

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Auf dem Abmahnradar: Nachahmungsschutz / Werbung: Antibakteriell / Werbung: Sparsamkeit einer Halogenlampe / Fehlende Grundpreise / Bilderklau / Marken: Burberry, Mensch ärgere Dich nicht, X3

Die Werbung bleibt im Fokus der Abmahner - diese Woche ging es um das Schlagwort "antibakteriell" und die Bewerbung der Sparsamkeit von Halogenlampen. Der IDO mahnt weiterhin wegen fehlerhafter Widerrufsbelehrungen, fehlender Grundpreise und der fehlenden Registrierung iSd. Verpackungsgesetzes ab. Zudem ging es um den wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutz - dieser wird meist geltend gemacht, wenn gewerbliche Schutzrechte wie Marken oder Designs dem Abmahner nicht zur Verfügung stehen. Im Markenrecht war auch diese Woche wieder viel los: Abgemahnt wurde wegen der Marken Mensch ärgere Dich nicht, Burberry und X3.

Vorweg ein Tipp für **Mandanten der IT-Recht Kanzlei** in Sachen Abmahnungen: Sie finden im Mandantenportal eine ausführliche Zusammenstellung über die **meistabgemahnten Begriffe in der Werbung** und die **Abmahnklassiker** an sich.

Und wie immer ein weiterer Tipp in eigener Sache: **Die IT-Recht Kanzlei macht den Radar mobil** - und informiert über eine eigene App mittels Push-Nachrichten über wichtige Abmahnthemen. So gibt's wirklich keine Ausreden mehr. Hier kann die **Abmahnradar-App** bezogen werden:

- **Abmahnradar - IOS**
- **Abmahnradar - Android**

Die Nutzung der App ist natürlich kostenlos.

Und nun die Abmahnungen der Woche:

## Staubsaugerdüse: Unzulässige Produktnachahmung

**Wer:** Wessel-Werk GmbH

**Wieviel:** 1.705,80 EUR

**Wir dazu:** Abgemahnt wurde hier ein Händler, der eine Staubsaugerdüse angeboten hat, die dem angeblich bekannten Originalprodukt sehr ähnlich sah - ein Design - und Markenschutz existierte offenbar nicht. Thema also: **Der wettbewerbsrechtliche Nachahmungsschutz**. Derartige Streitfälle kommen immer wieder vor: Oftmals auch nachdem ein Sonderrechtsschutz wie ein Patent abgelaufen ist, versucht der Rechteinhaber auch danach noch sein Produkt gegen Nachahmungen zu schützen. Das wird dann gerne über den wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutz versucht - der aber in Widerstreit mit der grds. Nachahmungsfreiheit im Wettbewerbsrecht steht. Ein Nachahmungsschutz besteht nur in engen gesetzlichen Grenzen. Dies sind dann fast immer Konstellationen, wo 2 Meinungen vertretbar sind.

Weitere Informationen zum Thema finde Sie in [diesem Beitrag](#).

## Socken: Werbung mit "antibakteriell"

**Wer:** iOcean UG

**Wieviel:** 280,60 EUR

**Wir dazu:** Hierzu liegen uns gleich mehrere Abmahnungen vor. Möglicherweise hat der wohl bekannte Abmahner hier ein neues Lieblingsthema gefunden: In diesem Fall ging es um eine irreführende Werbung mit dem Schlagwort "**antibakteriell**" - für Socken. Vorwurf: Eine Werbung mit einem solchen Schlagwort setze voraus, dass das Produkt zuvor mit einem Biozid behandelt worden sei. Davon könne bei Socken nicht ausgegangen werden. Im Mittelpunkt der Abmahnung steht hier die **Biozid-VO**.

Mehr Infos zur Biozid-Verordnung als Abmahnthema finden Sie [hier](#).

## Werbung: Sparsamkeit einer Halogenlampe

**Wer:** Lauterer Wettbewerb e.V

**Wieviel:** 220,15 EUR

**Wir dazu:** Dieser Verein ist für derartige Abmahnungen bekannt - es geht immer wieder um Beleuchtungskörper. Diesmal um die Bewerbung einer **Halogenlampe als sparsame Lampe**. Der Abmahner ist in diesem Bereich schon mal auffällig geworden: **Abgemahnt** wurde in der Vergangenheit auch die Bewerbung als **Sparlampe** oder wegen der Verwendung des Begriffes **Eco**.

