragen.
- 37** Ein Händler, welcher sich an das Angebot angehängt hatte, wurde daraufhin von der Markeninhaberin und Erstellerin des Angebots auf Unterlassung in Anspruch genommen.
- 38** Das Gericht stellte im Ergebnis fest, dass der Markeninhaberin zwar grundsätzlich ein Unterlassungsanspruch aus § 14 MarkenG zustehe, die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs aber rechtsmissbräuchlich sei, sodass der an sich bestehende Anspruch nicht durchsetzbar sei.²³⁾
- 39** Durch das Anhängen an das Angebot, in welchem die geschützte Marke benannt wird, habe der Händler die Marke benutzt, eine Markenrechtsverletzung liege vor, so das OLG Köln. Der Geltendmachung von Ansprüchen aus § 14 MarkenG stehe jedoch der Einwand des Rechtsmissbrauchs entgegen, da sich die Geltendmachung der Ansprüche als unlautere Behinderung darstelle.²⁴⁾
- 40** Das Gericht folgt zunächst der bestehenden Rechtsprechung zur Mitbewerberbehinderung und führt aus, dass eine Behinderung dann vorliege, wenn die wettbewerbliche Entfaltungsmöglichkeit des Mitbewerbers beeinträchtigt werde, wenn also die Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten der Mitbewerber über die mit jedem Wettbewerb verbundene Beeinträchtigung hinausgehe und bestimmte Unlauterkeitsmerkmale aufweise.²⁵⁾
- 41** Unlauter sei die Beeinträchtigung im Allgemeinen, wenn gezielt der Zweck verfolgt werde, 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.²⁶⁾ Die hier vom Gericht zu treffende Gesamtwürdigung der Umstände fiel zu Lasten des Markeninhabers aus. Relevant war bei der Beurteilung insbesondere, dass der Markeninhaber bei der Erstellung des Angebots die von Amazon hierfür vorgegebenen Richtlinien nicht berücksichtigt hatte, wonach als Marke die Bezeichnung anzugeben war, welche auf dem Produkt oder dessen Verpackung abgedruckt ist.
- 42** Da ein Produkt bei Amazon nur einmal unter einer einheitlichen ASIN angeboten werden darf, müsse sich ein Händler, welcher das Produkt anbieten möchte, zwangsläufig an das Angebot anhängen.²⁷⁾
- 43** Das Gericht führte aus, dass die Eintragung einer eigenen Marke entgegen den Bedingungen des Amazon Marketplace daher

nur den Zweck haben könne, Dritte daran zu hindern, dieses Produkt über die Plattform Amazon.de anzubieten. Nicht zuletzt aufgrund der großen wirtschaftlichen Bedeutung, die der Möglichkeit des Verkaufs über die Plattform Amazon.de zukomme, erfolge die Eintragung der Bezeichnung, die nicht der Marke des Produkts entspricht, nicht, um den eigenen Wettbewerb zu fördern, sondern allein, um den Wettbewerb von Dritten zu behindern.²⁸⁾

Einem zunächst berechtigten Vorgehen aufgrund einer Markenrechtsverletzung kann der Einwand des Rechtsmissbrauchs entgegen gehalten werden, wenn sich die Geltendmachung der Ansprüche als Wettbewerbsbehinderung darstellt.

Amazon ist für viele Händler ein wichtiger Vertriebsweg geworden. Es wird insofern immer wieder versucht, Produktangebote für sich zu „monopolisieren“, um so zu verhindern, dass sich andere Händler an das Angebot anhängen und in den Preiswettbewerb einsteigen. Das Urteil des OLG Köln fügt sich in eine Reihe weiterer Urteile ein, die solche wettbewerbswidrigen Verhaltensweisen der Händler sanktionieren.²⁹⁾

Bei der Erstellung von Angeboten bei Amazon müssen die entsprechenden „Richtlinien zur ASIN-Erstellung“, welche von Amazon vorgegeben werden, beachtet werden, um zu ermöglichen, dass sich andere Händler an die Angebote anhängen können.

IV. Behinderung durch Domainregistrierung

Eine Mitbewerberbehinderung kann auch durch die Registrierung von Domains in Betracht kommen. Zu denken ist etwa an Fälle, die Ähnlichkeiten zu einer bösgläubigen Markenmeldung aufweisen. Dies kann beispielsweise angenommen werden, wenn eine Vielzahl von Domains ohne eigene Nutzungsabsicht in Behinderungsabsicht registriert wird.³⁰⁾

1. Tippfehler-Domains – Abfangen von Kunden

Auch in der Registrierung von Tippfehler-Domains kann eine unlautere Behinderung liegen. So hatte der BGH in einem älteren Urteil über die Zulässigkeit eines Domainnamens zu entscheiden, der bewusst in einer fehlerhaften Schreibweise eines bereits registrierten Domainnamens angemeldet worden ist.³¹⁾

In dem Fall betrieb die Klägerin unter dem Domainnamen „www.wetteronline.de“ einen Wetterdienst. Der Beklagte war Inhaber des Domainnamens „wetteronlin.de“. Nutzer, die durch einen Tippfehler auf die Internetseite des Beklagten gelangten, werden von dort auf eine Internetseite weitergeleitet, auf der für private Krankenversicherungen geworben wurde.

Der BGH kam zu dem Ergebnis, dass eine gezielte Behinderung dann anzunehmen sei, wenn gezielt Tippfehler-Domains registriert werden, um Besucher, die die Domain fehlerhaft in die Browserzeile eingeben, auf eine andere Website umzuleiten. So auch in dem konkreten Fall.

Das Verwenden eines Domainnamens (hier: wetteronlin.de), der aus der fehlerhaften Schreibweise einer bereits zuvor registrierten Internetadresse (hier: wetteronline.de) gebildet ist (so genannte „Tippfehler-Domain“), verstoße unter dem Gesichtspunkt

21) OLG Hamm, 19.07.2011 – 4 U 22/11; BeckRS 2011, 25282.

22) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808.

23) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808, Rn. 29.

24) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808, Rn. 31.

25) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808, Rn. 32.

26) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808, Rn. 32.

27) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808, Rn. 35.

28) OLG Köln, 26.03.2021 – 6 U 11/21, WRP 2021, 808, Rn. 40.

29) OLG Hamm, 19.07.2011 – 4 U 22/11, BeckRS 2011, 25282 (zur Lieferung von Waren, welche nicht der Produktbeschreibung entsprechen); OLG Frankfurt a. M., 27.10.2011 – 6 U 179/10, NJW-RR 2012, 282 (zur Rechtsmissbräuchlichkeit einer markenrechtlichen Abmahnung bei provozierter Verletzungshandlung).

30) BGH, 19.2.2009 – I ZR 135/06, WRP 2009, 803 – ahd.de; BGH, 24.4.2008 – I ZR 159/05, WRP 2008, 1520 – afiliias.de.

31) BGH, 22.01.2014 – I ZR 164/12, WRP 2014, 424 – wetteronline.de.

des Abfangens von Kunden gegen das Verbot unlauterer Behinderung gem. § 4 Nr. 10 UWG (a. F.), wenn der Internetnutzer auf eine Internetseite geleitet wird, auf der er nicht die zu erwartende Dienstleistung (hier: Wetterinformationen), sondern lediglich Werbung (hier: Werbung für Krankenversicherungen) vorfindet.³²⁾

- 52** Inhaber von „Tippfehler-Domains“ würden unangemessen auf Kunden einwirken, indem sie das Versehen bei der Adresseingabe ausnutzen, um die Kunden auf das eigene Angebot zu leiten. Dies gelte jedenfalls dann, wenn der Nutzer auf der sich öffnenden Internetseite nicht sogleich und unübersehbar auf den Umstand hingewiesen werde, dass er sich nicht auf der Seite „wetteronline.de“ befindet.³³⁾
- 53** Die Frage, wann eine „Tippfehler-Domain“ vorliegt, ist jedoch keineswegs immer eindeutig zu beurteilen, da der Begriff der Tippfehler-Domain ein subjektives Merkmal beinhalten soll. Die als rechtsverletzend beanstandete Domain soll im Hinblick auf die ältere Domain in bewusst abweichender Schreibweise registriert worden sein müssen, und zwar mit dem Ziel, Nutzer, die die ältere Domain aufsuchen möchten, auf die eigenen Inhalte umzulenken. Diese subjektiven Tatbestandsmerkmale müssen sich aus den Umständen erschließen.
- 54** Darüber hinaus scheint der BGH für Tippfehler-Domains von geringeren Anforderungen an eine gezielte Behinderung auszugehen, wenn es als ausreichend angesehen wird, dass das Interesse des Domaininhabers, die eigenen Leistungen am Markt durch eigene Anstrengungen in angemessener Weise zur Geltung zu bringen, beeinträchtigt ist. Grundsätzlich wird für eine gezielte Behinderung nicht nur ein beeinträchtigtes Interesse verlangt, sondern eine Beeinträchtigung, die so erheblich ist, dass die eigenen Leistungen am Markt durch eigene Anstrengungen nicht mehr in angemessener Weise zur Geltung zu bringen sind.

2. Domaingrabbing, Kapern von Domains

- 55** Im Zusammenhang mit einer Mitbewerberbehinderung durch Domainregistrierung ist noch auf ein ebenfalls älteres Urteil des BGH hinzuweisen.³⁴⁾ In der Sache hatte ein Unternehmen mehrere tausend Domainnamen auf sich registrieren lassen, unter anderem auch die Domain ahd.de. Der Kläger war Inhaber der Markenrechte an der Bezeichnung „ahd“ und ging daraus gegen den Domaininhaber vor.
- 56** Der BGH führte in der Sache aus, dass die Registrierung eines unterscheidungskräftigen, vom Verkehr nicht zugleich als Gattungsbegriff verstandenen Zeichens (hier: ahd.de) als Domainname grundsätzlich geeignet sein kann, Mitbewerber in ihren wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten einzuschränken (hier: Registrierung des Unternehmenskennzeichens „ahd“ als Domain). Der Umstand, dass ein Mitbewerber wegen der Registrierung des Domainnamens durch einen anderen daran gehindert ist, diesen für sein Unternehmen zu nutzen, sei indes Folge des bei der Vergabe von Domainnamen geltenden Prioritätsprinzips und grundsätzlich hinzunehmen.³⁵⁾
- 57** Diese Fälle sind durchaus auch heute noch aktuell, wenn beispielsweise unter der Domain cdu.eu im Rahmen der Europawahl Wahlwerbung für die SPD gemacht wird.³⁶⁾

Die dargestellten Unsicherheiten machen deutlich, wie wichtig es für Unternehmen sein kann, ein umfassendes Domain-Portfolio für den eigenen Auftritt zu sichern.

V. Bewertungen im Internet

1. Negative Bewertungen

Eine im Internet verbreitete Behinderungspraktik ist die Veröffentlichung negativer Bewertungen über einen Mitbewerber. Dabei treten die hinter der Bewertung stehenden Unternehmen regelmäßig nicht selbst in Erscheinung, weil diese „Fake-Bewertung“ dann sehr leicht erkennbar und identifizierbar wäre. Um die eigentliche Identität des Bewertenden zu verschleiern, wird daher gern die Möglichkeit genutzt, eine Bewertung beispielsweise von eigenen Beschäftigten vornehmen zu lassen, in denen der Mitbewerber kritisiert wird. Ob tatsächlich eine Beauftragung für die Abgabe einer solchen Bewertung vorliegt, wird man nur schwer nachweisen können.

Allerdings muss ein solcher Nachweis grundsätzlich nicht geführt werden, da über die Zurechnungsnorm des § 8 Abs. 2 UWG das Handeln eines Beschäftigten auch einen Unterlassungsanspruch gegen das Unternehmen entstehen lässt.

a) Kommentarlos Ein-Stern-Bewertung

Mit einem Fall einer negativen Bewertung hatte sich das OLG Köln zu befassen.³⁷⁾ Der „lead of sales“ eines IT-Unternehmens (und spätere Beklagte) gab einem anderen IT-Unternehmen eine Ein-Stern-Bewertung bei Google, ohne einen Kommentar dazu zuschreiben. Vorausgegangen war eine Veranstaltung des Arbeitgebers dieses lead of sales, an welcher letzterer auch mitwirkte. Als Teilnehmer an der Veranstaltung waren auch Beschäftigte eines Konkurrenzunternehmens geführt, wobei die Einzelheiten dieser Vorgeschichte zwischen den Parteien streitig waren.³⁸⁾ Außerdem machte der Geschäftsführer der Klägerin noch DSGVO-Auskunftsansprüche geltend.³⁹⁾

Wegen der Bewertung steht der Klägerin ein Unterlassungsanspruch gemäß § 8 Abs. 1 UWG i. V. m. §§ 3, 4 Nr. 1 UWG unmittelbar gegen den Beklagten zu, entschied das OLG Köln.⁴⁰⁾

Das Gericht stufte die Abgabe der Bewertung zunächst als geschäftliche Handlung ein, da diese zwar vom privaten Account des lead of sales abgegeben wurde, sie stand aber im Zusammenhang mit einer beruflichen und damit auch geschäftlichen Handlung. Sie sei somit keine rein private Meinungsäußerung gewesen.⁴¹⁾

Interessant an der Entscheidung ist, dass das Gericht hier einen Unterlassungsanspruch gegen den Mitarbeiter eines Konkurrenzunternehmens unmittelbar aus § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG hergeleitet hat. Der Senat hat hier einen einzelnen Mitarbeiter als unmittelbaren Mitbewerber i. S. d. § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG angesehen. Zur Begründung meint das Gericht, dass die Anforderungen an das Bestehen eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses im Rahmen der Fallgruppe des Behinderungsverbots nicht hoch seien.⁴²⁾ Somit könne auch ein Mitarbeiter eines Mitbewerbers eine Wettbewerbsbeziehung zu einem kritisierten Unternehmen be-

32) BGH, 22.01.2014 - I ZR 164/12, WRP 2014, 424 - wetteronline.de.

33) BGH, 22.01.2014 - I ZR 164/12, WRP 2014, 424, Rn. 48 - wetteronline.de.

34) BGH, 19.02.2009 - I ZR 135/06, WRP 2009, 803 - ahd.de.

35) BGH, 19.02.2009 - I ZR 135/06, WRP 2009, 803, 808 - ahd.de.

36) So zumindest Stand Juni 2024.

37) OLG Köln, 23.12.2022 - 6 U 83/22, WRP 2023, 362 - Ein-Stern-Bewertung.

38) OLG Köln, 23.12.2022 - 6 U 83/22, WRP 2023, 362, Rn. 2 - Ein-Stern-Bewertung.

39) OLG Köln, 23.12.2022 - 6 U 83/22, WRP 2023, 362, Rn. 3 - Ein-Stern-Bewertung.

40) OLG Köln, 23.12.2022 - 6 U 83/22, WRP 2023, 362, Rn. 10 - Ein-Stern-Bewertung.

41) OLG Köln, 23.12.2022 - 6 U 83/22, WRP 2023, 362, Rn. 14 - Ein-Stern-Bewertung.

42) OLG Köln, 23.12.2022 - 6 U 83/22, WRP 2023, 362, Rn. 15 - Ein-Stern-Bewertung.

gründen, wenn er dadurch seinen Arbeitgeber und mittelbar auch seine eigene Stellung als Dienstleister bei diesem Arbeitgeber fördere.⁴³⁾

65 Das OLG Köln hat hier ein sehr weites Verständnis des Mitbewerber-Begriffs zu Grunde gelegt.

66 In der Vorinstanz hatte das LG Köln noch einen Anspruch aus §§ 823 Abs. 1, 1004 (analog) BGB geprüft und im Ergebnis abgelehnt.⁴⁴⁾ Das UWG wurde in dieser Entscheidung gar nicht erwähnt.

b) Äußerungen in privaten Chats

67 Mit einem ähnlich gelagerten Fall hatte sich das OLG Hamburg⁴⁵⁾ zu befassen. In dem Fall stritten sich zwei Unternehmen aus dem Bereich Unternehmensberatung und Coaching über die Äußerung eines Mitarbeiters (im Folgenden: J.) des beklagten Unternehmens in einer Chatgruppe bei Facebook.

68 Ein privater Kontakt dieses Mitarbeiters postete eine Kritik am Vorgehen von Unternehmensberatern in den sozialen Medien. Im weiteren Verlauf antwortete der J. hierauf, „Die B. Brüder haben wegen diesen und einigen anderen Methoden bereits einige Strafverfahren bekommen.“

69 Mit „B. Brüder“ waren die Geschäftsführer des klagenden Unternehmens gemeint.

70 Wegen dieser Aussage wurde sowohl der Arbeitgeber des J. als auch J. selbst abgemahnt und auf Unterlassung in Anspruch genommen.

71 Die Klägerinnen in diesem Verfahren stützten sich auf § 8 Abs. 2 UWG und meinten, die Äußerungen des J. seien seinem Arbeitgeber zuzurechnen, weswegen ein Unterlassungsanspruch auch gegen diesen begründet sei.⁴⁶⁾

72 Dem folgte das OLG nicht. Vielmehr stufte es die Äußerungen des J. als privat getätigte Äußerungen und somit nicht als geschäftliche Handlung ein.

73 Das Verhalten einer Person sei nur dann als geschäftliche Handlung anzusehen, wenn es objektiv mit einer Absatzförderung zusammenhängt.⁴⁷⁾ Der objektive Zusammenhang sei funktional zu verstehen und setze voraus, dass die Handlung bei objektiver Betrachtung durch die Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung von Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern auf eine Absatzförderung gerichtet ist.⁴⁸⁾ Für diese objektive Betrachtung muss eine Abwägung der Gesamtumstände vorgenommen werden.

74 In dem entschiedenen Fall war die Äußerung des J. als private Äußerung zu verstehen. Dies folgerte das Gericht aus mehreren Umständen.

75 Unter anderem handelte es sich bei den kommunizierenden Personen um private Kontakte. Außerdem war der Facebook-Account des J. in erster Linie ein privater Account. Dies werde durch ein als Profilbild genutztes Hochzeitsfoto deutlich sowie durch weitere private Fotos im Profil. Zwar hatte der J. in seinem „Steckbrief“ auch die Stationen seines beruflichen Werdegangs erwähnt, hieraus könne aber nicht gefolgert werden, dass es sich um einen geschäftlich genutzten Account handle.⁴⁹⁾

Das Gericht führt dann noch weitere Umstände an, die für ein privates Handeln des J. sprachen.⁵⁰⁾

c) Äußerungen als Behinderungspraxis

Negative Äußerungen über Mitbewerber können in den Anwendungsbereich des § 4 Nr. 1 UWG fallen. Voraussetzung ist aber, dass es sich um geschäftliche Handlungen des Mitbewerbers handelt bzw. um solche seiner Mitarbeiter, die dem Mitbewerber zuzurechnen sind.

Posten Mitarbeiter Aussagen in den sog. sozialen Medien oder auf Bewertungsplattformen hat der Arbeitgeber häufig keine Kenntnis davon. Die bloße Unkenntnis schließt eine wettbewerbsrechtliche Haftung aber nicht aus.⁵¹⁾

Unternehmen sollten daher, um das Risiko dieser Haftung zu reduzieren, die Mitarbeiter schulen und zu einem zurückhaltenen Umgang in Bezug auf Aussagen über Mitbewerber – auch im privaten Umfeld – sensibilisieren.

Denjenigen Mitarbeitern, die das Unternehmen bewusst für die Kommunikation nach außen einsetzt, sollten mit Social Media Guidelines oder anderen verbindlichen Richtlinien Vorgaben gemacht werden, welche Kommunikation erlaubt und welche nicht erlaubt ist. Auf die arbeitsrechtlichen Herausforderungen solcher Guidelines soll hier nicht eingegangen werden.

Fest steht, dass in Zeiten einer sehr intensiven Nutzung von sozialen Medien und Bewertungsplattformen das Risiko für Unternehmen gestiegen ist, für Handlungen seiner eigenen Beschäftigten wettbewerbsrechtlich zu haften, wenn diese (bewusst oder unbewusst) den Mitbewerber oder dessen Waren und Dienstleistungen herabsetzen.

2. Entfernung negativer Bewertungen

Wird das eigene Unternehmen im Internet negativ bewertet, führt dies nachvollziehbar zu Unmut. Bewertungen findet man schon lange nicht mehr nur für Hotels oder Gastronomiebetriebe. Kunden können heute alles bewerten – vom Unternehmen, bei dem man eingekauft hat, bis hin zum einzelnen Produkt.

Früher war es gängige Praxis, dass negative Bewertungen von den Bewertungsplattformen zunächst zurückgehalten wurden und dass Unternehmen hierzu Stellung beziehen konnten. Durch diese Praxis wurden positive Bewertungen sofort und negative erst mit einer Verzögerung von ein paar Tagen veröffentlicht. Das führte im Ergebnis dazu, dass für diesen Zeitraum ein verzerrtes Bild der Bewertungen veröffentlicht wurde.

Seit einer Entscheidung des OLG Düsseldorf⁵²⁾ und spätestens seit einer weiteren Entscheidung des BGH⁵³⁾ wurden diese Praktiken aber überwiegend beendet.

Durch das Zurückhalten von negativen Bewertungen wird ein Mitbewerber in seiner Geschäftstätigkeit behindert, wenn er sich lauter verhält, also auch negative Bewertungen sofort veröffentlicht. Denn hierdurch hat der sich rechtmäßig verhaltende Unternehmer eine schlechtere Note in der Außendarstellung als der Unternehmer, der negative Bewertungen zurückhält.

Durch eine aktuelle Entscheidung des BGH⁵⁴⁾ wird es allerdings möglich, dass Unternehmen nachträglich zulässige negative Bewertungen aus ihrer Benotung entfernen lassen können. Der Senat hat entschieden, dass es ausreichend ist, dass das bewertete Unternehmen bei einer Bewertungsplattform die Rüge erhebt,

43) OLG Köln, 23.12.2022 – 6 U 83/22, WRP 2023, 362, Rn. 15 – Ein-Stern-Bewertung.

44) LG Köln, 21.12.2021 – 27 O 223/20, BeckRS 2021, 60244.

45) OLG Hamburg, 31.08.2023 – 5 U 27/22, K&R 2023, 823.

46) OLG Hamburg, 31.08.2023 – 5 U 27/22, K&R 2023, 823, Rn. 10.

47) OLG Hamburg, 31.08.2023 – 5 U 27/22, K&R 2023, 823, Rn. 26.

48) OLG Hamburg, 31.08.2023 – 5 U 27/22, K&R 2023, 823, Rn. 26.

49) OLG Hamburg, 31.08.2023 – 5 U 27/22, K&R 2023, 823, Rn. 27.

50) OLG Hamburg, 31.08.2023 – 5 U 27/22, K&R 2023, 823, Rn. 28 ff.

51) BGH, 28.06.2007 – I ZR 153/04, WRP 2008, 220 – Telefonaktion.

52) OLG Düsseldorf, 19.02.2013 – 20 U 55/12, WRP 2013, 818.

53) BGH, 21.01.2016 – I ZR 252/14, WRP 2016, 974 – Kundenbewertung im Internet.

54) BGH, 09.08.2022 – VI ZR 1244/20, WRP 2022, 1275.

der Bewertende sei niemals Kunde gewesen, um bei der Bewertungsplattform Prüfpflichten auszulösen. Einer näheren Begründung bedarf es für die Rüge nicht.

- 87 Dies gilt nicht nur für Fälle, in denen die Bewertung keinerlei Angaben zur Inanspruchnahme der Leistung enthält, sondern auch dann, wenn entsprechende Angaben vorhanden sind. So waren einigen der streitgegenständlichen Bewertungen sogar Fotos von dem Hotel, welches bewertet wurde, beigelegt.
- 88 Eine nähere Begründung muss der Rüge nur dann beigelegt werden, wenn sich die Identität des Bewertenden aus der Bewertung ohne Weiteres ergibt. Im Übrigen gelten die Grenzen des Rechtsmissbrauchs.⁵⁵⁾
- 89 Diese Entscheidung des BGH wird immer häufiger dazu genutzt, um sich unliebsamer Bewertungen zu entledigen. So erhielt der Verfasser *Rätze* von Google im Jahr 2024 die Mitteilung, dass eine seiner negativen Bewertungen zu einem Restaurant aus dem Jahr 2021 mit der Begründung eines fehlenden Gästekontaktes gerügt worden sei. Diese Mitteilung war verbunden mit der Aufforderung, den Gästekontakt nachzuweisen, anderenfalls würde die Bewertung entfernt. Nach einem Zeitablauf von drei Jahren lagen solche Belege natürlich nicht mehr vor, die Bewertung wurde entfernt.
- 90 Unabhängig von der Frage, ob die Rüge auf die Rechtsprechung des BGH gestützt werden konnte (die Bewertung wurde unter Verwendung des Klarnamens angegeben), sind solche Rügen sehr häufig rechtsmissbräuchlich. Hintergrund ist, dass ein Unternehmen wahrscheinlich niemals positive Bewertungen mit der Begründung „fehlender Gästekontakt“ rügen wird. Dies führt dazu, dass nur negative Bewertungen entfernt werden. Das Unternehmen im dargestellten Beispiel rügte offenbar zahlreiche negative Bewertungen. Dadurch sprang die Durchschnittsnote des Unternehmens von 3,4 auf 4,3.
- 91 Das hat zur Folge, dass sich Unternehmen mit ihren Bewertungen als wesentlich positiver darstellen können, als Kunden sie eigentlich bewertet haben.
- 92 Gelingt es einem Bewertenden, die Nachweise für einen Gästekontakt zu erbringen, kann es sein, dass er jedes Jahr erneut mit der gleichen Rüge konfrontiert wird. Der Kunde wird wahrscheinlich irgendwann keinen Elan mehr haben, auf diese Rügen zu antworten, sodass mit der Zeit auch solche negativen Bewertungen entfernt werden.
- 93 Dieser Fall der nachträglichen „Bereinigung“ der Bewertungen ist durchaus mit den Fällen vergleichbar, die das OLG Düsseldorf und der BGH bereits entschieden haben. Für die Irreführung der Verbraucher spielt es keine Rolle, ob negative Bewertungen zunächst zurückgehalten oder nachträglich gelöscht werden. Allerdings ist es für Mitbewerber wesentlich schwieriger, diese Irreführung nachzuweisen.
- 94 Der Vorteil eines solchen Vorgehens liegt auf der Hand: Interessierte gehen lieber zu Unternehmen, die positive Bewertungen erhalten haben, als zu denen, die eine negativere Durchschnittsbewertung haben.
- 95 Für den Verbraucher ist aber nicht erkennbar, ob nachträglich in unlauterer Weise negative Bewertungen entfernt wurden.
- 96 Ob in einer solchen geschäftlichen Handlung eine gezielte Behinderung i. S. d. § 4 Nr. 4 UWG vorliegt, ist im Einzelfall unter Gesamtwürdigung der Umstände zu beurteilen. Dabei sind die sich gegenüberstehenden Interessen der beteiligten Mitbewerber, Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer sowie der Allge-

meinheit abzuwägen.⁵⁶⁾ Hier kommt eine Behinderung im Sinne eines marktbezogenen Eingriffs in Frage.⁵⁷⁾ Durch eine höhere Durchschnittsnote können Mitbewerber möglicherweise ihre Leistungen am Markt nicht mehr in angemessener Weise zur Geltung bringen.⁵⁸⁾

VI. Behinderung durch Verbrauchertäuschung

Eine weitere Fallgruppe der Behinderungspraktiken ist das bewusste Verschweigen im Rahmen von Suchergebnissen, dass auch Mitbewerber-Dienstleistungen oder -Produkte verfügbar sind. **97**

So bot die Deutsche Bahn in ihrer Navigator-App die Möglichkeit, dass Interessierte nach Bahnverbindungen suchen konnten. Mit den Ergebnissen dieser Verbindungssuche hatten sich das OLG Frankfurt a. M.⁵⁹⁾ und das LG Hamburg⁶⁰⁾ zu beschäftigen. Die Verbindungssuche war standardmäßig mit der Option „Schnellste Verbindungen bevorzugen“ voreingestellt. In den Suchergebnissen wurde dann an oberster Stelle die absolut schnellste Fahrt angezeigt, gefolgt von der zweitschnellsten Fahrt, die nach der absolut schnellsten Fahrt startete. Gab es allerdings eine zweitschnellste Verbindung, die vor der absolut schnellsten Fahrt startete, wurde diese nicht angezeigt. Dies führte dazu, dass Fahrten von Mitbewerbern der Deutschen Bahn nicht angezeigt wurden. **98**

Das OLG Frankfurt a. M. entschied, dass diese geschäftliche Handlung gegen § 5 Abs. 1 UWG verstößt.⁶¹⁾ Das LG Hamburg sah außerdem einen Verstoß gegen § 4 Nr. 4 UWG.⁶²⁾ **99**

VII. Fazit

Behinderungspraktiken sind kein neues Phänomen im Wettbewerb. Die Entwicklung des Internets als Tätigkeitsfeld für Unternehmen hat in der Vergangenheit zahlreiche Möglichkeiten für eine Mitbewerberbehinderung entstehen lassen. Auch zukünftig werden sich durch technologische Fortschritte sowie Gesetzgebungsakte und neuartige Geschäftsmodelle weiterhin neue Behinderungspraktiken entwickeln. Die Unternehmen sind aber mit den Mitteln des UWG ausreichend geschützt. Sollten Praktiken aufkommen, die vom UWG noch nicht abgedeckt sind, müsste der Gesetzgeber handeln. Aktuell ist eine solche Notwendigkeit aber nicht zu erkennen. **100**

Anm. der Redaktion:

Lesen Sie auch:

Becker/Rätze, Belehrung über das Widerrufsrecht: Probleme und Lösungen – Dritter Akt, WRP 2024, 280 ff.

Rätze, Der Widerrufsbutton kommt!, WRP Editorial Heft 5/2024.

55) BGH, 09.08.2022 – VI ZR 1244/20, WRP 2022, 1275, Rn. 37.

56) Vgl. *Köhler/Alexander*, in: *Köhler/Bornkamm/Fedderson*, 42. Aufl. 2024, UWG § 4 Rn. 4.10.

57) Vgl. *Köhler/Alexander*, in: *Köhler/Bornkamm/Fedderson*, UWG (Fn. 56), § 4 Rn. 4.8b.

58) Vgl. *Köhler/Alexander*, in: *Köhler/Bornkamm/Fedderson*, UWG (Fn. 56), § 4 Rn. 4.10 ff.

59) OLG Frankfurt a. M., 21.09.2012 – 6 W 61/23, WRP 2023, 1490.

60) LG Hamburg, 01.12.2023 – 315 O 262/18, GRUR-RS 2023, 38125.

61) OLG Frankfurt a. M., 21.09.2012 – 6 W 61/23, WRP 2023, 1490.

62) LG Hamburg, 01.12.2023 – 315 O 262/18, GRUR-RS 2023, 38125.