

von **Bodo Matthias Wedell**

Die Gedanken sind frei - auch bei Unternehmenskritik durch Metatags

Die Verwendung eines Namens in einem Metatag zur Ausübung von Unternehmenskritik ist von der Meinungsfreiheit gem. Art. 5 Abs. 1 GG gedeckt. Diese Grundaussage beansprucht auch dann Geltung, wenn der Name des Unternehmens oder sogar der des Unternehmers als natürliche Person selbst zwecks besserer Auffindbarkeit in Suchmaschinen als Metatag benutzt wird. Ein Unterlassungsanspruch hiergegen ist insoweit zu verneinen, solange die ausgeübte Kritik sachlich und objektiv bleibt. Eine Grenze und damit ein Unterlassungsanspruch ist bei einer bloßen Schmähkritik zu bejahen, vgl. OLG München, Urteil vom 9 Februar 2012, Az. 6 U 2488/11.

Was war passiert?

Die Klägerin des Unterlassungsbegehrens, die European Businessguide GmbH, bietet ihren gewerbetreibenden Kunden eine kostenpflichtige Eintragung in Branchenbucheinträge an. Hierbei bedient sie sich in ihren Werbeschreiben bewusst irreführender Formulierungen. Die Entgeltlichkeit der Dienstleistung wird für den Verbraucher bewusst unauffällig gestaltet, so dass dieser bei bloßem Überfliegen des Angebots von einer unentgeltlichen Serviceleistung ausgeht. Die Inkaufnahme des Irrtums über die Entgeltlichkeit wird dabei bewusst in Kauf genommen. Hierbei mag gesagt sein, dass die bewusste Gestaltung von Werbung und gewerblichen Angeboten kritisch zu würdigen sein mag, aber letztlich den gesetzlichen Vorgaben entspricht, solange alle geforderten Angaben vorhanden sind.

Bei der beklagten Partei handelte es sich um einen Journalisten, der dieses betriebene Geschäftsmodell sowohl im Rahmen seines Internetauftritts, als auch im Rahmen diverser anderer Blogbeiträge, unter anderem als „Adressbuchswindel“ anprangerte. Zur besseren Auffindbarkeit seiner kritischen Beiträge im Internet, etwa in Suchmaschinen verwendete er sowohl den Unternehmensnamen, als auch den Namen des Unternehmers selber als keyword, sog. Metatag. Dieses führte wiederum dazu, dass bei Eingabe des Firmenschlagworts European Businessguide beim Suchmaschinenbetreiber google.de seine Beiträge an vierter Stelle auf der Hauptseite erscheinen. Die European Businessguide GmbH vertreten durch ihren Geschäftsführer beehrte gerichtlich auf Unterlassung dieser Praxis.

Die Entscheidung des Gerichts:

Das OLG München verneinte einen Unterlassungsanspruch der Klägerin und urteilte, dass die Benutzung des Unternehmens- und Unternehmernamens als Metatag in diesem Fall von der Meinungsfreiheit gem. Art. 5 GG des Journalisten gedeckt sei. Dem Kläger sei zwar in der Tat ein sehr hohes Interesse an der alleinigen Nutzung sowohl seines Markennamens, als auch seines eigenen Namens zuzusprechen. So sei es richtig, dass ein Unternehmensname ohne die Zustimmung des Berechtigten nicht verwendet werden dürfe. Dies sei insbesondere dann der Fall, wenn die damit

verbundene Kritik geeignet ist, das Ansehen des Unternehmens oder des Unternehmers nachhaltig negativ zu beeinflussen und die Unternehmensleistung oder das Unternehmensprodukt nachhaltig beim Verbraucher zu schmälern.

Das Gericht erkannte aber die Notwendigkeit einer Abwägung zwischen dem alleinigen Nutzungsrecht des Namensrechtsinhabers an seinem Namensrecht auf der einen Seite und der grundrechtlich gewährleisteten Meinungsäußerungsfreiheit gem. Art. 5 Abs. 1 GG des Journalisten auf der anderen Seite.

Dieser Meinungsfreiheit sei insbesondere dann der höhere Stellenwert einzuräumen, wenn sich ein Unternehmen, wie in diesem Fall unzweifelhaft gegeben, mit seinem Geschäftsmodell in einem Grenzbereich juristisch noch vertretbarer Handlungen befinde. Ein so handelndes Unternehmen müsse sich eine herabwürdigende, im Grenzfall sogar eine polemische Kritik gefallen lassen, solange diese noch nachvollziehbar sei. Eine Grenze und damit ein Unterlassungsanspruch ist jedenfalls dann zu ziehen, wenn eine sogenannte Schmähkritik vorliegt.

Eine solche Schmähkritik ist dann gegeben, wenn keine sachliche Auseinandersetzung mehr stattfindet, sondern es dem Kritiker nur um eine bloße Diffamierung des Gegenübers geht. Dieses wurde vom Gericht allerdings nicht festgestellt, vielmehr bemühte sich der Journalist, nach Ansicht des Gerichts, immer noch um eine objektive Berichterstattung.

Das Fazit:

Das OLG München hat mit diesem Fall mehrere rechtliche Feststellungen bezüglich der Verwendung von Namen als Metatags getroffen.

In Bezug auf geübte Kritik hat das Gericht wieder einmal die Rechtsprechungslinie der oberinstanzlichen Gerichte bestätigt, nämlich dass sich ein am freien Wettbewerb teilnehmende Unternehmer dieser grundsätzlich stellen muss. Nach Ansicht des Gerichts ist dies umso mehr für solche Geschäftsmodelle zu bejahen, die sich in einem Grenzbereich zur Illegalität bzw. zur Sittenwidrigkeit bewegen.

Eine Grenze zulässiger Kritik ist dort zu ziehen, wo der Boden sachlicher Argumentation verlassen wird und lediglich bloße Schmähkritik zum Zwecke der Diffamierung ausgeübt wird. Durch die Annahme der Beschwerde hat er zudem festgestellt, dass ein Unternehmer durchaus aus eigenen Namensrecht klagen kann, wenn dieser als Metatag verwendet wird. Zudem stellte das Gericht klar, dass ein fremder Markenname als Metatag auf der eigenen Internetpräsenz verwendet werden darf, wenn der Betreiber der Homepage einen sachlichen Grund für die Verwendung hat. Dieses kann, wie im vorliegenden Fall, die Ausübung der grundrechtlich gewährleisteten Meinungsfreiheit in Form von Kritik sein, sofern diese sachlich geführt wird.

Ob ein gerichtliches Vorgehen auf Unterlassung Aussicht auf Erfolg hat, sollte zur Vermeidung von Prozesskosten durch einen Spezialisten im Einzelfall geprüft werden. Ihre IT Recht Kanzlei berät Sie gerne!

Autor:

Bodo Matthias Wedell

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)