

# Schutz vor Nachahmungen durch das Rechtsinstitut des „parasitisme“ im französischen Recht

Referent: Gordian Deger

DACH-Tagung 19. September 2025

Qivive

Konrad-Adenauer-Ufer 71

50668 Köln

T 0221 139 96 96 0

[www.qivive.com](http://www.qivive.com)

Ihr Referent



Gordian Deger LL.M.  
Rechtsanwalt | Mediator



**Gordian Deger** berät seit vielen Jahren umfassend im deutschen und französischen Vertrags- und Wettbewerbsrecht. Er vertritt unsere Mandanten gerichtlich und außergerichtlich und ist als Mediator tätig.

- Eine der führenden Kanzleien im deutsch-französischen Wirtschaftsverkehr
- Über 25 zweisprachige Rechtsanwälte und Avocats
- Beratung in allen Fragen des deutschen und französischen Wirtschaftsrechts
- Büros in Köln | Paris | Lyon | Straßburg





## Einleitung

- Produktnachahmungen treten häufig dort auf, wo gewerbliche Schutzrechte fehlen, abgelaufen sind oder schwer durchsetzbar sind.
- Digitale Märkte, Plattformen und Social Media intensivieren Trittbrettfahrer Risiken.
- Parasitismus dient als deliktische Antwort auf „Free Riding“: Schutz vor unlauterer Wertabschöpfung.
- Spannungsfeld Innovationswettbewerb  $\leftrightarrow$  Imitationswettbewerb

1. Die Entwicklung des Verbots des unlauteren Wettbewerbs auf der Grundlage der deliktischen Generalklausel
2. Die „Emanzipation“ des *Parasitisme*
3. Die Voraussetzungen des *Parasitisme* anhand zweier neuerer Urteile
4. Beweislast und Beweismittel
5. Sanktion des *Parasitisme*
6. Verhältnis zum Immaterialgüterrecht
7. Vergleich mit dem deutschen Recht
8. Ausblick: Schutz vor „AI Scraping“?

## Die deliktische Generalklausel des frz. Rechts

- Parasitisme als Ausprägung der *concurrency déloyale* fußt auf der deliktischen Generalklausel

- Art. 1240 Code civil:

*„Jede Handlung eines Menschen, die einem anderen Schaden zufügt, verpflichtet denjenigen, durch dessen Verschulden (faute) sie geschehen ist, zum Ersatz.“*

- Voraussetzungen:
  - Schaden (*dommage, préjudice*)
  - Schuldhafte Pflichtverletzung (*faute*)
  - Kausalzusammenhang (*lien de causalité*)

## Überblick unlauterer Wettbewerb

- **Voraussetzungen der Haftung wegen unlauteren Wettbewerbs**
  - Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien
  - Pflichtverletzendes Verhalten des Beklagten (*faute*)
    - Keine gesetzliche Definition der wettbewerbswidrigen Handlung
    - Verstoß gegen die guten Sitten im Geschäftsverkehr (*usages honnêtes du commerce*).
    - Mit dem Ziel, die Kunden des Wettbewerbers abzuwerben (*détournement d'une clientèle commune*)
    - Wichtigste Fallgruppen: Nachahmung, Herkunftstäuschung, Anschwärzung, Behinderung, Rufausbeutung (*parasitisme économique*)
- Schaden
  - Z.B. Kundenverlust, Rufschädigung, wirtschaftliche Verluste wie entgangener Gewinn
- Kausalität zwischen Pflichtverletzung und Schaden (*lien de causalité*)

## Wirtschaftlicher Parasitismus als Fall der *concurrency déloyale*

- Fallgruppe von der Lehre entwickelt und seit einigen Jahrzehnten von den Gerichten anerkannt
- Umfangreiche Kasuistik führt dazu, dass die Konturen unscharf sind
- *Unlauterkeit ergibt sich aus einer Reihe von Umständen, die in Ihrer Gesamtheit zu betrachten sind* (Cass. com. Urt. 10.07.2018, Az. 16-23.694 FS-PB)
- Ursprüngliche Voraussetzungen:
  - Wettbewerbsverhältnis
  - Parteien sind Wirtschaftsteilnehmer
  - Ausnutzen fremden Rufs oder fremder Investitionen ohne eigene Anstrengungen
  - Schaden

## Die „Emanzipation“ des *Parasitisme*

- Entbehrlichkeit“ des **Wettbewerbsverhältnisses**
  - Haftung setzt kein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien voraus (Cass. com. 30.05.2000, Az. 98-15.549)
  - Unterscheidung *concurrency parasitaire / agissements parasitaires*
- Entbehrlichkeit der **Unternehmereigenschaft**
  - Haftung ist unabhängig vom rechtlichen Status oder der Tätigkeit der Parteien (Cass. com. 16.02.2022, Az. 20-13.542 FS-B)
  - Z.B. können nicht-kommerzielle / öffentliche Einrichtungen oder Vereine Ansprüche wegen Parasitismus gelten machen
- Entbehrlichkeit der **Verwechslungsgefahr**
  - Haftung setzt keine Verwechslungsgefahr zwischen den Produkten oder den Unternehmen der Parteien voraus (Cass. com. 30.01.2001, Az. 99-10.654 FS-P). Aber Inverbindungbringen ist erforderlich.
- Erweiterung der geschützten **Leistungen**
  - Erweiterung auf jede identifizierte wirtschaftliche Wertposition (z.B. Investitionen, Innovationsleistung, Reputation).

## Grenzen: Freiheit von Wettbewerb und Kunst

- **Wettbewerbsfreiheit** (*liberté du commerce*): Besteht kein Schutzrecht, ist die Vermarktung von Produkten, die denen eines Mitbewerbers ähnlich sind, grundsätzlich zulässig (vgl. Cass. com. Urt. 09.06.2004, Az. 03-10.136 F-D).
- **Ideen** sind nicht geschützt (*les idées sont de libre parcours*, vgl. Cass. civ., Urt. 22.06.2017, Az. 14-20310).
- Trends und banale Motive sind nicht geschützt
- **Kunst- und Meinungsfreiheit**: Die Kunstfreiheit endet dort, wo die wirtschaftliche Verwertung der fremden Leistung anfängt, vgl. Rolex ./ Perathoner (CA Paris, Urt. 13.12.2024, Az. 22/13525).
- **Abwägung**: Vermeidung wirtschaftlicher Vorteile, die mit lauterem Mitteln nicht hätten erzielt werden können.

## Neuere Rechtsprechungstendenzen

- **Fall: Decathlon ./ Intersport France** (Cass. com. 26.06.2024, Az. 22-17.647 und 22-21.497)
- Decathlon hat eine Schnorchelmaske mit integriertem Schnorchel namens „Easybreath“ entwickelt, deren Glas weniger beschlagen und die leichteres Atmen ermöglicht soll. Sie ist Inhaberin eines 2014 eingetragenen Unionsdesigns für dieses Produkt.
- Intersport France hat von dem deutschen Unternehmen Phoenix Group Vollgesichtsmasken mit integriertem Schnorchel erworben und ab 2017 unter der Marke „Tecnopro“ in Frankreich vertrieben.
- Decathlon verklagte Intersport und Phoenix wegen Verletzung des Gemeinschaftsdesigns, unlauteren Wettbewerbs und Parasitismus. Intersport beantragte Klageabweisung und widerklagend die Nichtigkeit des Unionsdesigns.

## Neuere Rechtsprechungstendenzen

- **Fall: Decathlon ./ Intersport France** (Fortsetzung)
- Das Unionsdesign ist zwar wirksam, aber die streitgegenständliche Maske verletzt dieses nicht (anderer Gesamteindruck).
- Kein Anspruch wegen unlauteren Wettbewerbs (*imitation*) wegen fehlender Verwechslungsgefahr zwischen den Produkten.
- Aber Einfuhr und die Vermarktung der Tauchermasken durch Intersport und Phoenix stellt parasitäres Verhalten zum Nachteil von Décathlon dar.
- Wirtschaftlicher Wert von Decathlon:
  - hohe Bekanntheit der Maske „Easybreath“ im relevanten Zeitraum
  - Nachgewiesene Entwicklungskosten von 350.000 Euro und Werbeinvestitionen von über drei Millionen Euro
  - Umsatz von mehr als 73 Mio. Euro zwischen 2014 und 2018
  - innovativer Charakter des Produkts
  - Keine Entwicklungskosten bei Phoenix und Intersport nachgewiesen
- Schadensersatz i.H.v. 100.000 Euro.

## Neuere Rechtsprechungstendenzen

### **Fall: Maisons du Monde ./ . Auchan** (Cass. com., Urt. 26.06.2024, Az. 23-13535)

- MdM wirft der großen Supermarktkette Auchan vor, Tassen und Schalen mit einem „Vintage-Dekor“ vertrieben zu haben, welches einem vor ihr zuvor geschaffenen Wandbild gleicht.
- Das Wandbild wurde 2010 vom internen Designbüro von MdM entworfen und auf Leinwand mit dem Namen „*Pub 50's*“ vermarktet.
- MdM: Kombination von ikonischen Objekten aus den 1950er Jahren und einem ausgeschnittenen schwarz-weiß-Foto einer Frau. Dadurch unterscheide sich das Bild erheblich von anderen Produkten und verleihe ihm eine hohe Attraktivität.

## Neuere Rechtsprechungstendenzen

### **Fall: Maisons du Monde ./ Auchan (Fortsetzung)**

- Keine Ansprüche wegen Parasitismus, weil:
  - Die Erstellung und Vermarktung der Leinwand „*Pub 50's*“ stellt keinen ausreichenden identifizierbaren und individualisierten wirtschaftlichen Wert dar.
  - Es handelt sich um eine Kombination aus verschiedenen Stock-Fotos, die an den amerikanischen Lebensstil der 1950er Jahre erinnern.
  - Die Leinwand wurde in einem begrenzten Zeitraum vermarktet und entspricht der seinerzeit beliebten „Vintage“-Mode, die neben MdM auch von anderen Unternehmen bedient wurde.
  - Kein Flaggschiff-Produkt: Die Vintage-Kollektion war nur eine von mehreren Stil-Kollektionen, die MdM im relevanten Zeitraum vermarktete.
  - Das Dekor der von den Firmen Auchan vertriebenen Tassen und Schalen stellt keine sklavisches Nachahmung der Leinwand von MdM dar.

## Voraussetzungen des Parasitisme

- **Voraussetzung 1**

- Identifizierte und individualisierte wirtschaftliche Wertposition (*valeur économique identifiée et individualisée*).
  - Das Vorliegen eines individuellen wirtschaftlichen Werts ist das zentrale Tatbestandsmerkmal.
  - Erforderlich ist der Nachweis einer tatsächlichen Investition, die einen substantziellen wirtschaftlichen Wert darstellt:
    - Eine intellektuelle Leistung / Entwicklung / Konzeption
    - Die Bekanntheit eines Produkts oder Unternehmens
    - Fachkompetenz des Anspruchsstellers bzw. dem innovativen Charakter seines Vorgehens
    - Investitionen in Kommunikation und Werbung
  - Sachverhalte ohne individuelle Wertposition: Kombination freier Bildmotive, Modetrends, „Stil-Moodboards“, übliche Gestaltung (*la banalité, l'air du temps ou le fonds commun*).

## Voraussetzungen des Parasitisme

- **Voraussetzung 2**

- Vorsätzliche Platzierung des Dritten im Windschatten/Fahr-wasser (*volonté de se placer dans le sillage*) mit dem Ziel, wirtschaftlichen Wert in unlauterer Weise auszunutzen.
  - Der Vorsatz wird aus den **Umständen** geschlossen.
  - Starkes Indiz ist das Vorliegen einer **Ersparnis**, die der Dritte durch die Übernahme des wirtschaftlichen Wertes erzielt hat.
  - Substanzielle **eigene Investitionen** sprechen gegen den Vorsatz des Dritten, insbesondere der Nachweis, dass die Inspiration für das Produkt aus anderer (eigener) Quelle kommt.
  - Fall Cartier/Richemont International ./.. Louis Vuitton (Cass. com., Urt. 05.03.2025, Az. 23-21.157): Die Beklagte konnte nachweisen, dass ihre Kollektion „Color Blossom“ trotz starker Ähnlichkeiten mit der Kollektion „Alhambra“ der Klägerin nicht auf einer Übernahme fremder Leistungen beruht, sondern sich auf ältere, eigene Vorlagen und Produkte stützt.

## Beweislast und Beweismittel

- **Beweislast** liegt beim Anspruchssteller:
  - Wirtschaftlicher Wert: messbare, marktdurchdringende Wertschöpfung
    - substanzielle F&E- und Marketing-Investitionen
    - Innovationsgrad und First-Mover-Position (Presseberichte)
    - Reputation und Marktpräsenz (Umfragen)
    - Umsätze und Kampagnen (Sicherung interner Dokumentation)
  - Handlungen des Parasiten / Umstände
- Selbstgefertigte Screenshots sind vor Gericht nicht verwertbar
- Testkäufe und Feststellung tatsächlicher Umstände (auch im Internet) durch Gerichtsvollzieher (*constat d'huissier*)
- Zeugen werden nicht gehört
- Beschlagnahme rechtsverletzender Ware durch Gerichtsvollzieher (*saisie-contrefaçon*)

## Sanktion des *Parasitisme* / Ansprüche

- Unterlassung
  - Untersagung der Handlung bei Meidung einer *Astreinte*
  - Einstweiliger Rechtsschutz sofern ein unmittelbarer Schaden droht und eine offensichtliche Rechtsverletzung vorliegt. Aber: Keine *ex-parte*-Verfahren
- Schadensersatz
  - Finanzielle Entschädigung für den Verlust von Kunden, die Schädigung des Rufs oder wirtschaftliche Verluste wie entgangener Gewinn
  - Nach neuerer Rechtsprechung können auch Gewinne und Einsparungen des Parasiten abgeschöpft werden
- Beseitigung
- Kein Auskunftsanspruch
- Verjährung: 5 Jahre ab erster Kenntniserlangung, auch bei Dauerdelikt (vgl. Cass. Com., Urt. 26.02.2020, Az. R/2018/19153)
- In der Regel ist das Handelsgericht zuständig (z.T. TAE)
- Anwaltskosten werden oft nur teilweise erstattet

## Verhältnis zum Immaterialgüterrecht

- Parasitisme ist grdsl. **autonom neben** Schutzrechten wie Marken, Designs, Patenten, Urheberrechten) durchsetzbar.
  - Bestehen Ansprüche aus Schutzrecht, setzt der Anspruch aus *Parasitisme* eigene anspruchsbegründende Umstände (*faits distincts*) und einen gesonderten Schaden voraus (vgl. Cass. com., Urt. 19.01.2010, Az. 08-15.338).
  - Der Geschädigte kann beide Schäden kumulativ ersetzt verlangen (Cass. com. Urt. 28.11.2006, Az. 04-20.555 F-PB)
  - Aber: Greifen Ansprüche aus Schutzrecht nicht, können dieselben Umstände für die wettbewerbsrechtlichen Ansprüche herangezogen werden (Cass. com., Urt. 12.06.2007, Az. 05-17.349).
- Nichtbestehen der Schutzrechtsverletzung indiziert nicht das Fehlen einer Wettbewerbsverletzung (Cass. com. Urt. 14.11.1995, Az. 93-16.187)

## Vergleich mit dem deutschen Recht

### Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz

- Der (ursprüngliche) Erbringer der Leistung und der Anbieter der Nachahmung müssen **Mitbewerber** sein.
- Die nachgeahmten **Waren und Dienstleistungen** müssen **wettbewerbliche Eigenart** aufweisen.
- Der Mitbewerber muss eine **Nachahmung** dieser Waren bzw. Dienstleistungen anbieten oder angeboten haben.
- Das Anbieten der Nachahmung muss **unlauter** sein, was insb. der Fall ist, wenn einer der Tatbestände des § 4 Nr. 3 UWG erfüllt ist.
- **Wechselwirkung** der Tatbestandsmerkmale
- Schutz besteht fort, solange der gesetzliche Tatbestand erfüllt ist

## Vergleich mit dem deutschen Recht

- Tatbestandsmerkmale von der frz. Rechtsprechung weniger präzise definiert, mehr Einzelfallabhängig
- Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien nicht erforderlich
- Nicht erforderlich, dass der Verkehr die prägenden Gestaltungsmerkmale des Erzeugnisses einem bestimmten Hersteller zuordnet.
- Sofern Leistungsübernahme vorliegt, ist das Anbieten einer erkennbaren Nachahmung nicht zwingend erforderlich
- Verjährung läuft ab Kenntnisaufnahme, kein Neubeginn bei fortgesetzter Verletzung

## Ausblick

- **Schutz von Daten vor „AI Scraping“ mit den Mitteln des Lauterkeitsrechts?**
- KI-Firmen nutzen massenhaft und ohne Zustimmung der Urheber fremde Daten (Texte, Filme, Bilder, Musik etc.) zum Trainieren ihrer KI-Modelle (*AI scraping, text and data mining*).
- Der Kampf dagegen wird derzeit überwiegend mit den Mitteln des Urheberrechts geführt wird (*fair use doctrine, Schranken des Urheberrechts*). Mehrere Fälle anhängig (US, UK, D, EuGH).
- In Deutschland wird der Schutz von Daten mithilfe des Lauterkeitsrechts diskutiert. Es bestehen aber rechtliche Hürden.
- Der *Parasitisme* mit seinem Verzicht auf ein Wettbewerbsverhältnis und seinem weiten Leistungsbegriff ist möglicherweise geeignet, um einen Schutz gegen „AI Scraping“ zu bewerkstelligen.

Fragen?

MERCI

Qivive Avocats & Rechtsanwälte

Konrad-Adenauer-Ufer 71

50668 Köln

+49 (0) 221 139 96 96 0

[www.qivive.com](http://www.qivive.com)