**TiPP:** Wer allgemein wissen möchte, was beim Verkauf von Lampen/Leuchtmittel zu beachten ist, möge diesen **ausführlichen Beitrag** lesen.

## IDO: Fehlende Verlinkung OS-Plattform / Widerrufsbelehrung / fehlende Grundpreise / VerpackungsG: fehlende Registrierung / Vertragstextspeicherung

**Wer:** IDO Interessenverband für das Rechts- und Finanzconsulting deutscher Online-Unternehmen e.V.

**Wieviel:** 226,20 EUR

**Wir dazu:** DER Abmahnverein schlechthin - daran wird sich vermutlich auch 2021 wenig ändern.

Wie dem auch sei - diese Woche ging es um:

Die **fehlende Verlinkung auf die OS-Plattform:**

Online-Händler müssen ja schon seit dem 09.01.2016 auf die **EU-Plattform zur Online-Streitbeilegung verlinken**. Daher: Stellen Sie nachfolgenden Text mitsamt **anklickbarem Link** auf die OS-Plattform direkt unterhalb Ihrer Impressumsangaben dar (ohne die Anführungszeichen):

"Plattform der EU-Kommission zur Online-Streitbeilegung: [www.ec.europa.eu/consumers/odr](http://www.ec.europa.eu/consumers/odr)"

Nach gängiger Rechtsprechung muss der Teil der Information "[www.ec.europa.eu/consumers/odr](http://www.ec.europa.eu/consumers/odr)" als **anklickbarer Hyperlink** ausgestaltet sein. Eine bloße Verweisung unter Nennung der URL der OS-Plattform reicht zur Erfüllung der Informationspflicht nicht aus!

Und: Entgegen oft anderslautender Meinungen, die sich hierzu im Internet finden: Dieser Link muss nicht

**zusätzlich** noch in den AGB hinterlegt sein.

**Exkurs:** Und wie setzt man bei den unterschiedlichen Plattformen den klickbaren Link im Impressum um?

Hier die **Handlungsanleitung** für die Plattformen Amazon, eBay, Hood, eBay-Kleinanzeigen, Etsy, Palundu. Und für zahlreiche weitere Plattformen findet sich das ganze **hier**.

**Keine ordnungsgemäße Widerrufsbelehrung/ fehlendes Widerrufsformular:** Wir fangen nochmal ganz am Anfang an: Ein Unternehmer hat den Verbraucher im Fernabsatz rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in einer dem **eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich auf das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufsrechts** sowie die **Bedingungen und Einzelheiten der Ausübung** aufzuklären. Sprich: Es muss eine den gesetzlichen Anforderungen entsprechende Widerrufsbelehrung auf der Website/Präsenz des Händlers hinterlegt sein. Das sollte soweit bekannt sein.

Wer nur lapidar darüber informiert, dass ein Widerrufsrecht besteht, genügt diesen gesetzlichen Anforderungen natürlich nicht. Vorliegend wurden dann auch falsche Angaben zum Beginn der Widerrufsfrist gemacht. Und noch was: **Seit dem 13.06.2014 muss zusätzlich zu einer Widerrufsbelehrung auch noch ein Widerrufsformular dem Verbraucher vorgehalten werden.** Wer dies vergisst, riskiert ebenfalls eine Abmahnung.

Das schaut dann so aus:

## Widerrufsformular

Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden es zurück.  
An

Musterfirma GmbH  
Mustermannstr. 12  
80333 München

Fax:

E-Mail:

Hiermit widerrufe(n) ich/wir (\*) den von mir/uns (\*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (\*)/die Erbringung der folgenden Dienstleistung (\*)

\_\_\_\_\_

Bestellt am (\*) \_\_\_\_\_ / erhalten am (\*) \_\_\_\_\_

Name des/der Verbraucher(s)

\_\_\_\_\_

Anschrift des/der Verbraucher(s)

\_\_\_\_\_

Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)

\_\_\_\_\_

Datum

**Hier** nochmals eine umfassende FAQ zum Thema Widerrufsrecht und -formular.

Hier wurde auch der **Verstoß gegen die Registrierungspflicht des Verpackungsgesetzes** abgemahnt: Rückblick: Schon seit dem 01.01.2019 schon gilt das "neue" Verpackungsgesetz. Offensichtlich ist ein Großteil der Onlinehändler den neuen Pflichten, va. der Registrierungspflicht, aber bislang noch nicht nachgekommen.

Tipps für die Umsetzung der Vorschriften des Verpackungsgesetzes in Sachen Registrierung Sie in diesem aktuelle **Beitrag**. Mehr zum Thema Verpackungsgesetz ganz allgemein gibt's in diesem ausführlichen **Leitfaden**.

**Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** Wer bereits lizenzierte Verpackung verwendet, sollte sich absichern - [hier](#) finden Sie ein Muster für eine entsprechende Vereinbarung.

**Reminder:** Der Jahreswechsel ist noch nicht lange her: Wie zu jedem Jahreswechsel stehen dann die Jahresabschlussmengenmeldungen an - [hier](#) finden Sie dazu mehr.

**Vertragstextspeicherung:** Im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber dem Verbraucher sind einige Infopflichten hinsichtlich des Vertragsabschlusses einzuhalten. Vorliegend ging es um die fehlenden Angaben zur Vertragstextspeicherung - insgesamt sind in diesem Zusammenhang auch oft die folgenden Punkte Gegenstand von Abmahnungen, sofern sie nicht in den AGB zu finden sind:

- die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen
- Informationen über die technischen Mittel zur Berichtigung von Eingabefehlern

**Fehlende Grundpreise:** Gerne nochmal unsere Tipps zum Thema Grundpreise:

1. Wenn Sie Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche verkaufen, dann müssen Sie Grundpreise angeben. Auch bspw. beim Verkauf von Abdeckplanen, Sicherheits- und Fangnetze, Luftpolsterfolie, Klebebänder bzw. Klebebandrollen müssen Grundpreise angegeben werden.
2. Der Endpreis und der Grundpreis eines Produkts müssen auf einen Blick wahrgenommen werden können. Das gilt selbstverständlich auch für "Cross-Selling-Produkte", "Produkte des Monats" etc., die häufig auf der Startseite von Online-Shops beworben werden.
3. Auch bei "Google-Shopping" und anderen Online-Preissuchmaschinen und/oder -Produktsuchmaschinen müssen grundpreispflichtige Produkte zwingend mit einem Grundpreis versehen sein.
4. Auch bei Waren-Sets bzw. Produktkombination (sog. Bundles) sind Grundpreisangabe notwendig, wenn der Wert der unterschiedlichen Produkte nicht annähernd gleichwertig ist (Wertverhältnis von Hauptware zur kombinierten Ware beträgt 90%:10% oder mehr). Entscheidend ist, ob die zur Hauptware zusätzlich gelieferte Ware vom Verbraucher als unerhebliche Zugabe angesehen wird.
5. Zu beachten ist letztlich auch, dass bei festen Lebensmitteln in Aufgussflüssigkeiten (z.B. Obst oder Gemüse in Konserven oder Gläsern), die neben der Gesamtfüllmenge auch das Abtropfgewicht ausweisen, der Grundpreis auf das jeweilige Abtropfgewicht zu beziehen ist.

Allgemeine Informationen zum Thema Grundpreis finden Sie [hier](#).

**Abmahnfälle Preisangabenverordnung:** Grundpreis, Umsatzsteuer, Versandkosten - alles Angaben, die die Preisangabenverordnung vorschreibt und regelt. Und dies ist leider oft Gegenstand zahlreicher Abmahnungen. Wir haben in diesem **Beitrag** exklusiv für unsere Mandanten die klassischen Abmahnfällen diesbzgl. zusammengefasst.

## Urheberrecht: Unberechtigte Bildnutzung

**Wer:** copytrack GmbH

**Wieviel:** 485,57 EUR

**Wir dazu:** Hier wurde wegen der angeblich unberechtigten Nutzung von geschütztem Bildmaterial abgemahnt. Wobei Abmahnung im rechtlichen Sinne hier die falsche Bezeichnung ist: Die Copytrack GmbH nimmt die Bildrechte von Dritten wahr. Und hat sich im Namen der Kunden an den Händler gewendet. Es wurde an dieser Stelle aber noch keine Ansprüche auf Unterlassung geltend gemacht, also keine Abmahnung ausgesprochen. Vermutlich geht es hier primär ums Geld. Abmahnung hin oder her - es gilt bei unberechtigter Bildnutzung: **Es drohen Ansprüche auf Unterlassung (Abgabe einer Unterlassungserklärung), Auskunft, Schadensersatz und Kostenerstattung.** Je nach Anzahl der abgemahnten Bilder und Nutzungsdauer können die Zahlungsansprüche in Sachen Schadensersatz und Kostenerstattung durchaus hoch sein. Der Schadensersatzanspruch kann sich zudem noch verdoppeln - sofern die Urhebernennung unterlassen wurde.

