

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Abmahnradar: Fehlender Grundpreis / WEEE-Registrierungsnummer: Fehlende Angabe / Werbung: LGA geprüft / Duftzwillinge / Marke: Elara

Ein bunter Strauß von Abmahnthemen: Zum einen ging es um die Werbung mit dem Schlagwort "LGA geprüft". Zum anderen um irreführende Preiswerbung und fehlende Textilkennzeichnung. Und wieder um die fehlende Angabe der WEEE-Registrierungsnummer. Ansonsten ging es im Markenrecht diesmal um Duftzwillinge, also die Verwendung von Parfummarken für Nachahmungen. Und ansonsten ging es um den als Marke geschützten Vornamen Elara.

Vorweg ein Tipp für **Mandanten der IT-Recht Kanzlei** in Sachen Abmahnungen: Sie finden im Mandantenportal in der Infothek unter [Abmahnradar](#) neben den klassischen Abmahnfällen auch eine ausführliche Zusammenstellung über die meistabgemahnten Begriffe in der Werbung und im Markenrecht.

Und übrigens: Die IT-Recht Kanzlei 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:

Fehlender Grundpreis

Abmahner: Verein gegen Unwesen in Handel & Gewerbe Köln e.V.

Kosten: 270,00 EUR

Darum geht es: Hier wurde mal wieder der **fehlende Grundpreise** abgemahnt. Gemäß § 2 PAngV besteht die Verpflichtung bei Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden den Grundpreis anzugeben. Dies fehlte hier.

Hier noch einmal alles Wissenswertes zum Thema Grundpreisangaben:

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.

Tipp: [Hier](#) gibt es Tipps für die "neuen" Regelungen zu den Grundpreisangaben seit Mai 2022.

WEEE-Registrierungsnummer: Fehlende Angabe

Abmahner: Smart Electric - VDF International PTE. LTD (Thorsten Hellmann)

Kosten: 229,00 EUR

Darum geht es: Diese Abmahnungen beschäftigen uns seit Wochen: Hier geht es um die fehlende Angabe der WEEE-Nummer. Hintergrund: Hersteller müssen nach dem ElektroG registriert sein. Vertreiber/Händler, die nicht registrierte Elektrogeräte in Verkehr bringen, gelten ebenfalls als Hersteller. Abgesehen von besonderen Hinweis- und Meldepflichten müssen diese beim „Anbieten“ immer ihre Registrierungsnummer (WEEE-Nummer) angeben.

Soweit - so (un)gut. Bei diesen Abmahnungen aus Singapur ist jedoch einiges auffällig: Es fehlen die vollständigen Kontaktdaten des Abmahnenden in der Abmahnung selbst, was einen Verstoß gegen die formellen Anforderungen an eine Abmahnung darstellt. Zudem wird direkt ein Schadensersatzanspruch geltend gemacht - ohne den möglichen Schaden darzulegen. Hier scheint es nicht primär um die Einhaltung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften zu gehen. -Aber natürlich ist das Thema an sich rein rechtlich für jeden Händler relevant und sollte Anlass sein, die Angebote diesbzgl. zu prüfen.

Wie Händler diesbzgl. ihren Pflichten nachkommen können sehen Sie etwa in [diesen Beitrag](#).

Unverbindliche Preisempfehlung durch Hersteller / Fehlende Textilkennzeichnung

Abmahner: Verband sozialer Wettbewerb e.V.

Kosten: 238,00 EUR

Darum geht es: Nach Auffassung der Wettbewerbszentrale ist die abgemahnte Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung irreführend. Es gebe nur einen Anbieter, nämlich der abgemahnte Hersteller der Ware selbst, obwohl der Anbieter eine exklusive (besonders günstige) Preisführerschaft gegenüber anderen Konkurrenzangeboten vortäusche. Darüber hinaus würde der abgemahnte Online-Händler seine eigene UVP durch eigene Preiswerbung mit deutlichen Preisnachlässen unter der UVP aushebeln, wenn eine solche UVP bei Eigenmarken im Exklusivvertrieb rechtskonform wäre.

