



# Lauterkeitsrechtlicher Leistungsschutz für Daten





# Gliederung

- I. Anwendungsbereich und Varianten des UWG-Leistungsschutzes
- II. Zwei Varianten des Leistungsschutzes für Daten
- III. Leistungsschutz für Daten „als“ Erzeugnisse, § 4 Nr. 3 lit. a, b UWG
- IV. Leistungsschutz für Daten „in“ Erzeugnissen, § 4 Nr. 3 lit. c UWG
- V. Unmittelbarer wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, § 3 Abs. 1 UWG



## I. Anwendungsbereich des UWG-Leistungsschutzes

- Streit, inwieweit insb. immaterialgüterrechtlicher Schutz Sperrwirkung für lauterkeitsrechtlichen Leistungsschutz entfaltet
  - Generelle Vorgabe: „Inselprinzip“ des Immaterialgüterrechts
    - = Schutz/Zuordnung von Informationen ist die Ausnahme, nicht die Regel
  - Daher Sperrwirkung: IP-Rechte begrenzen den **Anwendungsbereich** (nicht die Anwendbarkeit) **des Lauterkeitsrechts** jedenfalls soweit, wie der jeweilige **spezialgesetzliche Normzweck** reicht
  - Das Lauterkeitsrecht kann ergänzende Erwägungen anführen, die der spezialgesetzliche Schutz nicht berücksichtigt
- Extreme Konstellationsabhängigkeit = Leistungsschutz für Daten ist auf Einzelfälle begrenzt



## II. Zwei Varianten des Leistungsschutzes für Daten

Schutz „als Erzeugnisse“	Graubereich	Schutz „in Erzeugnissen“
<b>§ 4 Nr. 3 a, b UWG</b>		<b>§ 4 Nr. 3 c UWG</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Schutz gegen Nachahmung der Daten / DatenDL</li><li>• <b>Kein Schutz</b> gegen Produkte, in denen die Daten nicht erkennbar sind (selbst wenn die Produkte auf ihnen beruhen)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Abhängig von Tatbeständen „Nachahmen“ und „Anbieten“</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Schutz gegen Nachahmung bestimmter Produkte die auf den Daten beruhen (Schutz der Daten gegen bestimmte <u>Nutzungen</u>)</li><li>• <b>Kein Schutz</b> gegen Produkte, für deren Herstellung die Daten nicht erforderlich sind (selbst wenn sie im Produkt erkennbar sind)</li></ul>



### III. Leistungsschutz für Daten „als“ Erzeugnisse, § 4 Nr. 3 lit. a, b UWG

#### 1. Daten als Erzeugnisse mit wettbewerblicher Eigenart

- Wettbewerbliche Eigenart: Waren/DL müssen geeignet sein, die interessierten Verkehrskreise auf ihre betriebliche Herkunft oder ihre Besonderheiten hinzuweisen (stRspr)

#### a. Daten als Waren

- UWG-Warenbegriff: Daten müssten geeignet sein, als verwechslungsfähige Güter am Warenverkehr teilzunehmen (Erzeugnisschutz) und zumindest einer Vorstufe zu einem Marktangebot zuzuordnen sein (kein Ideenschutz, MüKoUWG/*Wiebe*, § 4 Nr. 9 Rn. 51)
- BGH Tele-Info-CD: „äußere Gestaltungsmerkmale“ von Daten → Wettbewerbliche Eigenart, wenn aus Sicht des Verkehrs nur bestimmte Anbieter über die Daten verfügen
  - z.B. Daten aus bestimmten Einrichtungen wie LHC, Speziallabore, große Automobilfirmen



- 
- Problem: Daten sind typischerweise Vorprodukte und nur selten Endprodukte
  - → ab wann sind Daten „Waren“?
    - bestehender (B2B-)Markt → **OK**
    - potentieller Markt → in Anlehnung an das Kartellrecht **gut vertretbar**
    - Daten als wesentlicher Bestandteil eines Endprodukts → **fraglich**



