

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Abmahnradar: Lebensmittelunternehmer und Zutatenverzeichnis / Hygieneartikel: Ausschluss Widerruf / Marken: Miele, Toyota

Wieder eine Abmahnwoche der sogenannten Wettbewerbsvereine: Unter anderem ging es um den unzulässigen Ausschluss des Widerrufsrechts bei elektrischen Zahnbürsten. Oder um das fehlende Zutatenverzeichnis und die fehlende Angabe des Lebensmittelunternehmers bei Lebensmitteln. Etwas exotischer die Abmahnung wegen fehlender Angaben bei Kundenbewertungen - hier gibt es seit 2022 einige Informationspflichten. Im Markenrecht ging es um die Marken Miele und Toyota - und um das Thema Duftzwillinge.

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:

Hygieneartikel: Widerruf ausgeschlossen?

Abmahner: Verbraucherzentrale Berlin

Kosten: 278,27 EUR

Darum geht es: In diesem Fall ging es um eine elektrische Zahnbürste, die der Anbieter vom Widerruf ausgeschlossen hatte. Zum einen wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Rückgabe ausgeschlossen sei, zum anderen war die Ware mit einem Siegel versehen, das ein Öffnen durch den Käufer verhindern sollte. So funktioniert das aber nicht:

Zwar ist nach § 312 g Abs. 2 Nr. 3 BGB ein Widerrufsrecht des Verbrauchers bei Verträgen zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe

geeignet sind, ausgeschlossen, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde.

Bei Waren, deren Rückgabe nach Entsiegelung durch den Verbraucher aus gesundheitlichen oder hygienischen Gründen nicht möglich ist, muss der Unternehmer ein Widerrufsrecht nicht akzeptieren. Soweit - sogut.

Ob aber tatsächlich solch ein Ausschlussgrund vorliegt, lässt sich nicht durch das bloße Versiegeln der Ware beeinflussen. Vorliegend dürfte also die Versiegelung nicht zum Ausschluss des Widerrufsrechts führen. Keinesfalls sollten Händler die gesetzlich vorgesehenen Ausschlussgründe in der Widerrufsbelehrung (wie hier) individuell durch eigene Angaben ergänzen, sondern allenfalls im Einzel- und Streitfall mit dem Kunden darüber sprechen.

Tipp: [Hier](#) finden Sie einen guten Überblick über den Ausschlussgründe des Widerrufsrechts.

Irreführend: Anti Zeckenhalsband

Abmahner: Wettbewerbszentrale

Kosten: 350,00 EUR

Darum geht es: Es handelte sich um ein "Anti-Zecken-Halsband". Eine solche Bezeichnung suggeriere, dass das Hundehalsband eine Wirkung gegen Zecken habe. Derartige Aussagen seien irreführend und unlauter, da es hierfür keine wissenschaftlichen Belege gebe - so der Abmahner. Da ein Zeckenbefall selbst als Krankheit einzustufen ist, handelt es sich hier um den rechtlich sensiblen Bereich der krankheitsbezogenen Werbung.

Exkurs: Allgemeine Hintergrundinformationen zum Thema Zeckenschutz und Tiernahrung erhalten Sie in [diesem Rechtsprechungsbeitrag](#).

Fehlende Angaben Abtropfgewicht

Abmahner: Verband Sozialer Wettbewerb e.V.

Kosten: 238,00 EUR

Darum geht es: Hier wurde die fehlende Angabe des Abtropfgewichtes (Verstoß gegen Fertigpackungsverordnung) beanstandet. Es handelte sich um Salzzitronen, bei denen nur die Nennfüllmenge angegeben war - die Angabe des Abtropfgewichtes ist jedoch nach der genannten Verordnung vorgeschrieben.

Tipp: [Hier](#) finden Sie weitere Informationen zur Fertigverpackungsverordnung. Und hier ganz allgemein wichtige Informationen zum rechtssicheren Verkauf von Lebensmitteln finden Sie [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 zur Vermeidung solcher Abmahnungen Tipps für die bereits seit Mai 2022 bestehenden Regelungen zu den Grundpreisangaben.

Lebensmittel: Fehlendes Zutatenverzeichnis / fehlende Angaben Einweg/Mehrweg / fehlende Angaben Lebensmittelunternehmer / Angaben zu Kundenbewertungen

Abmahner: Verband Sozialer Wettbewerb e.V.

Kosten: 238,00 EUR

Darum geht es: Und wieder derselbe Abmahner: Hier ging es um das fehlende **Zutatenverzeichnis** - bei einem "Zam-Zam-Wasser aus Mekka".

Online-Händler, die vorverpackte Lebensmittel unter Verwendung von Fernkommunikationsmitteln (z.B. E-Mail, Katalog, Internet) zum Kauf anbieten, sind (bereits seit dem 13.12.2014) verpflichtet, den Verbrauchern vor Abschluss des Kaufvertrages bestimmte Pflichtangaben zur Verfügung zu stellen.

Gemäß Artikel 9 der EU-Lebensmittelinformationsverordnung sind dies neben der Zutatenliste folgende Angaben

- Die Bezeichnung des Lebensmittels
- **Das Verzeichnis der Zutaten**

- Alle in Anhang II aufgeführten Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffe sowie Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffe, die Derivate eines in Anhang II aufgeführten Stoffes oder Erzeugnisses sind, die bei der Herstellung oder Zubereitung eines Lebensmittels verwendet werden und - gegebenenfalls in veränderter Form - im Enderzeugnis vorhanden sind und die Allergien und Unverträglichkeiten auslösen.
- Die Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten
- Die Nettofüllmenge des Lebensmittels
- Gegebenenfalls besondere Anweisungen für Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung
- Der Name oder die Firma und die Anschrift des Lebensmittelunternehmers* nach Artikel 8 Absatz 1
- Das Ursprungsland oder der Herkunftsort, wo dies nach Artikel 26 vorgesehen ist.
- Eine Gebrauchsanleitung, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden.
- Für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts in Volumenprozent.

Faustregel für die Onlinekennzeichnung: Orientieren Sie sich an der Produktverpackung! [Hier](#) finden Sie alles Wissenswerte zum Thema Onlinekennzeichnung.

Weiterer Abmahnpunkt: Die fehlenden Angaben zum **Lebensmittelunternehmer**:

Beim Inverkehrbringen von alkoholischen Getränken sind Angaben zum verantwortlichen Lebensmittelunternehmer (Name oder Firma und Anschrift) zu machen. Konkret bedeutet dies, dass es nicht ausreicht, nur den Namen oder die Firma des verantwortlichen Lebensmittelunternehmers anzugeben. Vielmehr muss auch dessen vollständige Anschrift angegeben werden (z.B.: „Mustermann GmbH, Musterstraße 1, 12345 Musterstadt“). Nicht ausreichend ist es, wenn z.B. Straße und Hausnummer fehlen. Hat der Lebensmittelunternehmer seinen Sitz im Ausland, so ist bei der Anschrift auch das Land anzugeben.

Weiterhin ist zu beachten: Hat der Hersteller des Lebensmittels seinen Sitz nicht in der Europäischen Union, so ist nicht der Hersteller, sondern der Importeur, der das Lebensmittel in die Europäische Union einführt, als verantwortlicher Lebensmittelunternehmer anzugeben.

Tipp: In [diesem Beitrag](#) finden Sie alle wichtigen Informationen zu den Pflichtangaben im Lebensmittelhandel.

Zudem wurde wohl nicht darüber informiert, ob die Getränke in Einweg- oder Mehrweggetränkeverpackungen abgefüllt sind.

Online-Händler, die mit Getränken befüllte **Einweggetränkeverpackungen** vertreiben, die gemäß § 31 Abs. 1 VerpackG der Pfandpflicht unterliegen, sind gemäß § 32 I VerpackG verpflichtet, Endverbraucher mit dem deutlich sicht- und lesbaren Schriftzeichen „EINWEG“ (in Großbuchstaben) darauf hinzuweisen, dass diese Verpackungen nach der Rückgabe nicht wiederverwendet werden.

Dieser Hinweis **muss** gemäß § 32 IV VerpackG in Gestalt und Schriftgröße mindestens der Preisauszeichnung für das jeweilige Produkt entsprechen. **Der Hinweis "EINWEG" sollte von der**

Schriftgröße her also mindestens so groß sein wie der Preis.

Tipp: Mehr zu diesem Thema finden Sie in [diesem Beitrag](#).

Abgemahnt wurden zudem die **unzulässige Kundenbewertung**. Denn es wurde mit Kundenbewertungen geworben, ohne darüber zu informieren, ob und wie der bewertete Verkäufer sicherstellt, dass die Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die Waren/Dienstleistungen auch tatsächlich in Anspruch genommen haben. Schon zum 28.05.2022 hatten sich einige gesetzliche Neuerungen im Bereich der Kundenbewertungen ergeben.

Händler, die Verbraucherbewertungen anzeigen, werden nach der neuen Vorschrift künftig verpflichtet,

- in einem ersten Schritt offen zu legen, **ob** Maßnahmen ergriffen werden, die sicherstellen, dass die angezeigten Bewertungen echt sind, also von Verbrauchern stammen, die das bewertete Produkt überhaupt erworben/genutzt haben
- Bei vorhandenen Verifizierungsmaßnahmen darzulegen, welche Prozesse und Verfahren er zur Prüfung der Echtheit der Verbraucherbewertungen angewendet werden

Wichtig: die neue Informationspflicht zwingt nicht dazu, eine Echtheitsverifizierung einzurichten, sondern nur dazu, über das Ob und ggf. das Wie einer Einrichtung zu informieren.