Fakt ist: Online-Händler müssen bei der Werbung mit einer eigenen UVP äußerste Vorsicht walten lassen, wenn diese eigene UVP einen erheblichen Marktvorteil vorspiegelt (der tatsächlich nicht besteht), handelt es sich um einen **unlauteren Mondpreis**. Bei einer Preisvergleichswerbung mit eigener UVP ist Zulässigkeitsvoraussetzung, dass auf einen **seriös kalkulierten Preis** Bezug genommen wird, ferner ist Voraussetzung, dass eine **Mehrheit der Empfehlungsempfänger der UVP** vorliegt.

Der Abmahner wies zutreffend darauf hin, dass der Bundesgerichtshof bereits mit Urteil vom 28.06.2001 (Az.: I ZR 121/99 - Preisempfehlung bei Alleinvertrieb) entschieden hat, dass es irreführend ist, wenn eine unverbindliche Preisempfehlung nicht auf einer seriösen Kalkulation beruht und damit nicht als angemessener und am Markt durchsetzbarer Verbraucherpreis bestimmt ist. Eine Preisempfehlung, die nur dazu dient, das eigene Angebot als exklusiv und besonders günstig erscheinen zu lassen, sei keine marktgerechte Orientierungshilfe.

Tipp: Die einschlägige Rechtsprechung der Werbung mit eigenen unverbindlichen Preisempfehlungen haben wir bereits in [diesem Beitrag](#) näher beleuchtet!

Zudem ging es um die fehlenden Angaben der Textilkennzeichnung - denn in dem abgemahnten Angebot (Kalender) waren Textilerzeugnisse enthalten.

TIPP: Sollten Sie Textilerzeugnisse verkaufen, so achten Sie darauf, die folgenden 3 Regeln einzuhalten:

Regel Nr. 1: Für die Beschreibung der Faserzusammensetzungen auf Etiketten und Kennzeichnungen von Textilerzeugnissen dürfen nur die Textilfaserbezeichnungen nach Anhang I der EU-Textilkennzeichnungsverordnung verwendet werden.

Regel Nr. 2: Die Bezeichnungen nach Anhang I der EU-Textilkennzeichnungsverordnung dürfen weder alleinstehend noch in Wortverbindungen oder als Eigenschaftswort für andere Fasern verwendet werden!

Regel Nr. 3: Firmenbezeichnungen oder Markenzeichen (wie z.B. „Lycra“) sind keine zulässigen Angaben zur Textilfaserzusammensetzung. Durch das Verbot der Verwendung von Markennamen als

Rohstoffstoffgehaltsangabe soll verhindert werden, dass Verbraucher unrichtige Vorstellungen über die Beschaffenheit des Textilerzeugnisses haben könnten. Zulässig ist es jedoch, wenn Firmenbezeichnungen oder Markenzeichen den laut der Europäischen Textilkennzeichnungsverordnung zulässigen Bezeichnungen von Textilfasern unmittelbar voran- oder nachgestellt werden

[Hier](#) finden Sie einen Leitfaden zur Textilkennzeichnungsverordnung.

Werbung mit CE-geprüft

Abmahner: Verein gegen Unwesen in Handel & Gewerbe Köln e.V.

Kosten: 255,00 EUR

Darum geht es: In diesem Fall ging es um die Werbung mit dem Schlagwort „CE-geprüft“ für ein LED-Netzteil. Immer wieder werden Online-Händler abgemahnt, die mit der **Aussage „CE-geprüft“, "CE-Prüfung", "CE-zertifiziert" oder "Zertifizierung nach CE"** werben. Rechtlicher Hintergrund: Die "CE-Kennzeichnung" stellt in der Regel kein Gütezeichen dar. Die Anbringung des CE-Zeichens durch den Hersteller ist eine Eigenerklärung des Herstellers. Eine Prüfung durch eine dritte, unabhängige Stelle findet dabei gerade nicht statt.

Wer also mit einer „CE-Zertifizierung“ wirbt oder das CE-Zeichen werblich darstellt, handelt irreführend und abmahnfähig. Sei es, weil er damit vortäuscht, eine neutrale Stelle habe eine Prüfung vorgenommen und die Ware weise eine besondere Sicherheit und Qualität auf, die sie von den auf dem Markt befindlichen Produkten abhebe, sei es, weil er mit einer Selbstverständlichkeit wirbt, eben dem CE-Zeichen, das für diese Ware immer zwingend erforderlich ist.

Weitere Informationen zur CE-Kennzeichnung finden Sie [hier](#).

Nachahmung Produktaufmachung

Abmahner: Sara Eggert

Kosten: 1.119,79 EUR

Darum geht es: Abgemahnt wurde eine Produktaufmachung (Stempelhilfe), die dem "Original" angeblich sehr ähnlich sei. Es gibt zwar richtigerweise auch im Wettbewerbsrecht einen **Nachahmungsschutz**, aber hierfür muss erstmal bei dem nachgeahmten Produkt eine **wettbewerbliche Eigenart** vorliegen. Daran dürfte es oftmals scheitern, weil eben nicht jedes Produkt eine solche Eigenart aufweise - es müssen Gestaltungsmerkmale vorliegen, die zu einer Widererkennung führen. Wie wird sowas von den Gerichten entschieden? In Sachen wettbewerbliche Eigenart verweisen wir hierzu etwa auf [diese Entscheidung](#).

Werbung: LGA geprüft

Abmahner: buero.de Handel AG

Kosten: 1.375,88 EUR

Darum geht es: Hier ging es um das Prüfzeichen bzw. die Werbung mit der Aussage „**LGA geprüft**“ geht. Bei dem Prüfsiegel „LGA tested bzw. LGA geprüft“ handelt es sich um ein Zertifikat, das bestätigt, dass das entsprechend gekennzeichnete Produkt anhand bestimmter Kriterien schadstoffgeprüft ist und diese Prüfung auch bestanden hat. Der abgemahnte Händler hatte mit dieser Angabe in seinem Angebot geworben, **ohne Informationen bzgl. der Kriterien anzugeben**, anhand derer das Prüfzeichen vergeben wurde.

Wie bei der Werbung mit Testergebnissen trifft Online-Händler auch bei der werblichen Herausstellung von Prüfzeichen eine Informationspflicht. Da Prüfzeichen für sich genommen in den seltensten Fällen so gestaltet sind, dass Verbraucher sämtliche relevante Informationen (Prüfkriterien etc.) sofort erfassen können, müssen Online-Händler an dieser Stelle tätig werden und Informationen liefern.

Kommen Online-Händler der Informationspflicht für die hinter dem beworbenen Prüfzeichen stehenden Kriterien jedoch nicht nach, stellt dies nach § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG einen Wettbewerbsverstoß dar.

Tipp: Wir stellen [hier](#) einen ausführlichen Beitrag zum Thema "LGA tested" zur Verfügung.

Marke I: Benutzung von Parfümmarken für Duftzwillinge

Abmahner: Nobilis Group GmbH

Kosten: 3.020,34 EUR

Darum geht es: Hier ging es um das Thema Duftzwillinge: Das sind No-Name-Düfte, die bekannten Markendüften ähneln. Dabei verwenden die Anbieter häufig den geschützten Markennamen (hier: u.a. Aventus, Versace) zur Beschreibung der Düfte. Der Abmahner rügt eine Markenverletzung durch die Nennung der bekannten Marken in der Werbung. Das ist grundsätzlich richtig - generell ist es wichtig, bei der Beschreibung von Duftzwillingen vorsichtig zu sein und keine geschützten Markennamen oder geschütztes geistiges Eigentum anderer Unternehmen zu verwenden. Die Verwendung einer geschützten Marke ohne Genehmigung des Markeninhabers kann rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen, einschließlich möglicher Markenrechtsverletzungen. Zudem kann ein solches Verhalten auch wettbewerbswidrig sein.

Tipp: Es ist ratsam, alternative Möglichkeiten zur Beschreibung von Duftzwillingen zu finden, ohne geschützte Markennamen zu verwenden. Beispielsweise können allgemeine Beschreibungen des Duftes, Hinweise auf ähnliche Düfte oder Vergleiche mit bekannten Düften anderer Marken ohne Nennung spezifischer Markennamen verwendet werden.

Marke II: Verwendung der Marke "Elara"

Abmahner: Elara GmbH

Kosten: 2.171,50 EUR zzgl. Schadensersatz

Darum geht es: Im Bereich Markenrecht schlagen diese Abmahnungen dieses Rechteinhabers seit Jahren regelmäßig auf. Laut Markenregister ist das Zeichen Elara (übrigens auch wie die zuletzt abgemahnten Zeichen(Vornamen) Esha oder Isha) als deutsche Marke eingetragen u.a. für Bekleidung. Bedeutet: Kein Dritter darf dieses Zeichen markenmäßig verwenden, außer es liegt eine Berechtigung durch den Rechteinhaber vor.

Wir haben uns in diesem [Beitrag](#) mal insgesamt mit der markenrechtlichen Problematik im Umgang mit Vornamen beschäftigt.

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. Warum wurde ausgerechnet ich abgemahnt?

Viele Markeninhaber überwachen ihre Marken selbst oder durch einen Dienstleister. Meldet dann ein Dritter diese Marke bei den Markenämtern an oder nutzt diese Marke offline oder online, ohne dazu berechtigt zu sein, schlägt die Überwachungssoftware Alarm und meldet die vermeintliche Rechtsverletzung. Natürlich kann es im einen oder anderen Fall auch sein, dass ein unliebsamer Mitbewerber den Verstoß gemeldet hat oder der Markeninhaber den Abgemahnten aufgrund einer bestehenden, aber gescheiterten Geschäftsbeziehung ohnehin auf dem Schirm hatte - wie auch immer: Marken werden angemeldet, 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, einen Rechtsstreit ohne gerichtliche Entscheidung beizulegen - der Abmahnende gibt dem Verletzer also die Chance auf eine außergerichtliche Einigung - das spart Kosten. Aber natürlich ist eine Abmahnung erst einmal ein Hammer: Finanziell und auch tatsächlich, denn sie stellt einen erheblichen Eingriff in die Geschäftstätigkeit des Abgemahnten dar. Und doch ist die Abmahnung, sofern sie berechtigt und nicht rechtsmissbräuchlich erfolgt, grundsätzlich eine Chance.

3. Was wollen die eigentlich 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 in der Regel alle Ansprüche zu bejahen - liegt keine Rechtsverletzung vor, folgt daraus die Abweisung aller (!) Ansprüche.

4. Was bedeutet der Unterlassungsanspruch für mich?

Sofern Sie eine geschützte Marke unbefugt benutzt haben, hat der Markeninhaber (oder ein Berechtigter) gemäß § 14 Abs. 5 MarkenG einen Unterlassungsanspruch gegen Sie. Das bedeutet, dass der Markeninhaber verlangen kann, dass Sie die Rechtsverletzung in Zukunft unterlassen. Um sich abzusichern und die Ernsthaftigkeit Ihrer diesbezüglichen Erklärung zu gewährleisten, wird in der Unterlassungserklärung eine Vertragsstrafe festgelegt. Nur die Abgabe einer ausreichend strafbewehrten Unterlassungserklärung lässt den Unterlassungsanspruch entfallen - für den Abgemahnten bedeutet dies: Er hat die Chance, dass durch die Abgabe der Erklärung der Unterlassungsanspruch ausgeräumt und damit eine gerichtliche Durchsetzung vermieden werden kann.

5. Sollte die beigefügte Unterlassungserklärung abgegeben werden?

Da die Abgabe der Unterlassungserklärung aber bei Annahme durch die Gegenseite zu einem rechtsverbindlichen Vertrag führt, sollte genau darauf geachtet werden, was in der Erklärung steht:

Die vom gegnerischen Anwalt vorformulierte Erklärung ist zwangsläufig im Interesse des Markeninhabers formuliert und dementsprechend weit gefasst - es empfiehlt sich daher in der Regel, diesen Entwurf zu überarbeiten (modifizieren), damit die Erklärung so formuliert ist, dass sie den Ansprüchen des Markeninhabers genügt, gleichzeitig aber auch den Verletzer möglichst wenig belastet. Wie auch immer. Auf keinen Fall sollte zukünftig gegen die Unterlassungserklärung verstoßen werden, da ansonsten eine nicht unerhebliche Vertragsstrafe droht.

6. Was kostet das jetzt?

Markenabmahnungen sind teuer - sagt der Volksmund. Und das stimmt - vor allem im Markenrecht:

Wer eine Markenverletzung begeht, veranlasst den verletzten Markeninhaber, einen Anwalt mit der Abmahnung zu beauftragen - der Anwalt kann und wird dafür ein Honorar verlangen. Da die Ursache für diese Beauftragung in der Markenrechtsverletzung zu sehen ist, hat der Markeninhaber nach ständiger Rechtsprechung einen Kostenerstattungsanspruch. Darüber hinaus steht dem Markeninhaber wegen der Verletzung seiner Marke auch ein Schadensersatzanspruch zu - der Abgemahnte wird also doppelt zur Kasse gebeten.

Und wie berechnet sich der Zahlungsanspruch?

Die Höhe des Kostenerstattungsanspruchs richtet sich nach dem der Abmahnung zugrunde liegenden Gegenstandswert - dieser ist gemäß § 3 ZPO vom Gericht zu bestimmen. Maßgeblich für die Höhe dieses

Wertes ist das Interesse des Abmahnenden an der Verfolgung der Verletzungshandlung. 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 (sog. „Angriffsfaktor“). Im Markenrecht hat sich in der Rechtsprechung ein sogenannter Regelstreitwert von 50.000 Euro durchgesetzt, der im Einzelfall natürlich über- oder unterschritten werden kann. So sind etwa die Dauer und Intensität der Markenverletzung, die erzielten Umsätze, die Bekanntheit und der Ruf der Marke zu berücksichtigen und für jeden Einzelfall gesondert zu bewerten.

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

- es ist der Gewinn zu ersetzen, den der Verletzer infolge der Markenverletzung verloren hat, oder
- der vom Verletzer erzielte Gewinn ist herauszugeben (sog. Gewinnabschöpfungsanspruch) oder
- vom Verletzer die Zahlung einer angemessenen Lizenzgebühr verlangt werden kann (sog. Schadensersatz im Wege der Lizenzanalogie).

7. Warum muss ich Auskunft erteilen?

Im Verletzungsfall hat der Rechteinhaber gemäß § 19 MarkenG einen Auskunftsanspruch - dieser dient in erster Linie dazu, den Schadensersatz berechnen zu können. Denn der Rechteinhaber hat keine Kenntnis über den Umfang der Verletzungshandlung. Die Auskunft ist dabei wahrheitsgemäß und vollständig zu erteilen - gelegentlich wird auch ein Rechnungslegungsanspruch geltend gemacht - in diesem Fall sind sämtliche Belege, die im Zusammenhang mit der Verletzungshandlung stehen, vorzulegen.

8. Und der Vernichtungsanspruch?

Auch den gibt es - nach § 18 MarkenG. Er spielt vor allem in Plagiatsfällen eine große Rolle - hier hat der Markeninhaber ein Interesse daran, dass die Plagiate ein für alle Mal vom Markt verschwinden und vernichtet werden. Dies kann entweder selbst in Auftrag gegeben werden oder die Ware wird dem Markeninhaber zur Vernichtung übergeben.

9. Und warum ist bei Markenabmahnungen oft ein Patentanwalt beteiligt?

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

Neben den Rechtsanwaltskosten sind dann regelmäßig auch die Kosten für die Einschaltung des Patentanwalts zu erstatten - die Kostenbelastung verdoppelt sich. Diese Praxis ist in der Rechtsprechung inzwischen heftig umstritten. Einige Gerichte halten die Einschaltung eines Patentanwalts bei einfachen Markenverletzungen für nicht erforderlich und lehnen daher einen Erstattungsanspruch ab. Zuletzt hatte der Bundesgerichtshof (Urteil vom 10.05.2012, Az.: I ZR 70/11) hierzu ausgeführt:

“

"Aus dem Umstand, dass es im konkreten Fall erforderlich ist, einen Rechtsanwalt mit der Abmahnung einer Kennzeichenverletzung zu beauftragen, folgt nicht, dass es auch erforderlich ist, einen Patentanwalt mit der Abmahnung zu beauftragen. Ist ein Rechtsanwalt aufgrund seiner kennzeichenrechtlichen Kenntnisse allein in der Lage, den Fall rechtlich zu beurteilen und den Verletzer abzumahnern, ist die zusätzliche Einschaltung eines Patentanwalts nicht erforderlich. Es bedarf daher grundsätzlich einer gesonderten Prüfung, ob es erforderlich war, neben einem Rechtsanwalt auch einen Patentanwalt mit der außergerichtlichen Verfolgung einer Markenverletzung zu beauftragen."

”

Es sollte also genau geprüft werden, ob die Einschaltung eines Patentanwalts notwendig war.

Hier gibt es mehr zur [Reaktion bei Markenabmahnungen](#).

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement