

von **Oliver Drews**

Was tun bei Content Klau? Der lauterkeitsrechtliche Nachahmungsschutz – Schutz auch für Content geringerer gestalterischer Höhe?

Die IT Recht Kanzlei erreichen immer wieder Anfragen von Online Händlern, dass Inhalte ihres Online-Shops ganz oder teilweise übernommen wurden. Oft fallen diese Inhalte jedoch nicht unter den Schutz des Urheberrechts. Doch das bedeutet nicht, dass man den „Content Klau“ hinnehmen muss. Es gibt für diese Fälle noch den lauterkeitsrechtlichen Nachahmungsschutz des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. Doch auch dieser gilt nur in bestimmten Fällen.

Dafür, dass ein Werk den Schutz des Urheberrechts genießt, muss es eine gewisse Gestaltungshöhe erreichen. Doch auch unterhalb dieser Schwelle, kann sich unter bestimmten Voraussetzungen aus dem Lauterkeitsrecht ein Schutz vor Nachahmung ergeben.

1. Schwelle des urheberrechtlichen Schutzes

Das Urheberrecht stattet den Schöpfer von Werken der Literatur, Wissenschaft oder Kunst in Anerkennung seiner Leistung mit einem umfangreichen und langlebigen Schutz aus. Als Werk im Sinne des Urheberrechts gelten dabei jedoch gem. § 2 Abs. 2 UrhG nur persönliche geistige Schöpfungen. Erreicht werden soll damit, dass lediglich Werke einer gewissen Gestaltungshöhe dem Schutz unterfallen.

Wie hoch diese Schwelle liegt hängt von der Werksart ab und ist in der Regel Frage des Einzelfalls. Siehe hierzu auch unsere Artikel zu [Produktbeschreibungen](#), [Werbetexten](#) und dem [Mc Donalds Werbeling „Ich liebe es“](#).

2. Ergänzender Leistungsschutz

Wie bereits für Werbeslogans in einem [früheren Beitrag berichtet](#), kann sich jedoch unter bestimmten Voraussetzungen ein Nachahmungsschutz auch aus lauterkeitsrechtlichen Gesichtspunkten ergeben.

Nach § 4 Nr. 9 UWG handelt unlauter der, der

"Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er

- a) eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt,
- b) die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt oder

c) die für die Nachahmung erforderlichen Kenntnisse oder Unterlagen unredlich erlangt hat;“

a. Konkretes Wettbewerbsverhältnis

Es bedarf zunächst also eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses zwischen dem Hersteller und dem Nachahmer. Von einem solchen Verhältnis ist immer dann auszugehen, wenn beide Parteien bestrebt sind gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen, und somit das Verhalten des einen Mitbewerbers Einfluss auf den anderen hat.

Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis ist daher zwischen zwei Online Händlern immer dann gegeben, wenn diese ein ähnliches oder vergleichbares Produktportfolio anbieten.

b. Waren und Dienstleistungen mit wettbewerbblicher Eigenart

Gegenstand des ergänzenden Leistungsschutzes sind „Waren und Dienstleistungen“. Der Begriff ist jedoch weit auszulegen, die Norm gegebenenfalls analog anzuwenden. Es kommen grundsätzlich Arbeitsergebnisse aller Art in Betracht, wie etwa Datenzusammenstellungen und Werbeauftritte. Allerdings erfasst der Schutz nur solche Arbeitsergebnisse, die eine gewisse wettbewerbbliche Eigenart aufweisen. Auch hier kann nicht für alles ein Schutz erreicht werden.

Eine wettbewerbbliche Eigenart besteht nach der Rechtsprechung dann, wenn die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des Erzeugnisses geeignet sind, die angesprochenen Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen. Allgemein üblichen Gestaltungen wohnt eine solche Hinweisfunktion dagegen nicht inne.

c. Nachahmung

Die den Schutz auslösende Handlung des Mitbewerbers ist die Nachahmung. Diese kann in drei verschiedenen Formen vorliegen. Der Unmittelbaren Leistungsübernahme, der fast identischen Leistungsübernahme, sowie der nachschaffenden Leistungsübernahme.

Während bei der unmittelbaren Leistungsübernahme, die fremde Leistung unverändert übernommen wird, weist die fast identische Übernahme nur geringfügige Abweichungen auf. Bei der nachschaffenden Leistungsübernahme schließlich wird die ursprüngliche Leistung nur als Vorbild benutzt, darauf basierend jedoch eine eigene erstellt. Eine solche fällt nur dann unter den Nachahmungsschutz, wenn in der Nachahmung wesentliche Merkmale des Originals wiedergegeben werden, so dass dieses als Vorbild erkennbar bleibt.

d. Besondere wettbewerbliche Umstände

Schließlich müssen besondere Umstände hinzutreten, welche die Unlauterkeit der Nachahmung begründen. Das Gesetz führt hierzu in nicht abschließender Weise drei Beispiele auf:

- Die Herkunftstäuschung, die dann gegeben ist, wenn der vermeidbare Eindruck entstehen kann, die Nachahmung stamme vom Hersteller des Originals.
- Das Ausnutzen oder die Beeinträchtigung der Wertschätzung des nachgeahmten Erzeugnisses, also insbesondere Fälle des Imagetransfers.
- Das unredliche Erlangen, der für die Nachahmung erforderlichen Kenntnisse oder Unterlagen.

Eine weitere wichtige Fallgruppe stellt die Mitbewerber-Behinderung dar. Davon werden unter anderem Fälle erfasst, bei denen eine systematische Nachahmung einer Vielzahl von Erzeugnissen stattgefunden hat. Kriterien für die Unlauterkeit eines solchen Vorgehens sind dabei auch die Anzahl der nachgeahmten Erzeugnisse sowie die Höhe der Kosten, die sich der Nachahmer durch die Nachahmungen spart. Denn durch die Nachahmung zerstört er letztendlich gerade den wettbewerblichen Vorteil, den sich der Hersteller des Originals durch die entsprechenden Investitionen erkaufte hat.

3. Fazit

Unterhalb der Schwelle des urheberrechtlichen Schutzes besteht grundsätzlich Nachahmungsfreiheit. Nur in Ausnahmefällen verstößt hier die Übernahme fremden Contents gegen Wettbewerbsrecht.

Eine solche Ausnahme kann insbesondere dann anzunehmen sein, wenn das Original einen guten Ruf genießt oder es zu systematischen Nachahmungen kommt.

Autor:

Oliver Drews

(jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)