

Thomas Gramespacher, in: MIR 3007, Dok. 250, Rz. 1-10

Das Wettbewerbsrecht ist gerade im Bereich der Medien und hier natürlich im Bereich des Internets ein in der täglichen Praxis äußerst präsentenes Rechtsgebiet. Fundierte und vor allem aktuelle Kenntnisse aus diesem Bereich sind die Voraussetzung für die erfolgreiche Bearbeitung auch alltäglicher Mandate und die umfassende Beratung und Absicherung von Unternehmen und deren mit Marketing, Unternehmenskommunikation, Produktent- und weiterentwicklung, Public Relations und Werbung befassten Mitarbeitern, sei es als Rechtsanwalt oder Unternehmensjurist.

Mit dem vorliegenden "PraxisKommentar UWG" erweitert die Juris GmbH das Feld der Kommentierungen zum "Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb" am Markt um ein – nicht nur äußerlich - kompaktes und griffiges Nachschlagewerk.

Den bekannten Konflikt von Gesetzeskommentierungen, die Rechtsentwicklung – vor allem die Entwicklung der Rechtsprechung – nicht aktuell abbilden zu können, versucht Juris mit einer ständig abrufbaren Onlineaktualisierung nachzukommen. Printprodukt und die Onlinekommentierung sollen wohl zu einem modernen, sich insgesamt vervollständigenden Arbeitsmittel verschmelzen. Mittels einem, mit dem Buch ausgelieferten Freischaltcode und nach entsprechender Anmeldung erhält der Käufer mit Erwerb des Buches Zugang zu den entsprechenden Internetseiten auf juris.de. Die aktualisierten Bereiche der Kommentierung sind online entsprechend kenntlich gemacht und so leicht zuzuordnen. Im Zweijahresrhythmus soll die Buchauflage neu erscheinen.

Die inhaltliche Qualität des Werkes erscheint indes bereits durch die Bearbeiter gewährleistet. Neben der Herausgeberschaft eines weithin bekannten Wettbewerbsrechtlers, Prof. Dr. Eike Ullmann (Vors. Richter des BGH a.D – I.Zivilsenat), zählen insgesamt sieben weitere Richter, Rechtsanwälte und ausgewiesene Experten auf ihrem Gebiet zum Autoren-Team.

Dem Titel "Praxiskommentar" folgend versucht sich die die Darstellung strikt an dem Stand der (herrschenden) Rechtsprechung zu orientieren. Die wissenschaftlich und auch historisch vergleichende Kommentierung und ausführliche Darlegung von Meinungsständen soll eindeutig im Hintergrund stehen. Es wird versucht, dem Benutzer die in der Praxis maßgebliche, schnelle und pointierte Beantwortung der "Tagesfragen" in "gerichtsfester" Form zu bieten – dies gelingt mit gutem Erfolg.

Aufbau, System und auch die sprachliche Darstellung machen es leicht, die Inhalte des Kommentars unmittelbar auszuwerten und etwa in den zur Bearbeitung stehenden Schriftsatz einzuarbeiten. Als praktisch erweist sich hier freilich wiederum der Zugriff auf die Onlineversion.

Ohne zu ausführlich auf den Inhalt und den der vorliegenden Buchauflage zu Grunde liegenden Rechtsstand einzugehen, ist darauf hinzuweisen, dass jedenfalls die 2006 erschienene Buchversion des Werkes an den im Bereich des Medien- und Internetrechts

einschlägigen Stellen (etwa: § 8 Rn. 80 – 2. Medien- und Teledienste) das Inkrafttreten des Telemediengesetzes (TMG) noch nicht berücksichtigen konnte. Dies ist zu verschmerzen, da die Einführung des TMG wohl in den wesentlichen Tatbeständen selbst keine allzu bedeutsamen Änderungen gebracht hat. Zudem sind die erforderlichen Anpassungen in der Onlineversion bereits vorgenommen worden. Berücksichtigt ist schließlich die Richtlinie 2005/29/EG vom 11.05.2005.

Weniger mit Blick auf den rechtlichen Gehalt als auf eine inhaltliche (technische) Korrektheit ist zu bemerken, dass selbst eine hoch dotierte Bearbeitung wie die Vorliegende jedenfalls im Bereich der für den Internetbereich maßgeblichen technischen Terminologie "gefällige Unzulänglichkeiten" aufweist. So sind die Sagen umwobenen META-Tags freilich nicht selbst Schlagworte im HTML-Quellentext einer Internetseite, die als Schlüsselworte für Suchmaschinen dienen (vgl. § 7 Rn. 130). Richtig ist, dass in dem META-Tag "Keywords" und/oder in dem META-Tag "Description" Beschreibungen und Schlüsselwörter (Keywords) enthalten sein können, die wettbewerbsrechtlich relevante Positionen berühren mögen. Misslich scheint indes auch die sich aus dem Kontext der Erläuterungen zu § 4 Nr. 1 – wiederum – ergebende Fehldefinition der META-Tags an sich. Hierunter sei die Manipulation von Suchmaschinen durch die Verwendung von Begriffen im Dokumentkopf zu verstehen, die mit dem eigenen Namen bzw. dem Unternehmen nichts zu tun haben. Also sind META-Tags eine Suchmaschinen-Manipulationstechnik? Natürlich nicht. Diese herausgegriffenen Beispiele zeigen allerdings, dass gerade im Bereich der neuen Medien und Technologien die unpräzise Verwendung nicht-juristischer Terminologien durchaus zu einem "argumentativen Stolperstein" werden kann. Es bleibt abzuwarten, wie sich derartige "Defizite" – nicht nur hinsichtlich des hier vorgestellten Werkes, sondern wohl auch im Hinblick auf durchaus weite Teile der Judikatur und (Kommentar-) Literatur – in Zukunft "auswachsen" werden.

All dies schmälert natürlich die juristische Präzision der Kommentierung keineswegs. Erfreulich ist auch, dass der Bereich der „Neuen Medien“ seiner Rolle entsprechend die angemessene Beachtung findet. Hier geht „der Ullmann“ etwa in den Erläuterungen zu § 4, § 5 UWG und etwa § 7 UWG ausführlich und gleichsam prägnant auf eine Vielzahl der relevanten und aktuellen Problemkreise ein und kann die Intention einer an der Rechtsprechung und der praktischen Lösung orientierten Arbeitshilfe unter Beweis stellen. Unbedingt hinzugezogen werden sollten bei der Benutzung auch hier wiederum die online zur Verfügung stehenden Aktualisierungen.

Insgesamt bietet der Kommentar eine empfehlenswerte Ergänzung einer jeden (Hand-) Bibliothek und kann aufgrund seiner guten und eingängigen Darstellung nicht nur ausschließlich Fachjuristen ans Herz gelegt werden.