

Branchenspezifischer Sachverhalt: Handelsplattformen

I. Einleitung

Internetbasierte Handelsplattformen dienen Unternehmen als Erweiterung ihrer Marktinfrastruktur. Digitale Plattformen sind als neue Vertriebskanäle dazu geeignet, größere Kundenkreise anzusprechen als es bisher möglich war. Jedoch obliegt insbesondere den großen Plattformbetreibern, auf denen viele Händler ihre Waren und Dienstleistungen anbieten, eine gewisse Verantwortung. Im nachfolgenden Abschnitt soll daher geklärt werden, welche rechtlichen Pflichten Plattformbetreiber im Hinblick auf schutzrechtsverletzende Handlungen Dritter haben.

II. Rechtsfragen

1.1. Produktnachahmung und andere rechtswidrige Handlungen

Durch die Digitalisierung des Handels nimmt die Verbreitung von gefälschten Produkten stetig zu.¹ Betroffen sind dabei sowohl die Produkte von Großkonzernen als auch KMU. Im folgenden Abschnitt wird dargestellt, ob und welche Maßnahmen ein Plattformbetreiber ergreifen muss, um die Verbreitung gefälschter Waren durch Dritte zu verhindern.

Der EuGH entschied, dass es einem Plattformbetreiber grundsätzlich nicht zumutbar ist, jedes Angebot auf seine Rechtmäßigkeit zu kontrollieren.² Anders verhält es sich jedoch, wenn der Betreiber Kenntnis über die Rechtsverletzung hat oder ein konkreter Hinweis auf eine rechtswidrige Tätigkeit existiert.³ Ob der Hinweis konkret genug ist, bemisst sich anhand des „gewerblichen inländischen Adressatenkreises“⁴. Die Pflichten die sich daraus ergeben, umfassen nicht nur die Löschung des betroffenen Angebotes, sondern auch die Prävention weiterer Verstöße durch den Anbieter.⁵ Dies ist für die Anbieter von Waren besonders dann interessant, wenn ein Händler Waren über eine Plattform anbietet, die vom Hersteller nicht für den Verkauf (auf diesem Markt oder generell) vorgesehen sind oder es sich um Nachahmungen handelt. In diesem Fall kann der Anbieter bzw. Hersteller nicht nur Ansprüche gegen den Händler, sondern auch gegen den Plattformbetreiber als Störer geltend machen. Letzterer hat nicht nur die Pflicht zur Beseitigung der betroffenen Ware, sondern auch die Maßnahmen treffen, die eine weitere Rechtsverletzung verhindern.⁶ Diese Maßnahmen dürfen für den Betreiber nicht unverhältnismäßig kostspielig oder aufwändig

¹ EU-Kommission, Report of the EU customs enforcement of intellectual property rights 2018

² Ebenfalls BGH: Reichweite der Störerhaftung für Internetauktionshäuser, in GRUR 2011, 1038 Rn.21

³ Vgl. EuGH GRUR 2011, 1025, 1032, 1034 Rn. 109 ff., 139 – L'Oréal/eBay

⁴ *Goldmann*, Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig UWG 4. Auflage 2016 Rn. 511-517, § 8 Beseitigung und Unterlassung Rn.512; Vgl. auch BGH: Reichweite der Störerhaftung für Internetauktionshäuser, in GRUR 2011, 1038

⁵ Vgl. EuGH GRUR 2011, 1025, 1033 Rn. 119 – L'Oréal/eBay

⁶ Vgl. BGH, Urt. v. 5.2.2015 – I ZR 240/12 (OLG Hamburg), in GRUR 2015, 485

sein.⁷ Beispielsweise können Filter oder Bilderkennungssoftware als Maßnahmen eingesetzt werden.⁸

1.2. Abweichungen in Österreich und der Schweiz

In Deutschland besteht nach §§ 8 bis 10 TMG ebenfalls keine allgemeine Prüfpflicht, der Rechteinhaber kann jedoch vom Plattformanbieter die Sperrung der Informationen verlangen, die eine Rechtsverletzung auslösen. Die Privilegierung des Dienstanbieters gilt in diesem Fall nicht.⁹ In der Schweiz besteht keine spezielle Regelung für die Haftung von Plattformbetreibern. Plattformbetreiber müssen jedoch solche Informationen überprüfen und ggfs. sperren, die als Rechtsverletzung gemeldet sind. Für sie gilt die Haftung nach Art. 41 OR bei Vorsatz oder Fahrlässigkeit.¹⁰

Nach Art. 14 des österreichischen ECG, welches die EU-ECRL umsetzt, ist ein Provider, der Speicherplatz für fremde Inhalte ebenfalls von der Haftung befreit, sofern er von der Rechtswidrigkeit keine tatsächliche Kenntnis hat. Erhält der Anbieter Kenntnis davon, muss er jedoch unverzüglich tätig werden um die Information zu entfernen oder den Zugang zu sperren.

2.1. Untersagen von Vertrieb der Produkte über bestimmte Handelsplattformen

Eine weitere Rechtsfrage die sich bezüglich Handelsplattformen stellt ist, ob ein Anbieter den Vertrieb seiner Waren auf einer bestimmten Plattform untersagen darf. Konkret stellt sich die Frage ob es sich hierbei um eine Wettbewerbsbeschränkung nach Art. 101 I AEUV handelt.¹¹ Gängig ist dieses Verbot insbesondere bei Anbietern von Luxus-Produkten, da durch den Verkauf auf herkömmlichen Plattformen (bspw. *Amazon*¹²) eine Schädigung des Images befürchtet wird.¹³ Nach einer Entscheidung des EuGH, stellt dieses Verbot keine Wettbewerbsbeschränkung dar, wenn es der Wahrung dieses Images dient und die Auswahl der Verkäufer anhand von objektiven Kriterien erfolgt.¹⁴ Für die Anbieter von Waren ist dies insbesondere dann entscheidend, wenn mit dem Plattformbetreiber selbst keine Vertragsbeziehung vorliegt und die Kriterien des Vertriebs der Ware, wie Qualitätsanforderungen, nicht bedingt werden können.¹⁵ Auch Vertragsklauseln, die ein Verbot des Vertriebs über nicht qualifizierte Plattformen enthalten sind zulässig. Jedoch nicht

⁷ Vgl. EuGH GRUR 2011, 1025 Rn. 139, 144 – L'Oréal/eBay

⁸ Vgl. LG Stuttgart, Urte. v. 5.6.2018 – 17 O 928/13

⁹ Vgl. *Hoeren*, Internetrecht 2018 S. 506

¹⁰ Vgl. Der Bundesrat, Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit von Providern Wichtigste Ergebnisse des Berichts des Bundesrates vom 11. Dezember 2015

¹¹ Vgl. *Janal*, Die Plattform-Ökonomie vor dem EuGH, in EuZW 2017, 844 (845)

¹² So auch in EuGH, Urteil vom 6.12.2017 – C-230/16

¹³ Vgl. *Rohrßen*, Internetvertrieb in der EU 2018 ff. – Online-Vertriebsvorgaben von Asics über BMW bis Coty, in ZVertriebsR 2017, 274

¹⁴ Vgl. EuGH, Urteil vom 6.12.2017 – C-230/16, Selektiver Vertrieb von Luxuskosmetika – Coty Germany, Rn.24 und 35f.

¹⁵ Ebd. Rn.56

ein generelles Verbot des Vertriebs über das Internet, was unter Berücksichtigung des digitalen Zeitalters eine Wettbewerbsbeschränkung darstellen würde.¹⁶ Die Entscheidung des EuGH lässt sich nicht nur auf Luxusartikel anwenden, auch im industriellen Bereich könnte sie maßgeblich sein.¹⁷ Ob der selektive Vertrieb für das Produktimage nötig ist, hängt von der Beschaffenheit der Ware ab. Möglich wäre dies bspw. bei komplexen industriellen Produkten.¹⁸

2.2. Abweichungen in Österreich und der Schweiz

In der Schweiz können solche Verbote nach art. 5 Abs. 4 KG als Wettbewerbsbeschränkung angesehen werden und sind sodann unzulässig. Die Schweizer Wettbewerbskommission hat als Reaktion auf das EuGH-Urteil i.S. Coty am 9. April 2018 klargestellt, dass ein solches Verbot keine qualitative schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkung darstellt, wenn die im Urteil genannten Anforderungen erfüllt sind.

III. Fazit

Als neue Hauptakteure des digitalen Handels, treffen Plattformbetreiber ähnliche Pflichten wie die Händler der analogen Welt. Ein gravierender Unterschied dazu ist jedoch die Menge der Waren und Dienstleistungen, die über digitale Handelsplattformen vertrieben werden können. Dies ist der Grund warum es einem Plattformbetreiber nicht zumutbar sein kann, jedes dieser Angebote zu überprüfen. Jedoch ist die Verantwortlichkeit für Rechtsverstöße zumindest nach einem konkreten Hinweis beim Plattformbetreiber. Auf dem Weg der Veränderung des Handels sind vielerlei Rechtsnormen in den unterschiedlichen Rechtsordnungen DACH-Region nicht mehr passend. Durch Reformen und neue entscheidende Urteile im Bereich E-Commerce wird das Recht dem digitalen Wandel allmählich angepasst.

¹⁶ Vgl. EuGH, Urteil vom 13.10.2011 - C-439/09 Rn.54

¹⁷ Vgl. *Hoeren*, EuGH: Selektiver Vertrieb von Luxuskosmetika – Coty Germany, MMR 2018, 77 (80)

¹⁸ Vgl. *Nolte*, Plattformverbote im Internetvertrieb, in BB 2017, 1978 (1989)