## b. Datendienstleistungen

- Dienstleistungen sind in § 4 Nr. 3 UWG ein Ausnahmetatbestand
- Daten-DL mitunter schwer vom Schutz der verwendeten Daten (als Waren) zu trennen
  - Aber: „Waren oder Dienstleistungen“ denkbar weit und als Gesamtbegriff zu verstehen
  - BGH (Dax): Nachahmung des DAX durch Herausgabe eines eigenen Aktienindexes „unter Nutzung von Ergebnissen“ die der Originalhersteller „ermittelt“ hat
- Dienstleistungen spielen eine wichtige Rolle im Big Data-Bereich
  - USA (*Michael Mattioli*): Big Data Practices = Verarbeitungsverfahren, deren Zweck vornehmlich darin liegt, aus Datenmassen möglichst effizient gezielt Informationen herauszufiltern
- Kategorien von Datendienstleistungen
  - Suchdienste oder Datenanalysen auf Basis eines eigenen Datenpools
    - Z.B.: Abgleich der Gensequenzen von Kunden mit eigenem Patientendatenpool
  - Wettbewerblich besonders eigenartige Dienste auf Basis öffentlicher Daten oder Daten Dritter
    - Z.B.: Dating-Dienst, der seine Mitglieder anhand ausgesuchter Merkmalskombinationen in ihren Facebookprofilen „matcht“



## 2. Die Nachahmung von Daten

### a. „Echte“ Nachahmung

#### – Daten als Waren

- Kopieren fremder Daten = schärfster Nachahmungstatbestand
  - (unmittelbare Leistungsübernahme / identische Kopie, insb. durch technische Mittel)

#### – Datendienstleistungen

- **Originaldienstleister mit eigenem Datenpool**
  - Nachahmung: Mitbewerber verschafft sich Zugang zu Daten ohne diese zu kopieren und nutzt sie für eine hinreichend ähnliche Dienstleistung wie der Originalanbieter
- **Eigenständig schutzfähige Dienstleistung**
  - Nachahmung: Anbieten hinreichend ähnlicher Dienstleistung genügt





## b. Graubereich: Die Reichweite des Nachahmungstatbestands

Inwieweit sind Folgeverwertungen/Fortwirkungen kopierter Daten Nachahmungen i.S.d. § 4 Abs. 3 UWG?

- BGH: Eine Nachahmung liegt vor, wenn für das nachgeahmte Produkt **Teile des Originals übernommen** werden, aus denen sich dessen **wettbewerbliche Eigenart ergibt** – das Original muss in der Nachahmung erkennbar sein (*Tele-Info-CD; Goldbären*)
  - Setzt sich im Tatbestand des „Anbietens“ fort
- Es könnte für Daten-Leistungsschutz genügen, wenn nur das **Endprodukt am Markt angeboten** wird, sofern die Daten darin „erkennbar“ sind

**Folgefragen** – Wie liegt es bei

- der Analyse fremder Daten – erfüllt die Analysehandlung den Nachahmungstatbestand?
  - der Verwendung eigener Ergebnisse, die auf fremden Daten beruhen?
  - dem Versand von Post / E-Mails anhand fremder Adresslisten?
  - ....
- **Entscheidend ist das Verhältnis der Eigenleistung des Nachahmers zum Nutzen der übernommenen Daten für die angebotenen Waren / DL**



### 3. Unlauterkeit der Nachahmung, § 4 Nr. 3 a, b UWG

#### a. Vermeidbare Herkunftstäuschung, § 4 Nr. 3 a UWG

- Charakteristisch: Nachahmer (fördert und) nutzt Markttransparenz
  - Datentypisches Paradoxon: Daten entfalten nur dann einen Nutzen, wenn Informationen über ihre Herkunft und Erhebung vorliegen (extreme Kontextabhängigkeit)
  - Daher: Verwechslung von Original und Nachahmung im Datenmarkt unwahrscheinlich
    - Ähnliches gilt für Datendienstleistungen
  - Näherliegend aber unspezifisch: Annahme wirtschaftlicher Beziehungen zw. Originalhersteller und Nachahmer (Herkunftstäuschung i.w.S.)
    - Insb. bei Datendienstleistungen
- Vermeidbare Herkunftstäuschung ist praktisch kaum relevant bzw. unspezifisch für den Datenmarkt



## b. Rufausbeutung und –schädigung

### Rufausbeutung

- Charakteristisch: Ausnutzen des zugunsten hochwertiger Originalhersteller und ihrer Produkte bestehenden Goodwills
- Datenmarkt: Wie in jedem Markt kann der Nachahmer geschäftliche Nähe zu populären Unternehmen behaupten
  - Z.B.: Unbekannter Anbieter von Verkehrsumfragen legt geschäftliche Nähe zu bekannten Instituten (z.B. TNS Emnid, IfD Allensbach) nahe

### Rufbeeinträchtigung

- Charakteristisch: Schädigung des fremden Rufs/Prestigewerts durch eigene Verhaltensweisen, insb. durch dauerhafte Ausbeutung → Übertragung negativer Qualitätsvorstellungen auf das Original
  - Datenmarkt: denkbar wäre die Manipulation von Daten unter falschen Angaben
    - Z.B.: Vertrieb minderwertiger Labor- oder Versuchsdaten
  - Fälle müssten drastisch ausfallen, da weniger Graustufen als bei physischen Produkten
    - „Daten-Billigmarken“ sind unwahrscheinlich
- Rufbeeinträchtigung/-ausbeutung ist unspezifisch für den Datenmarkt



## IV. Leistungsschutz für Daten „in“ Erzeugnissen, § 4 Nr. 3 lit. c UWG

- § 4 Nr. 3 lit. c UWG bildet seit jeher eine Ausnahme gegenüber lit. a und b
- Ergänzt die zivilrechtliche Seite der §§ 17 ff. UWG (i.V.m. §§ 3, 3a, 8 f. UWG bzw. §§ 823 Abs. 2, 1004 BGB)
- Erfordert keine wettbewerbliche Eigenart der Waren und DL (str.)

### 1. Schutzrichtung

- Schutz gegen *Nachahmung von Produkten* die auf *unredlich erlangten Informationen* beruhen (i.S.e. Kausalbeziehung)
  - kein Schutz für Daten „als solche“!
  - (nur) Schutz gegen eine bestimmte Nutzung der Daten
- Rechtsfolgen: Schadensersatz (dreifache Schadensberechnung); Eingriffskondiktion; Gewinnherausgabe wegen angemessener Eigengeschäftsführung



## 2. Schutzgegenstand

- **Kenntnisse und Unterlagen**, die für die Nachahmung „erforderlich“ sind
  - „erforderlich“ = kausal (i.S.e. *conditio sine qua non*) für die konkret erfolgte Nachahmung
  - *ex-post*-Betrachtung

### Welche Daten sind erfasst?

- Konkrete Produktionsvorgaben, z.B.
  - wie und aus welchem Material Formen für Betonsteinelemente herzustellen sind (BGH)
  - Andruck eines Brombeermusters zur Herstellung bedruckter Stoffe (BGH)
- Vertretbar: Daten aus denen Schlüsse auf entscheidende Herstellungsschritte *abgeleitet* wurden, auch Rohdaten und betriebswirtschaftliche Unterlagen, z.B.
  - Smart Meter-Daten und andere Verbrauchserfassungen
  - Logistikdaten, Bestelldaten
  - Sensordaten aus dem Produktionsbereich
  - ...



### 3. Erforderlicher Grad der Geheimhaltung

- § 4 Abs. 3 lit. c UWG
  - Wortlaut setzt kein Betriebsgeheimnis voraus
    - kein Geheimhaltungswille erforderlich
  - Fallgruppe liegt „zwischen Geheimhaltung und Offenkundigkeit“ (*T. Sambuc*)
  - BGH: Es genügt, wenn die Informationen nicht oder noch nicht ohne Weiteres zugänglich sind (*Brombeer-Muster*. „nicht ohne weiteres zugängliches Know-how“; *Betonsteinelemente*)
  
- Niedrigerer Grad an Geheimhaltung als § 17 UWG, allenfalls auf Höhe von § 18 UWG

### 4. Unredliche Erlangung von Kenntnissen oder Unterlagen

- Weit gefasster Tatbestand
- Vertretbar: Anlehnung an Fallgruppe des „Erschleichens und Vertrauensbruchs“ (§ 1 UWG 1909), erfasst auch:
  - *unredliche* Verwertung ursprünglich *redlich* erlangter Kenntnisse (nach Vertrauensbruch)
  - fahrlässigen Ankauf unredlich erlangter Daten



## 5. Verschulden und Kreis der Passivlegitimierten

### – Passivlegitimiert:

- wer nachgeahmte Waren oder DL *anbietet*
  - erfasst Hersteller und Händler (str.)

### – Verschulden:

- Schadensersatz: einfache Fahrlässigkeit

→ Erfasst auch unklare Fälle wie z.B. Ankauf von Daten aus fragwürdigen Quellen

→ Drittschutz für Geheimhaltungsvereinbarungen (NDGs) bzw. (vor)vertragliches Vertrauen

## 6. Zwischenergebnis: Schutzvorteile des § 4 Nr. 3 lit. c UWG gegenüber §§ 17 ff. UWG

- Knüpft *ex post* daran an, ob die Daten/Informationen tatsächlich kausal für die Nachahmung waren
- Verlangt geringeren Geheimhaltungsgrad
- Erfasst tendenziell größeren Kreis an Passivlegitimierten
- Für Schadensersatzansprüche nur einfache Fahrlässigkeit (statt Eventualvorsatz) erforderlich → geringere Beweisprobleme



## V. Unmittelbarer wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, § 3 Abs. 1 UWG

- unmittelbarer Leistungsschutz verbietet nur Nachahmung und deren Vermarktung
- flexibler: „sonstiges Recht“ an Daten nach § 823 Abs. 1 BGB

### 1. Hartplatzhelden-Rspr. / Fallgruppe „allgemeines Marktversagen“

- Unmittelbarer Leistungsschutz setzt voraus:
    - Leistungsergebnis, für das der Leistungsträger **erhebliche Investitionen** getätigt hat
    - dessen Erbringung und Bestand ohne diesen Rechtsschutz **ernstlich in Gefahr** geriete (Marktversagen)
    - Lit.: Nachahmer erbringt **keine nennenswerten eigenen Leistungen**
- Hier: Datenmarkt und Big-Data-Angebote wachsen permanent → kein Marktversagen





## 2. Kritik

- Marktversagen ist nicht der einzig denkbare Grund für Investitionsschutz
- Mögliche weitere Schutzgründe:
  - „neuer, anders gelagerter Schutzgegenstand (...), der durch das System der etablierten Sonderschutzrechte nicht erfasst wird“ (GK-UWG/*Leistner*)
  - Förderung neu entstehender Märkte?

## 3. Begünstigende Parameter für unmittelbaren Leistungsschutz an Daten

- im Immaterialgüterrecht bislang kaum berücksichtigte Art von Daten
- schwer erhebbare / erzeugbare Daten
- hohe Investitionen des Originalherstellers
- gesellschaftliche / wirtschaftliche Relevanz der Daten
- Warencharakter der Daten / Produktnähe
- kein Allgemeininteresse an freier Datennutzung
- legitimes Geheimhaltungsinteresse des Originalherstellers



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

---