Sie finden [hier](#) einen guten Überblick zum Thema Bilderklau. Und [hier](#) alle wichtigen Infos in Sachen Bilddatenbanken und die korrekte Verwendung der Bilder durch den Händler.

**Unser Tipp:** Nur dann Bilder (und auch Texte) verwenden, wenn man ein Recht zur Nutzung vom Rechteinhaber eingeräumt bekommen hat, am besten schriftlich fixiert. Oder einfach selbst fotografieren!

## Marke I: Benutzung der Marke "X3"

**Wer:** Voere Holding GmbH

**Wieviel:** 1.590,91 EUR

**Wir dazu:** Hier ging es um die Marke X3 - der Abgemahnte hatte diesen Begriff in seinen Angeboten für Schießtraining-Systeme genutzt. Eingetragen war die Marke für Waffen. Es geht hier also ua. um die Frage, wann sich Klassen zu ähnlich sind, damit eine Markenverletzung bejaht werden kann. Bei der Prüfung einer Verwechslungsgefahr besteht ja immer eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Zeichen und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen.

## Marke II: Benutzung der Marke "Burberry (burberry-check)"

**Wer:** Burberry Ltd.

**Wieviel:** 3.137,91 EUR zzgl. Testkaufkosten

**Wir dazu:** Hier ging es um die Verwendung des bekannten Burberry-Karomusters, dem sog. "Burberry-check - eingetragen als Marke und genutzt vom Abgemahnten für Gesichtsmasken. Fälschungen gibt es anlässlich des hohen Marktwertes der Burberry-Artikel leider öfters. Unserer Erfahrung nach ist die Burberry Ltd. seit Jahren schon sehr aktiv in Sachen Markenschutz - hier sollte also jeder Händler bei Einkauf seiner Ware genau schauen: Ist die Bezugsquelle verlässlich und seriös, handelt es sich um Originalware?

Ansonsten gilt: Markenabmahnungen sind grds. wegen den gängigen hohen Streitwerten meist teuer - hier ging es um 200.000 EUR.



## Marke III: Benutzung der Marke "Mensch ärgere dich nicht"

**Wer:** Schmidt Spiele GmbH

**Wieviel:** 3.020,34 zzgl. Schadensersatz

**Wir dazu:** Auch dieser Rechteinhaber ist bekannt für eine strikte Kontrolle des Marktes - diesmal ging es gleich um "**Mensch Ärgere Dich nicht**" - ein beliebtes Spiel, aber eben auch ein **geschützter Markenbegriff. Alternativ wird auch gerne der Begriff "Kniffel" abgemahnt.** Genutzt wurde der Begriff für die Bewerbung von Drittware, die nicht lizenziert war - in der Artikelbeschreibung. Letztlich ist das Problem hier: Der Verkehr und offensichtlich viele Händler nehmen hier teilweise an, dass es sich bei dem bekannten Spiel um einen generischen Begriff handelt, der eine bestimmte Art von Brettspiel beschreibt. So ist das aber (leider) nicht.

**Tipp für die Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** In unserer **Blacklist** führen wir die in letzter Zeit am **häufigsten abgemahnten Markenbegriffe** auf und geben damit einen guten Überblick über die no-go-Zeichen - zudem weisen wir in **diesem Beitrag** auf die klassischen Markenfallen hin.

Nachfolgend finden Sie nochmal die Antworten zu den die gängigsten Fragen im Zusammenhang mit Markenabmahnungen:

### **1. Wieso wurde gerade ich abgemahnt?**

Viele Markeninhaber überwachen Ihre Marken oder lassen dies durch einen Dienstleister erledigen. Meldet dann ein Dritter diese Marke bei den Markenämtern an oder nutzt diese Marke off- oder online, ohne hierzu berechtigt zu sein, schlägt die Überwachungssoftware Alarm und meldet die angebliche Rechtsverletzung. Natürlich kann das ein oder andere Mal auch ein ungeliebter Mitbewerber dahinter stecken, der den Verstoß gemeldet hat oder der Markeninhaber hatte den Abgemahnten aufgrund einer bisher bestehenden aber gescheiterten Geschäftsbeziehung ohnehin auf dem Schirm - wie dem auch sei: Marken werden eingetragen, um überwacht zu werden.

