

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

# Abmahnsicher: Der Verkauf von Ersatz- und Zubehörteilen!

In der Vergangenheit ist es beim Verkauf von Ersatz – wie auch Zubehörteilen im Internet immer wieder zu Rechtsstreitigkeiten gekommen. Dabei bestehen sowohl auf Seiten der Originalhersteller wie auch auf Seiten der Drittanbieter erhebliche Rechtsunsicherheiten. Ist es bspw. erlaubt Ersatzteile zu einer fremden Hauptware zu verbreiten? Wenn ja, wie bewerben Drittanbieter rechtssicher ihre Waren? Darf man für nachgebaute Ersatzteile die Bestellnummern des Originalherstellers benutzen? Der nachfolgende Beitrag gibt Antworten.

## I. Was Dritthersteller beim Verkauf von Ersatzteilen im Internet zu beachten haben!

### 1. Unzulässige geschäftliche Handlungen:

Es ist natürlich nicht erlaubt, Ersatzteile oder Zubehör ohne Erlaubnis unter der Marke der Hauptware zu vertreiben, wenn dadurch der falsche Eindruck erweckt wird, die Ware stamme vom Originalhersteller. Nicht anders zu beurteilen ist die irreführende Vermarktung von Produktnachahmungen, wenn dies in der Absicht geschieht, über die betriebliche Herkunft der beworbenen Ware zu täuschen (Vgl. § 3 III UWG).

“

**Begriffsbestimmung:** *Unter einer Produktnachahmung versteht man eine Ware, die in ihrer äußeren Erscheinung mit dem Originalprodukt jedenfalls insoweit übereinstimmt, als sie wesentliche Züge des Originalprodukts aufweist.*

”

### 2. Zulässige geschäftliche Handlungen:

Drittanbieter sind grundsätzlich berechtigt, Ersatzteile und Zubehör zu einer fremden Hauptware herzustellen und zu verbreiten, wenn die unterschiedliche Herkunft **eindeutig erkennbar** ist. Zur Verdeutlichung des Verwendungszwecks von Ersatzteil und Zubehör darf der Drittanbieter sachliche Hinweise geben; er kann selbst auf die Herstellermarke hinweisen, sofern diese allein beschreibend zur Klarstellung des Verwendungszwecks benutzt wird (vgl. § 23 Nr. 3 MarkenG).

Dem Drittanbieter ist es sogar erlaubt für nachgebaute Ersatzteile **die Bestellnummern des Originalherstellers** zu benutzen. Zwar partizipiert in dem Fall der Dritthersteller an dem guten Ruf der bezeichneten Produkte. Dennoch, sofern der Verbraucher nicht über die Herkunft irreführt wird, liegt

darin, so der BGH (vgl. BGH GRUR 2003, 444, 445), keine unlautere Ausnutzung der Wertschätzung der Marke der Hauptware, sondern vielmehr eine zulässige vergleichende Werbung nach § 6 UWG. Diese ist laut BGH auch sinnvoll, da erst die Gegenüberstellung der eigenen Bestellnummern des Drittanbieters mit denen des Originalherstellers es dem Verkehr ermöglicht, die Erzeugnisse des Drittanbieters, die den Erzeugnissen des Originalherstellers entsprechen, eindeutig zu identifizieren.

#### **Hintergrund - Der vom BGH zu beurteilende Sachverhalt stellt sich wie folgt dar:**

Es ging um einen Hersteller für Gelenkwellen für Landmaschinen und Sonderantriebe, der zur Kennzeichnung seiner Waren ein Nummernsystem mit verschiedenen Baugrößen verwendete. Dieser störte sich daran, dass ein Anbieter von Ersatzteilen von Gelenkwellen zur Bezeichnung seiner Einzelteile zwar eigenständige Bestellnummern verwendete, dabei aber darauf hinwies, dass seine Ersatzteile das jeweilige Teil des Herstellers, welches mit seiner Baugröße oder Ersatzteilnummer bezeichnet war, ersetzt.

Dies sei zulässig, so der BGH:

“

„Diese Werbung kann nach Inkrafttreten des neuen § 2 UWG nicht schon deshalb als wettbewerbswidrig angesehen werden, weil für eine Gegenüberstellung der eigenen Bestellnummern der Beklagten mit den Baugrößenbezeichnungen der Klägerin ein sachlich rechtfertigender Anlaß gefehlt habe. Vergleichende Werbung ist nach den geltenden Normen, die die Richtlinie 97/55/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Oktober 1997 zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende Werbung zwecks Einbeziehung der vergleichenden Werbung (ABl. EG Nr. L 290 v. 23.10.1997, S. 18 = GRUR 1998, 117) umsetzen, vielmehr grundsätzlich zulässig.

Nach der zweiten Begründungserwägung der Richtlinie soll sie dazu beitragen, die Vorteile der verschiedenen vergleichbaren Erzeugnisse objektiv herauszustellen und so den Wettbewerb zwischen den Anbietern von Waren und Dienstleistungen im Interesse der Verbraucher zu fördern (vgl. EuGH GRUR 2002, 354, 355 Tz. 36 = WRP 2001, 1432 - Toshiba/Katun). Die Angabe der Baugrößenbezeichnungen der Klägerin neben den Bestellnummern der Beklagten unter der Angabe "ersetzt" ermöglicht es dem Verkehr, die Erzeugnisse der Beklagten, die den Erzeugnissen der Klägerin entsprechen, eindeutig zu identifizieren.

Eine solche Angabe stellt nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften die Behauptung einer Gleichwertigkeit hinsichtlich der technischen Eigenschaften der beiden Erzeugnisse dar, das heißt einen Vergleich wesentlicher, relevanter, nachprüfbarer und typischer Eigenschaften der Erzeugnisse i.S. des § 2 Abs. 2 Nr. 2 UWG (vgl. zu Art. 3a Abs. 1 Buchst. c Richtlinie 84/450/EWG: EuGH GRUR 2002, 354, 355 Tz. 38 f. - Toshiba/Katun).

In der von der Klägerin beanstandeten konkreten Verwendung ihrer eigenen Baugrößenbezeichnungen in der angegriffenen Gegenüberstellung mit der Angabe "ersetzt" kann daher kein Verstoß gegen die guten Sitten i.S. von § 1 UWG gesehen

werden.“

”

### 3. Qualitätserwartungen der Verbraucher

Drittanbieter von Ersatzteilen, die sich in die Hauptware integrieren, haben immer zu beachten, dass der Verbraucher die durch Werbung bekannt gemachte Qualität der Hauptware erwartet, es sei denn, der Ersatzteilhersteller weist ausdrücklich darauf hin, dass es sich um ein Produkt minderer Güte handelt.

Der Hersteller, der – ohne einen solchen Hinweis – integrierende Ersatzteile liefert, die in der Qualität hinter der bekannten Qualität der Hauptware zurückbleiben, hängt sich – so das OLG München (GRUR 1995, 429) in wettbewerbswidriger Art und Weise an den guten Ruf der Hauptware an und entwertet die Hauptware eines anderen (s. auch Hefermehl/Köhler/Bornkamm UWG § 5 Rn 6.27).

## II. Fazit

Drittanbieter haben bei der Bewerbung und dem Verkauf ihrer Konkurrenzprodukte darauf zu achten, im Internet deutlich wie auch leicht erkennbar darauf hinzuweisen, dass es sich bez. ihrer Produkte nicht um die Waren der Originalhersteller handelt. In diesem Zusammenhang stellte der BGH klar, dass die Werbung für eigene Produkte mit eigenen Bestellnummern und der Angabe "ersetzt" unter Nennung der Baugröße und der Ersatzteilnummer von Produkten eines Mitbewerbers nicht ohne weiteres unlauter ist.

#### Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt