

# ZH\_OBERGERICHT UE220101 vom 26. Januar 2023

ZH Obergericht, 2023-01-26, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh\\_obergericht\\_UE220101](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh_obergericht_UE220101)

FR: ZH\_OBERGERICHT UE220101 du 26 janvier 2023

IT: ZH\_OBERGERICHT UE220101 del 26 gennaio 2023

## Erwägungen

### E. 1

Am 7. Mai 2021 liess die A. \_\_\_\_\_ AG (nachfolgend: Beschwerdeführerin) bei der Staatsanwaltschaft See/Oberland Strafanzeige erstatten und Strafantrag stellen gegen die Beschwerdegegner 1-6 wegen Verletzung des Fabrikations- und Geschäftsgeheimnisses (Art. 162 Abs. 1 und Abs. 2 StGB) sowie unlauteren Wettbewerbs (Art. 23 Abs. 1 i.V.m. Art. 3 Abs. 1 lit. d und Art. 4 lit. c UWG).

### E. 2

Mit Verfügungen vom 17. März 2022 stellte die Staatsanwaltschaft das gegen die Beschwerdegegner 1-6 geführte Strafverfahren ein (Urk. 19/19-24).

#### E. 2.1

Der Beschwerdegegner 1 liess sich mit einer Stellungnahme vernehmen und stellte Anträge (Urk. 23). Für die damit verbundenen Aufwendungen ist er zu entschädigen. Da die Strafuntersuchung ausschliesslich Antragsdelikte betraf, trifft die Entschädigungspflicht die Beschwerdeführerin (BGE 147 IV 47 E. 4.2.6).

#### E. 2.2

Der vorliegende Fall bietet weder in rechtlicher noch in tatsächlicher Hinsicht besondere Schwierigkeiten und der Aktenumfang hält sich in Grenzen. Angesichts der sich stellenden juristischen Fragen erweist sich der Fall als wenig bis

- 17 - mittelmässig anspruchsvoll. Der Beschwerdegegner 1 hat eine (ohne Rubrum) rund 3.5-seitige Stellungnahme eingereicht (Urk. 23). Unter Würdigung der gesamten Umstände erscheint eine Entschädigung von pauschal Fr. 600.– (inkl. MwSt.) angemessen. Die Beschwerdegegner 2-6 liessen sich nicht vernehmen, womit eine Entschädigungspflicht der Beschwerdeführerin entfällt. 3. Die Beschwerdeführerin hat für das Beschwerdeverfahren eine Sicherheitsleistung von Fr. 9'000.– bezahlt. Die ihr auferlegten Kosten sowie die Parteientschädigung an den Beschwerdegegner 1 sind von der Sicherheitsleistung zu beziehen. Im Restbetrag ist die Sicherheitsleistung der Beschwerdeführerin zurückzuerstatten, vorbehaltlich allfälliger Verrechnungsansprüche des Staates. Es wird beschlossen:

### E. 3

Dagegen erhob die Beschwerdeführerin am 4. April 2022 Beschwerde mit den Anträgen, die angefochtenen Verfügungen seien aufzuheben und das Strafverfahren gegen die Beschwerdegegner sei betreffend Verletzung des UWG weitzuführen; unter Kosten- und Entschädigungsfolgen zu Lasten der Staatskasse (Urk. 2).

### E. 4

Die Beschwerdeführerin moniert im Wesentlichen, die rechtliche Würdigung, wonach keine Verwechslungsgefahr oder -absicht der Beschwerdegegner bestehe, gehe fehl. Bereits der Umstand, dass auch die "I.\_\_\_\_\_" die Zutaten des ... [Speise] auf dem Bestellschein aufliste, sei ein deutliches Indiz für eine Verwechslungsabsicht. Weiter komme auch mit Bezug auf die Innenausstattung der Lokale auch eine andere Würdigung in Frage, zumal die Staatsanwaltschaft ausser Acht lasse, dass das Thekendesign zunächst identisch mit jenem der Beschwerdeführerin gewesen sei. Mithin habe sie Tatsachen zu Unrecht als klar bzw. zweifelsfrei festgestellt qualifiziert. Zudem sei nicht nachvollziehbar, weshalb nicht auch ein "dezent" Design eine Verwechslungsgefahr generieren könne, zumal genau dieses Design das spezielle Flair der Restaurants der Beschwerdeführerin ausmache. Der Umstand, dass neben diversen Übereinstimmungen auch zahlreiche ehemalige Mitarbeiter der Beschwerdeführerin bei der "I.\_\_\_\_\_ GmbH" arbeiteten, welche praktisch gleichzeitig gewechselt hätten, spreche klar für eine Verwechslungsabsicht. Diese hätten deren Geschäftsmodell bewusst implementiert. Die allermeisten vorliegend in Frage stehenden Kennzeichen seien offensichtlich öffentlich und es reiche, dass jemand einige Male in einem Restaurant der Beschwerdeführerin essen gehe und vielleicht ein paar Fotos mache, damit er deren Geschäftskonzept kopieren könne. Dies sei ein Indiz dafür, dass die Beschwerdegegner bereits während ihrer Anstellung bei der Beschwerdeführerin die Eröffnung einer eigenen ...-kette mit sehr ähnlichem Konzept geplant hätten. Sodann sei gerade auch die Art der Zubereitung des ... [Speise] und die Bekleidung der Mitarbeiter bei der Einführung durch die Beschwerdeführerin sehr neu und originell gewesen. In der Summe würden derart viele Merkmale übernommen, dass eine Verwechslungsgefahr nicht ohne Zweifel verneint werden könne, zumal der Gesamteindruck massgebend sei. Dies gelte auch für ein ganzes Geschäftskonzept, welches aus einer Kombination verschiedener Kennzeichen bestehe (Urk. 2).

- 9 - Replicando hielt die Beschwerdeführerin fest, die Staatsanwaltschaft anerkenne erneut, dass diverse Merkmale zwischen der "I.\_\_\_\_\_" und der Beschwerdeführerin identisch oder zumindest sehr ähnlich seien. Sie verkenne aber, dass das inkriminierte Verhalten nicht in der Übernahme einzelner Merkmale liege, sondern darin, dass die Beschwerdegegner ein Geschäftskonzept kopierten und dadurch eine Verwechslungsgefahr schufen. Die Kennzeichnungskraft dürfe nicht anhand einzelner, isoliert betrachteter Merkmale beurteilt werden (Urk. 27). Aus den Vorbringen der Beschwerdeführerin ergibt sich, dass sie sich einzig auf Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG bezieht, welche Bestimmung somit näher zu prüfen ist.

## **E. 5**

Der Beschwerdegegner 1 liess vorbringen, es sei nicht nachvollziehbar, inwiefern die festgestellten Tatsachen nicht zweifelsfrei gegeben sein sollten. Die Kennzeichnungskraft der Beschwerdeführerin sei darin zu sehen, dass die Restaurants luxuriöser aufträten als durchschnittliche ...-läden, wohingegen Elemente wie das Anbraten des Fladenbrottes oder die eher dunkle Einrichtung in den Hintergrund träten. Zudem existiere gar kein Kennzeichen, welches die "I.\_\_\_\_\_" von anderen ...-läden hervorheben würde. Das Endprodukt mit den verwendeten Zutaten werde von jedem ...-verkäufer weitgehend gleich gehandhabt und auch das Anbraten des Fladenbrottes sei üblich. Einem Bestellvorgang komme selbstredend keine Kennzeichnungskraft zu, zumal diverse Lokale Kassensysteme mit Nummernvergabe verwendeten. Auch die schwarze Kleidung der Mitarbeiter vermöge keine Kennzeichnungskraft zu bewirken, zumal diese verbreitet sei

(Urk. 23).