Mehr dazu finden Sie in diesem [ausführlichen Beitrag](#).

Tipp: Sie sind auch etwas unglücklich über Bewertungen Ihres Unternehmens? Unser Kooperationspartner [TRUST1](#) hilft bei der Entfernung unzulässiger Bewertungen.

Fehlende Textilkennzeichnung

Abmahner: Verband sozialer Wettbewerb e.V.

Kosten: 238,00 EUR

Darum geht es: Es ging hier zum einen um die **fehlenden Angaben der Textilkennzeichnung**.

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.

Urheberrecht: Unberechtigte Bildnutzung

Abmahner: Michale Staudinger

Kosten: 827,13 EUR

Darum geht es: Wie fast jede Woche wird eine Urheberrechtsverletzung wegen unerlaubter Nutzung von Bildmaterial geltend gemacht - diesmal auf Facebook. Bei diesen urheberrechtlichen Abmahnungen geht es in der Regel um **Unterlassung der rechtsverletzenden Bildnutzung (Abgabe einer Unterlassungserklärung), Auskunft, Schadensersatz** und **Aufwendungsersatz**. Abhängig von der Anzahl der abgemahnten Bilder und der Dauer der Nutzung können die Forderungen nach Schadensersatz und Kostenerstattung durchaus hoch ausfallen.

Der Schadensersatzanspruch kann sich übrigens verdoppeln - sofern die Urhebernennung unterlassen wurde.

Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wir stellen unseren Mandanten [hier](#) ein Muster für Nutzungsverträge für Bild und Text zur Verfügung.

Sie finden [hier](#) einen guten Überblick zum Umgang mit Bilderklau-Abmahnungen.

Tipp: Dann lieber Stockfotos? [Hier](#) finden Sie alle Infos zu den gängigsten Bilddatenbanken.

Marke I: Benutzung der Marke "Miele"

Abmahner: Miele & Cie.

Kosten: 2.729,50 EUR

Darum ging es: Erneut liegt uns eine Abmahnung zu diesem Thema vor: Der Abgemahnte hatte ein Produkt des Rechteinhabers angeboten, dem vorgeworfen wurde, eine Fälschung oder ein Parallelimport zu sein. Hintergrund ist, dass die Rechteinhaber mit einem selektiven Vertriebssystem am Markt agieren und der Abgemahnte kein autorisierter Händler war. Diese Fälle sind nicht ganz unbekannt - siehe dazu diesen [Beitrag](#).

Marke II: Benutzung der Marke "Toyota"

Abmahner: Toyota Motor Corporation

Kosten: 2.584,09 EUR

Darum geht es: Automobilhersteller beobachten ihre Marken im Internet sehr genau - in der Vergangenheit haben wir in diesem Zusammenhang schon häufiger über Volkswagen, BMW oder Skoda berichtet. Nun hat es die Toyota Motor Corporation erwischt. In diesem Fall ging es um die Verwendung der Marke Toyota (Wort- und Bildmarke) für Merchandising-Artikel. Angeblich handelte es sich dabei nicht um Originalprodukte. Diese Abmahnungen treffen die Händler meist sehr hart, da der der Abmahnung zugrunde liegende Gegenstandswert immer sehr hoch ist (hier: 100.000 EUR). Aufgrund des hohen Verbreitungsgrades und der intensiven Nutzung der Toyota-Marken ist dieser Betrag rechtlich aber leider durchaus vertretbar.

Marke III: Benutzung von Parfümmarken für Duftzwillinge

Abmahner: Nobilis Group GmbH

Kosten: 3.020,34 EUR

Darum geht es: Diese Abmahnungen häufen sich in letzter Zeit: Es geht 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, Fierce) zur Beschreibung der Düfte. Der Abmahner rügt eine Markenverletzung durch die Nennung der bekannten Marken in der Werbung sowie in den Kundenrezensionen. Daneben ging es als Nebenkriegsschauplatz auch um die fehlende Kennzeichnung der Düfte. Vor allem aber geht es dem Abmahner um die Problematik des Duft-Zwilling-Marktes, der angesichts der hohen Parfumpreise für Verbraucher immer attraktiver wird.

Rein rechtlich mag an solchen Vorwürfen etwas dran sein - 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. Darüber hinaus kann ein solches Verhalten auch wettbewerbswidrig sein, wenn es sich um unzulässige vergleichende Werbung handelt.

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. Aber wie gesagt: in sehr engen und vorsichtigen Grenzen.

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