

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

## Leserfrage des Tages - Zur Schwarzen Klausel Nr. 14 des UWG

Folgende Frage wurde der IT-Recht Kanzlei heute gestellt: "Handelt es sich um ein illegales Schneeballsystem, wenn eine Voraussetzung für einen Vertragsabschluss mit einem Unternehmen ist, dass ich das entsprechende Produkt, um das es bei dem Vertrag geht, an fünf Personen "weiterempfehle", indem ich dem Unternehmen Kontaktdaten von fünf Personen gebe, die dann in meinem Namen von einem Mitarbeiter des Unternehmens kontaktiert werden, um sie als Kunden zu werben (die dann beim Abschluss eines Vertrags auch wieder fünf potenzielle Interessenten angeben müssten usw.)?"

Bei dem beschriebenen Sachverhalt müsste es gemäß der [Schwarzen Klausel Nr. 14](#) des UWG um ein System gehen, das den Eindruck vermittelt, dass allein oder hauptsächlich durch die Einführung weiterer Teilnehmer in das System eine Vergütung erlangt werden könne.

### I. Vergütung

Zu fragen ist zunächst, worin bei dem Sachverhalt die Vergütung bestehen könnte. Es ist wohl davon auszugehen, dass der Begriff der Vergütung in Klausel Nr. 14 eher weit zu verstehen ist, d.h. alle möglichen Vorteile darunter zu fassen sind, denn nur so kann die Klausel ausreichenden Schutz vor schadenstiftenden Schneeballsystemen besorgen. Falls ein Vertrag (um welchen Vertragstyp es geht, geht aus dem Sachvortrag leider nicht hervor) tatsächlich nur dann abgeschlossen werden sollte (bzw. ein entsprechender Eindruck vermittelt werden sollte), wenn fünf weitere Teilnehmer "geworben" werden, so könnte man im Vertragsschluss selbst die Vergütung sehen, denn diese ist quasi die "Belohnung" für das Werben der neuen Teilnehmer. Das Werben neuer Teilnehmer wird somit dadurch vergütet, dass das Unternehmen einen Vertrag mit dem Werbenden abschließt.

### II. Einführung in das System

Fraglich ist jedoch, ob allein schon in dem Nennen der Kontaktdaten von fünf weiteren möglichen Teilnehmern ein Werben dieser Teilnehmer zu sehen ist.

Auch der Begriff des Werbens muss grundsätzlich wohl möglichst weit verstanden werden, damit Klausel Nr. 14 seinen Schutzzweck erfüllen kann. Demnach könnte auch das Nennen von Kontaktdaten darunter zu fassen sein, zumal das Unternehmen anschließend offensichtlich diese fünf Personen "im Namen des" Kunden kontaktiert.

Allerdings scheint es bei dem System nicht darauf anzukommen, dass ein erfolgreiches Werben stattfindet. Der Sachverhalt ist unseres Erachtens so zu verstehen, dass es genügt, dass der Kunde fünf weitere Teilnehmer/Personenkundendaten nennt. Es muss anscheinend keiner dieser fünf tatsächlich

ein Vertragsverhältnis mit dem Unternehmen eingehen bzw. sich darauf einlassen, damit der Werbende seinerseits seinen Vertrag mit dem Unternehmen abschließen kann. Auch wenn somit keiner der genannten Teilnehmer an dem Vertragsangebot interessiert ist, kommt wohl ein Vertrag zwischen dem Werbenden und dem Unternehmen zustande.

Aber dieser Umstand würde nur dann nicht von Klausel Nr. 14 erfasst werden, wenn die Klausel gerade einen Werbeerfolg voraussetzen würde. Doch dies ist fraglich.

## 1. Wortlaut

Der Wortlaut ist nicht unbedingt auf einen Werbeerfolg ausgerichtet, denn die Klausel Nr. 14 spricht von "Einführung in das System". Zwar könnte man dies so verstehen, dass tatsächlich am Ende die geworbenen Personen auch Teilnehmer des Verkaufssystems geworden sein müssen, weil sie nur so in das System „eingeführt“ worden sind. Allerdings ist diese Auslegung nicht zwingend. Man könnte auch der Auffassung sein, dass die fünf neuen vom Werbenden genannten Personen bereits mit der Preisgabe ihrer Kontaktdaten durch den Werbenden in das System eingeführt worden sind, weil sie dann Teil der Akquisemaschinerie des Unternehmens geworden sind.

## 2. Zweck der Klausel

Schließlich muss Klausel Nr. 14 – und damit insbesondere auch dessen Begriffe – weit verstanden werden, da sie ansonsten sehr einfach umgangen werden könnte und dann kein wirksamer Wettbewerbsschutz bzw. Schutz vor unlauterem Wettbewerb in dieser Hinsicht bestünde. Demnach wird auch das Nennen der Kontaktdaten neuer möglicher Teilnehmer als „Einführen in das System“ aufzufassen sein.

## III. Alleinige oder hauptsächliche Art der Erlangung der Vergütung

Da Klausel Nr. 14 nicht erfordert, dass die Vergütung allein durch die Einführung weiterer Teilnehmer in das System erlangt werden muss, sondern es ausreicht, dass dadurch hauptsächlich die Vergütung erlangt wird bzw. der entsprechende Eindruck vermittelt wird, ist diese Tatbestandsvoraussetzung im vorliegenden Fall unproblematisch erfüllt. Denn so wie der Sachverhalt zu verstehen ist, kommt ein Vertrag überhaupt nur dann zustande, wenn neue (mögliche) Mitglieder geworben bzw. genannt worden sind.

## IV. Vermittlung des Eindrucks

Zudem genügt es, dass lediglich der Eindruck vermittelt wird, dass auf diese Weise allein/hauptsächlich eine Vergütung erlangt werden kann. Da im vorliegenden Fall nicht nur ein solcher Eindruck vermittelt wird, sondern sogar das ganze System tatsächlich darauf angelegt ist, dass die "Vergütung", d.h. der Vertragsschluss, auf diese Weise erlangt wird, ist auch diese Voraussetzung der Klausel Nr. 14 erfüllt.

## V. Betreiben des Systems

Schließlich ist unproblematisch, dass das System von dem Unternehmen auch betrieben / gefördert wird.

## VI. Ergebnis

Somit kommen wir zu dem Ergebnis, dass das beschriebene System wettbewerbswidrig ist. Demzufolge stehen den nach dem UWG Anspruchsberechtigten entsprechende Ansprüche, insbesondere auf Unterlassung, zu. Allerdings ist die Tatbestandsvoraussetzung „Einführung in das System“ (siehe unter Punkt II.) ein rechtlich problematischer Punkt, bei dem sicherlich auch andere Ansichten als die dargestellte vertretbar sind. Die Rechtsprechung könnte somit im Zweifelsfall auch anderer Auffassung sein.

Die im Sachverhalt angedeutete mögliche Datenschutzproblematik bleibt außer Betracht.

Autor:

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

Rechtsanwalt