## **E. 6**

Gemäss Art. 23 Abs. 1 UWG macht sich strafbar, wer vorsätzlich unlauteren Wettbewerb nach Art. 3 UWG begeht. Gemäss Art. 3 UWG handelt unlauter u.a., wer Massnahmen trifft, die geeignet sind, Verwechslungen mit den Waren, Wer-ken, Leistungen oder dem Geschäftsbetrieb eines anderen herbeizuführen (lit. d). Unter den mitunter als wettbewerbsrechtlicher Kennzeichenschutz bezeichneten Tatbestand von Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG fallen sämtliche Verhaltensweisen, bei denen das Publikum durch die Schaffung von Verwechslungsgefahr irregeführt wird. Der Begriff der Verwechslungsgefahr ist für das gesamte Kennzeichenrecht einheitlich zu umschreiben. Die konkrete Beurteilung der Verwechslungsgefahr im Einzelfall kann indessen je nach der Rechtsgrundlage unterschiedlich ausfallen.

- 10 - Es ist möglich, dass die Verwechslungsgefahr bspw. unter firmenrechtlichen Gesichtspunkten zu verneinen, unter lauterkeitsrechtlichen Kriterien hingegen zu be-jagen ist. Verwechslungsgefahr bedeutet, dass ein Kennzeichen im Schutzbe-reich, den ihm das Firmen-, Namens-, Marken- oder Wettbewerbsrecht verleiht, durch gleiche oder ähnliche Zeichen in seiner Funktion der Individualisierung be- stimmter Personen oder Gegenstände gefährdet wird. Die Verwechslungsgefahr ist nach dem Ge- samteindruck und der Aufmerksamkeit und Wahrnehmungsfähigkeit des durch- schnittlichen Publikums zu beurteilen (BGer 6B\_298/2013, Urteil vom 16. Januar 2014, E. 1.2.1 m.w.H.). Entscheidend ist der Eindruck, den die Ausstattung für die Abnehmerkreise in ihrer gesamten Erscheinung entfaltet (BGE 135 III 446 E. 6.2).

## **E. 7.1**

Damit überhaupt eine Verwechslungsgefahr vorliegen kann, muss die Be- schwerdeführerin ein Kennzeichen benutzen, welchem Kennzeichnungskraft zu- kommt. Insoweit hat die Staatsanwaltschaft zu Recht konstatiert, dass sich die Beschwerdeführerin insbesondere dadurch von anderen Anbietern abhebt, dass sie auf eine edlere bzw. hochwertigere Inneneinrichtung sowie auf die Verwen- dung exquisiter Zutaten setzt. So hat sie Gourmet-Kreationen wie etwa einen ... [Speise] mit ... [Zutaten] (als gemäss Medienberichten teuerster ... [Speise] der Schweiz) im Angebot (vgl. Urk. 19/4/1-18 und Urk. 19/3/2/3). Entsprechend beton- te auch die Beschwerdeführerin in ihrer Strafanzeige, ihr Erfolg sei der hohen Qualität der verwendeten Produkte und der durchdachten Zubereitungsart sowie der einzigartig edlen Einrichtung der Restaurants geschuldet (Urk. 19/3/1 Rz. 6). Mithin sieht sich die Beschwerdeführerin als hochwertigere Alternative zur breiten Masse der klassischen ...-Restaurants. Dass auch die "I.\_\_\_\_\_" luxuriöse Gourmet-Varianten ihres ... [Speise] an- böte und somit eines der Markenzeichen der Beschwerdeführerin übernehme, wird nicht geltend gemacht und ist auch nicht ersichtlich. Vielmehr verfügt die "I.\_\_\_\_\_" über ein eigentliches Standard-Angebot eines klassischen ...- Restaurants. Mit Bezug auf die angebliche Nachahmung der hochwertigen Innen- gestaltung des Lokals ist sodann festzuhalten, dass die Beschwerdeführerin diese

- 11 - an der dezenten Farbwahl in dunklen Tönen und dem ähnlichen Design der The- ke der "I.\_\_\_\_\_" festmacht. Die Staatsanwaltschaft erwog diesbezüglich, in Sa- chen Hochwertigkeit der Innenausstattung bestünden zwar gewisse Ähnlichkei- ten, nichtsdestotrotz vermöge die "I.\_\_\_\_\_" in keinem Fall an das heranzukom- men, was die Lokale der Beschwerdeführerin böten. Gegenteiliges ergibt sich auch aus den Vorbringen

der Beschwerdeführerin nicht, moniert diese zwar Ähnlichkeiten bei Farbgebung und Thekendesign, behauptet aber – zu Recht – nicht, die Gestaltung des Innenraums von "I.\_\_\_\_\_" sei gleichermaßen edel und luxuriös wie ihre eigene. Darauf wird unter dem Titel der Verwechslungsgefahr zurückzukommen sein. Zur Identifikation der Beschwerdeführerin und ihrer Produkte trägt – nebst der hochwertigen Ausstattung und der Verwendung exquisiter Zutaten – schliesslich auch das einprägsame Kürzel "L.\_\_\_\_\_" bei, welches die Beschwerdeführerin auf ihren Social Media-Kanälen bewusst verwendet, um die Identifikation der Kundschaft mit dem eigenen Angebot zu verstärken. Die Kombination der soeben dargelegten Elemente ist es, welche die Einprägsamkeit und den Erfolg der Beschwerdeführerin und ihrer Produkte bei der Kundschaft ausmacht. Insoweit ist ein ausreichendes Mass an Eigenart und Ungewöhnlichkeit zu bejahen, welches die Beschwerdeführerin und ihre Produkte von anderen Anbietern unterscheidet.

### **E. 7.2**

Demgegenüber kommt den diversen weiteren von der Beschwerdeführerin genannten Elementen mit Bezug auf den Wiedererkennungswert von deren Produkten nicht derselbe Stellenwert zu, und zwar weder je einzeln noch in ihrer Gesamtheit. Wie die Staatsanwaltschaft zutreffend erwägt, sind etwa die Grundzutaten eines ... [Speise], namentlich Fleisch, Saucen und Taschen- oder Fladenbrot, bei sämtlichen Anbietern dieselben. Die Beschwerdeführerin behauptet denn auch nicht, dass die einzelnen Komponenten ihres ... [Speise] – mit Ausnahme der exquisiten Zutaten wie ... [Zutaten] – ein Alleinstellungsmerkmal darstellen. Nichts Anderes gilt sodann für die Verwendung eines Kassensystems mit Nummernvergabe, zumal ein solches – insbesondere im Fast Food-Bereich – in diversen Lokalen anzutreffen ist. Die Tatsache, dass der Bestell-Bon eine Auflistung der Zutaten enthält, kann ebenfalls nicht als derart speziell und originell bezeich-

- 12 - net werden, dass diesem Aspekt Kennzeichnungskraft zukäme. Dasselbe gilt für das Anbraten des Fladenbrot, welches ebenfalls nicht derart speziell ist, dass es der Beschwerdeführerin Individualität zu verleihen vermöchte. Schliesslich vermag die Beschwerdeführerin auch aus der Tatsache, dass in beiden Lokalen die Mitarbeiter schwarze T-Shirts tragen, nichts zu ihren Gunsten abzuleiten. Zum einen ist die Kleidung von Restaurantmitarbeitern aufgrund der weniger guten Sichtbarkeit von Flecken häufig dunkel bzw. schwarz und zum anderen unterscheiden sich die fraglichen T-Shirts auch durch die aufgedruckten Logos deutlich voneinander. Im Ergebnis sind diese Elemente weder je einzeln noch in ihrer Kombination dergestalt, dass sie von der Kundschaft als Herkunftshinweis für die angebotenen Produkte verstanden würden, sodass ihnen Kennzeichnungskraft zukäme. Die Frage der Kennzeichnungskraft der Produkte der Beschwerdeführerin braucht indes nicht abschliessend beurteilt zu werden, fehlt es doch – wie nachfolgend aufgezeigt wird – an einer Verwechslungsgefahr.

### **E. 7.3**

Wie die Staatsanwaltschaft zu Recht erwog, ist bei der Frage nach der Verwechslungsgefahr der Gesamteindruck entscheidend. Mithin ist zu fragen, ob die Präsentation der Produkte geeignet ist, beim durchschnittlich aufmerksamen Käufer eine Verwechslungsgefahr hervorzurufen, sodass er fälschlicherweise meinen könnte, er befinde sich statt im Restaurant der "I.\_\_\_\_\_" im Lokal der Beschwerdeführerin. Die Staatsanwaltschaft folgerte insoweit, die monierten Ähnlichkeiten seien branchenbedingt

und eine Verwechslungsabsicht könne den Betreibern der "I.\_\_\_\_\_ GmbH" nicht unterstellt werden. Diesen überzeugenden Erwägungen vermag die Beschwerdeführerin nichts Wesentliches entgegenzusetzen.

#### **E. 7.3.1**

Wenn die Beschwerdeführerin zunächst im Aufdruck der Zutaten auf dem Bestellschein ein deutliches Indiz für eine Verwechslungsabsicht erblickt, ist ihr entgegenzuhalten, dass diese Auflistung zum einen nicht einzig darauf gerichtet sein kann, bewusst eine Verwechslungsgefahr zu schaffen. Vielmehr dient die Auflistung der Zutaten – u.a. im Hinblick auf allfällige Allergien gegen bestimmte Lebensmittel – der transparenten Information der Kundschaft. Insofern ist es mit- nichten sinnlos, der Kundschaft diese Informationen zur Verfügung zu stellen.

- 13 - Zum anderen handelt es sich beim Aufdruck der Zutatenliste auf dem Bestellschein offenkundig nicht um einen Aspekt, welchen der durchschnittliche Kunde als ein Merkmal der Individualität des von ihm besuchten ...-Lokals wahrnimmt.

#### **E. 7.3.2**

Eine offenkundige Verwechslungsabsicht lässt sich auch nicht damit begründen, dass mehrere ehemalige Mitarbeiter nun bei der "I.\_\_\_\_\_" beschäftigt sind. Dass deren Wechsel ungefähr zeitgleich erfolgt ist, ändert daran nichts. Entscheidend ist bei der Frage der Verwechslungsgefahr vielmehr, welchen Gesamteindruck der Kunde vom Lokal und den Produkten der "I.\_\_\_\_\_" erhält. Selbst wenn dem einen oder anderen Kunden das Gesicht eines der Beschwerdegegner von deren vormaligen Tätigkeit bei der Beschwerdeführerin durchaus noch bekannt sein dürfte, kann daraus noch nicht geschlossen werden, der Kunde könnte sich deshalb fälschlicherweise in einem Lokal der Beschwerdeführerin wähnen.

#### **E. 7.3.3**

Hätten die Beschwerdegegner 1-6 tatsächlich eine Verwechslung mit den Lokalen der Beschwerdeführerin angestrebt, hätte es sich sodann geradezu aufgedrängt, sich auch mit Bezug auf diejenigen Merkmale, welche aus der Sicht des durchschnittlichen Kunden besonders einprägsam sein dürften, so stark wie möglich an die Beschwerdeführerin anzulehnen. So hätte bereits mit Bezug auf die Namensgebung, aber auch mit Bezug auf die Gestaltung des Logos und des Angebots (... [Speise] mit exquisiten Zutaten) ohne Weiteres Spielraum bestanden, um sich noch deutlich stärker in die Nähe des Auftritts bzw. Geschäftskonzepts der Beschwerdeführerin zu begeben. Dies gilt umso mehr, als dem Namen und dem Logo eines Restaurants ein massgeblicher Wiedererkennungswert beim Publikum zukommt. Dass sich die Lokale der "I.\_\_\_\_\_" unter diesen Gesichtspunkten deutlich von jenen der Beschwerdeführerin unterscheiden, spricht indes gerade gegen die behauptete Verwechslungsabsicht. Nichts für sich abzuleiten vermag die Beschwerdeführerin schliesslich aus dem Argument, wonach die Beschwerdegegner angeblich bereits länger die Eröffnung einer eigenen ...-Kette mit ähnlichem Konzept geplant hätten, zumal es sich dabei um eine unbelegte Behauptung handelt. Im Ergebnis kann von einer nachgewiesenen Verwechslungsabsicht keine Rede sein.

- 14 -

#### **E. 7.3.4**

Wenngleich das Lokal der "I.\_\_\_\_\_" gewisse Ähnlichkeiten mit dem Lokal der Beschwerdeführerin aufweisen mag, kann nicht ausser Acht gelassen werden, dass diese zum einen – wie die Staatsanwaltschaft richtig festhielt – weitgehend branchenbedingt sind. So sind nicht nur die Grundzutaten eines ... [Speise] vorgegeben und auch bei der Zubereitung besteht nur bedingt Gestaltungsspielraum, sondern es bestehen auch mit Bezug auf die Ausgestaltung des Arbeits- und Bestellvorganges sowie die Kleidung der Mitarbeiter offenkundig sinnvollere und weniger sinnvolle Lösungen. Zum anderen – und dies ist entscheidend – kann mit Bezug auf das Lokal der "I.\_\_\_\_\_" trotz der monierten Ähnlichkeiten nicht gesagt werden, dieses sei dem Geschäftskonzept der Beschwerdeführerin derart ähnlich, dass die Gefahr von Verwechslungen seitens der Kunden bestünde. Bei lebensnaher Betrachtung darf dem durchschnittlich aufmerksamen Kunden ohne Weiteres zugestanden werden, dass er aufgrund der Namensgebung, welche keinerlei Parallelen aufweist, schon vor dem Betreten des Lokals der "I.\_\_\_\_\_" realisieren dürfte, dass es sich nicht um ein Lokal der Beschwerdeführerin handelt. Deren Name (A.\_\_\_\_\_) grenzt sich klar vom Namen der "I.\_\_\_\_\_" ab, indem ersterer Name aus einem, letzterer hingegen aus zwei (französischen) Wörtern besteht und die beiden Namen auch vom Klang her nicht vergleichbar sind. Mithin bestehen hinsichtlich der Namensgebung keine relevanten Gemeinsamkeiten. Umso weniger besteht die Gefahr einer Verwechslung durch die Kundschaft. Identisch ist einzig die (branchenbedingte) Bezeichnung "Restaurant und Take Away." Hinzu kommt, dass sich auch die beiden Firmenlogos nicht ansatzweise zum Verwechseln ähnlich sehen. Während sich die Beschwerdeführerin mit einem schlichten und einprägsamen "L.\_\_\_\_\_" (goldige Schrift auf schwarzem Hintergrund) kennzeichnet (Urk. 19/3/10), enthält das Logo der "I.\_\_\_\_\_" den ausgeschriebenen Schriftzug, und zwar mit weisser Schrift auf ebenfalls dunklem Hintergrund (Urk. 19/3/5 S. 17). Auch insofern unterscheiden sich die beiden Anbieter klar. Dem Durchschnittskunden dürfte folglich ohne Weiteres klar sein, in welchem Lokal er sich befindet, und zwar ungeachtet von Ähnlichkeiten bei der Gestaltung des Innenraumes. Schliesslich ist angesichts der aufgezeigten Unter-

- 15 - schiede auch fraglich, inwieweit die "I.\_\_\_\_\_" überhaupt vom guten Ruf der Beschwerdeführerin profitieren könnte, wie diese behauptet. Entgegen der Meinung der Beschwerdeführerin kann sodann nicht gesagt werden, die "I.\_\_\_\_\_" habe eines ihrer Markenzeichen, nämlich die hochwertige und edle Innenausstattung, dreist kopiert. Wenngleich die Farbgestaltung (dunkle Farben in Kombination mit Holz) ähnlich sein mag, so macht ein Vergleich der Fotos der beiden Lokale deutlich, dass – wie die Staatsanwaltschaft zu Recht folgte – sich das Lokal "I.\_\_\_\_\_" nicht annähernd gleich hochwertig präsentiert wie die Lokale der Beschwerdeführerin. Hält man die entsprechenden Fotos (Urk. 19/3/5 S. 15 f. und Urk. 19/3/7 bis 19/3/9) nebeneinander, ist unverkennbar, dass sich letztere durchs Band hochwertig, auf Stil bedacht und eher als Restaurant denn als Imbiss präsentiert, wohingegen das "I.\_\_\_\_\_" – trotz ähnlicher Farbwahl – weit von diesem edlen Ambiente entfernt bzw. viel näher am klassischen ...-Imbiss ist. Weiter unterscheiden sich auch die Speisekarten oberhalb der Theke deutlich voneinander. Während die "I.\_\_\_\_\_" die weit verbreiteten, mit Bildern der Speisen versehenen Leuchttafeln verwendet, setzt die Beschwerdeführerin auf schlichten weissen Text auf schwarzem Untergrund ohne Bebilderung. Umso weniger ersichtlich ist die von der Beschwerdeführerin geltend gemachte Verwechslungsgefahr schliesslich vor dem Hintergrund, dass sich die in Frage stehenden ...-Restaurants unstreitig nicht annähernd in geografischer Nähe voneinander befinden, was eine Verwechslung durch die Kundschaft

zweifels- ohne begünstigen könnte. Im Gegenteil befindet sich das Restaurant von "I.\_\_\_\_\_" in H.\_\_\_\_\_ beim dortigen Einkaufszentrum, wohingegen sich die A.\_\_\_\_\_-Filialen allesamt auf Stadtzürcher Gebiet (M.\_\_\_\_\_, N.\_\_\_\_\_ und J.\_\_\_\_\_) befinden. Angesichts dieser geografischen Distanzen der Lokale der Beschwerdeführerin zu jenem von "I.\_\_\_\_\_" ist bei lebensnaher Betrachtung nicht davon auszugehen, dass die Kunden versehentlich im Lokal der "I.\_\_\_\_\_" anstatt in jenem der Beschwerdeführerin landen könnten. Auch unter diesem Gesichtspunkt kann mithin keine Rede davon sein, es bestehe eine Verwechslungsgefahr.

- 16 -

#### **E. 7.3.5**

Im Ergebnis fehlt es in Gesamtwürdigung aller Umstände offenkundig an einer Verwechslungsgefahr im Sinne des UWG. Welche weiteren Beweiserhebungen an diesem Ergebnis etwas zu ändern vermöchten, ist nicht ersichtlich. Insbesondere sind erneute Befragungen der Beschwerdegegner nicht geeignet, ein abweichendes Ergebnis hervorzubringen, zumal die relevanten Tatsachen zur Beurteilung der Verwechslungsgefahr allesamt vorliegen. Der Vollständigkeit halber sei angemerkt, dass eine allfällige Verletzung von Konkurrenzverboten durch die Beschwerdegegner keine strafrechtliche, sondern eine zivilrechtliche Problematik darstellt, für deren Durchsetzung zivilrechtliche Instrumente zur Verfügung stehen.

#### **E. 7.4**

Im Ergebnis erscheint mangels Verwechslungsgefahr ein Freispruch der Beschwerdegegner 1-6 vom Vorwurf des unlauteren Wettbewerbs deutlich wahrscheinlicher als eine Verurteilung. Somit hat die Staatsanwaltschaft die Strafuntersuchung insoweit zu Recht eingestellt und die Beschwerde ist abzuweisen. IV. 1. Bei diesem Verfahrensausgang hat die Beschwerdeführerin die Kosten zu tragen (Art. 428 Abs. 1 StPO). Angesichts der Bedeutung und Schwierigkeit des Falls sowie des Zeitaufwands des Gerichts ist die Gerichtsgebühr für das Beschwerdeverfahren auf Fr. 3'500.– festzusetzen (§ 17 Abs. 1 und § 2 Abs. 1 GebV OG). Bei diesem Ausgang hat die Beschwerdeführerin keinen Anspruch auf Entschädigung. 2.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.