### **2. Was ist eine Abmahnung?**

Genau genommen ist die Abmahnung ein Geschenk an den Abgemahnten: Denn das Institut der Abmahnung ermöglicht es dem Verletzer ohne eine gerichtliche Entscheidung eine Rechtsstreit beizulegen - der Abmahner gibt dem Verletzer also die Chance auf eine außergerichtliche Erledigung - das spart Kosten. Aber natürlich ist eine Abmahnung erstmal ein Hammer: Finanziell gesehen und auch tatsächlich, da es einen deutlichen Eingriff in die Geschäfte des Abgemahnten darstellt. Und doch ist die Abmahnung, sofern Sie berechtigterweise und nicht rechtsmissbräuchlich eingesetzt wird, grds. eine Chance.

### **3. Was wollen die jetzt genau von mir?**

In einer markenrechtlichen Abmahnung werden in der Regel immer die gleichen Ansprüche geltend gemacht:

- Beseitigungsanspruch
- Unterlassungsanspruch
- Auskunftsanspruch
- Schadensersatzanspruch
- Vernichtungsanspruch
- Kostenerstattungsanspruch

Liegt tatsächlich eine Rechtsverletzung vor, sind grds. alle Ansprüche zu bejahen - liegt keine Verletzung vor, folgt konsequenterweise die Zurückweisung aller (!) Ansprüche.

### **4. Was bedeutet dieser Unterlassungsanspruch für mich?**

Sofern Sie unberechtigterweise einen geschützten Markennamen verwendet haben, dann hat der Markeninhaber (oder ein Berechtigter) einen Unterlassungsanspruch gegen Sie gem. § 14 Abs. 5 MarkenG. D.h. dass der Markeninhaber verlangen kann, dass die Rechtsverletzung zukünftig zu unterlassen ist. Um sich abzusichern und sich der Ernsthaftigkeit Ihrer Erklärung hierzu sicher zu sein, wird eine Vertragsstrafe in der Unterlassungserklärung festgesetzt. Allein die Abgabe einer ausreichend strafbewehrten Unterlassungserklärung lässt den Unterlassungsanspruch entfallen - für den Abgemahnten bedeutet das: Er hat die Chance, dass durch die Abgabe der Erklärung der Unterlassungsanspruch ausgeräumt wird und eine gerichtliche Durchsetzung hierüber somit vermieden werden kann.

### **5. Sollte die beigelegte Unterlassungserklärung abgegeben werden?**

Wie dargestellt ist die Abgabe der Unterlassungserklärung die Chance, eine gerichtliche Durchsetzung des Unterlassungsanspruches zu vermeiden - da diese Erklärung aber bei Annahme durch die Gegenseite zu einem rechtsverbindlichen Vertrag führt, ist genau darauf zu achten, was in dieser Erklärung steht:

Die vom gegnerischen Anwalt vorformulierte Erklärung ist denknotwendig im Interesse des Markeninhabers formuliert und entsprechend weit gefasst - daher ist meist eine Überarbeitung (Modifizierung) dieses Entwurfes anzuraten, damit die Erklärung so formuliert ist, dass Sie den Ansprüchen des Markeninhabers genügt und gleichzeitig aber auch den Verletzer möglichst wenig belastet. Wie auch immer. In keinem Fall sollte gegen den Unterlassungsvertrag zukünftig verstoßen werden, da ansonsten einen nicht unerhebliche Vertragsstrafe droht.

#### **6. Was kostet das jetzt?**

Markenabmahnungen sind teuer - so der Volksmund. Und das stimmt auch - gerade im Markenrecht: Wer eine Markenverletzung begeht, veranlasst den verletzten Markeninhaber dazu, zum Anwalt zu gehen, damit dieser eine Abmahnung erstellt - der Anwalt kann und wird dafür ein Honorar verlangen. Da die Verursachung dieser Beauftragung in der Markenrechtsverletzung zu sehen ist, hat der Markeninhaber nach ständiger Rechtsprechung einen Kostenerstattungsanspruch. Zudem hat der Markeninhaber wegen der Verletzung seiner Marke auch einen Schadensersatzanspruch - der Abgemahnte wird also in zweifacher Hinsicht zur Kasse gebeten

Und wie berechnen sich die Zahlungsansprüche?

Die Höhe des Kostenerstattungsanspruches richtet sich nach dem der Abmahnung zugrundegelegten Gegenstandswert - dieser ist nach § 3 ZPO vom Gericht zu bestimmen. Dabei soll maßgeblich für die Höhe dieses Wertes das Interesse des Abmahnenden an der Verfolgung der Verletzungshandlung sein.

Dieses wirtschaftliche Interesse an der Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen wegen

Markenrechtsverletzungen wird durch zwei Faktoren bestimmt:

Zum einen durch den wirtschaftlichen Wert der verletzten Marke und zum anderen durch das Ausmaß und die Gefährlichkeit der Verletzungshandlung (so genannter "Angriffsfaktor"). Im Markenrecht hat sich in der Rechtsprechung ein sog. Regelstreitwert von 50.000 EUR durchgesetzt - der aber natürlich im Einzelfall über - oder unterschritten werden kann. So ist etwa auf die Dauer und Intensität der verletzten Marke, die erzielten Umsätze, den Bekanntheitsgrad und den Ruf der Marke abzustellen und für jeden Einzelfall eine gesonderte Bewertung vorzunehmen.

Für den Schadensersatzanspruch an sich gibt es nach Wahl des Verletzten 3 Berechnungsarten:

- es ist der Gewinn, der dem Verletzer infolge der Markenverletzung entgangen ist, zu ersetzen oder
- es ist der durch den Verletzer erzielten Gewinn herauszugeben (so genannter Gewinnabschöpfungsanspruch) oder
- es kann eine angemessene Lizenzgebühr (so genannter Schadenersatz im Wege der Lizenzanalogie) vom Verletzer verlangt werden.

### **7. Und wieso muss ich Auskunft erteilen?**

Im Verletzungsfall hat der Rechteinhaber gem. § 19 MarkenG einen Auskunftsanspruch - dieser dient vornehmlich dafür den Schadensersatz berechnen zu können. Denn der Rechteinhaber hat ja keine Kenntnis vom Umfang der Verletzungshandlung. Die Auskunft muss dabei wahrheitsgemäß und umfänglich erteilt werden - gelegentlich wird auch ein Rechnungslegungsanspruch geltend gemacht - in diesem Fall sind sämtliche Belege, die mit der Verletzungshandlung im Zusammenhang stehen, vorzulegen.

### **8. Und der Vernichtungsanspruch?**

Auch der besteht - gem. § 18 MarkenG. Ein solcher spielt meist in den Plagiatsfällen eine große Rolle - hier hat der Markeninhaber ein Interesse daran, das die Plagiatsware ein für alle Mal vom Markt verschwindet und vernichtet wird. Das kann entweder selbst beauftragt werden oder die Ware wird dem Markeninhaber zur Vernichtung ausgehändigt.

### **9. Und wieso ist bei Markenabmahnungen oft ein Patentanwalt im Spiel?**

Bei vielen markenrechtlichen Abmahnungen wird ein Patentanwalt hinzugezogen. Das hat für den Abgemahnten einen entscheidenden Nachteil:

Neben den Rechtsanwaltskosten sind dann regelmäßig auch die Kosten für die Einschaltung des Patentanwaltes zu erstatten - das verdoppelt die Kostenlast. Diese Praxis ist in der Rechtsprechung mittlerweile stark umstritten. Es gibt Gerichte, die eine Hinzuziehung eines Patentanwaltes bei einfachen Markenverstößen für nicht erforderlich halten und damit den Erstattungsanspruch ablehnen. Der BGH (Urteil vom 10.05.2012, Az.: I ZR 70/11) hatte zuletzt hierzu ausgeführt:

"Aus dem Umstand, dass es in einem konkreten Fall erforderlich ist, einen Rechtsanwalt mit der Abmahnung einer Kennzeichenverletzung zu betrauen, folgt nicht, dass es notwendig ist, daneben auch noch einen Patentanwalt mit dieser Abmahnung zu beauftragen. Ist ein Rechtsanwalt nach seinen kennzeichenrechtlichen Fähigkeiten allein dazu im Stande, den Fall rechtlich zu beurteilen und den Verletzer abzumahnern, ist es nicht nötig, zusätzlich noch einen Patentanwalt einzuschalten. Es bedarf daher grundsätzlich einer gesonderten Prüfung, ob es notwendig war, zur außergerichtlichen Verfolgung einer Markenverletzung neben einem Rechtsanwalt auch noch einen Patentanwalt zu beauftragen."

Es sollte also genau geprüft werden, ob die Einschaltung eines Patentanwaltes erforderlich war.

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz