

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Abmahnradar: Verbotener Inhaltsstoff: Lialial / Marken: Alpha, Edelstahl Rostfrei

Der Schwerpunkt der Abmahnungen liegt nach wie vor im Lebensmittelhandel: Beanstandet wurden die Verwendung der Werbeaussagen "magenschonend" oder "bekömmlich" oder die fehlende Angabe des Zutatenverzeichnisses und des Lebensmittelunternehmers. Außerdem ging es um den verbotenen Inhaltsstoff Lialial. Im Bereich Markenrecht waren die Marken Alpha und Edelstahl Rostfrei betroffen.

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:

Werbung: Magenschonend / Bekömmlich

Abmahner: Verband Sozialer Wettbewerb e.V.

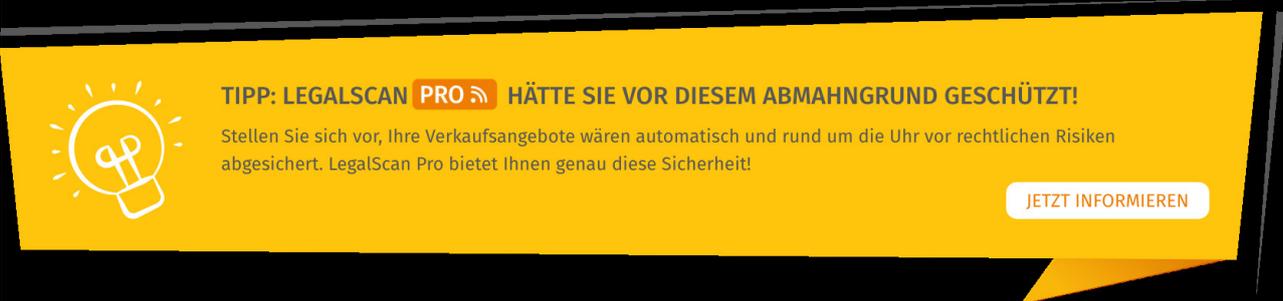
Kosten: 238,00 EUR

Darum geht es: Wieder einmal ging es um den Werbeslogan "magenschonend" und "bekömmlich". Dieser Werbeslogan wurde bereits im Zusammenhang mit verschiedenen Lebensmitteln verwendet. Diesmal ging es um Kaffee - wir kennen diese Abmahnungen aus der Vergangenheit auch im [Zusammenhang mit Sekt](#) oder [Bier](#).

Es geht also um Lebensmittel im Allgemeinen:

Sogenannte (unspezifische) gesundheitsbezogene Angaben wie „bekömmlich“ oder auch „magenschonend“ oder „magenfreundlich“ sind mangels Bestimmtheit keine zulässigen Health Claims. Solche unspezifischen Angaben dürfen in der Werbung nur verwendet werden, wenn ihnen eine spezielle gesundheitsbezogene Angabe aus den Listen der Art. 13 oder 14 VO (EG) 1924/2006 beigelegt ist.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie [hier](#).



TIPP: LEGALSCAN PRO HÄTTE SIE VOR DIESEM ABMAHNRUND GESCHÜTZT!
Stellen Sie sich vor, Ihre Verkaufsangebote wären automatisch und rund um die Uhr vor rechtlichen Risiken abgesichert. LegalScan Pro bietet Ihnen genau diese Sicherheit!

[JETZT INFORMIEREN](#)

Collagen: Irreführende Werbung mit Wirkweisen

Abmahner: Verband sozialer Wettbewerb e.V.

Kosten: 238,00 EUR

Darum geht es: Abgemahnt wurde das Angebot des Produkts "Re-Connect Collagen", das unter anderem mit den Schlagworten "Hautgesundheit / Anti-Aging / Muskelerholung / Muskelaufbau" beworben wurde.

Vorwurf **Irreführung, da die beworbene Wirkung dem Produkt nicht zukommt, jedenfalls nicht wissenschaftlich nachgewiesen ist**. Wer mit gesundheitlichen Wirkungen von Produkten wirbt, muss besonders strenge Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Aussagen erfüllen. Lässt sich eine gesundheitsfördernde Wirkung nicht hinreichend wissenschaftlich belegen, ist die Werbung zur Täuschung geeignet und damit irreführend.

Die hier relevante sogenannte Health-Claims-Verordnung (Verordnung (EG) Nr. 1924/2006) verfolgt zwei Ziele:

- Zum einen soll ein hohes Schutzniveau für Verbraucher gewährleistet werden, d.h. »Gesundheitsversprechen« sollen künftig nur noch dann zulässig sein, wenn sie auch eingehalten werden.
- Zum anderen soll durch eine europaweit einheitliche Regelung der freie Warenverkehr gewährleistet werden, indem gleiche Wettbewerbsbedingungen geschaffen werden. Damit schafft die Verordnung im Umkehrschluss auch Rechtssicherheit für die Unternehmen.

Für gesundheitsbezogene Angaben gilt gemäß Artikel 10 Abs. 1 der Health-Claims-Verordnung das so genannte „**Verbotsprinzip mit Erlaubnisvorbehalt**.“ Artikel 10 Abs. 1 der Health-Claims-Verordnung schreibt das Folgende vor:

“

"(1) Gesundheitsbezogene Angaben sind verboten, sofern sie nicht den allgemeinen Anforderungen in Kapitel II und den speziellen Anforderungen im vorliegenden Kapitel entsprechen, gemäß dieser Verordnung zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Artikeln 13 und 14 aufgenommen sind."

Gesundheitsbezogene Angaben sind also grundsätzlich verboten, sofern sie nicht

”

- den in Art. 3 bis 7 der Verordnung geregelten allgemeinen Grundsätzen und
- den in Art. 10 bis 19 der Verordnung festgelegten speziellen Anforderungen an gesundheitsbezogene Angaben entsprechen,
- gemäß der Verordnung zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Art. 13 und 14 der Verordnung aufgenommen sind.

Exkurs: Und hier einige weitere Beispiele für Werbung, die von den Gerichten bereits als gesundheitsbezogen eingestuft wurden und mit Vorsicht zu genießen sind:

- "Praebiotik® zur Unterstützung einer gesunden Darmflora"
- "Unterstützung des Kindes von innen heraus durch Vermehrung guter Darmbakterien"
- Aussagen, dass bestimmte Nahrungsergänzungsmittel geeignet seien, dem Verwender zu einer mühelosen Raucherentwöhnung zu verhelfen
- Bezeichnung wie „bekömmlich“, verbunden mit dem Hinweis auf einen reduzierten Gehalt an Stoffen, die von einer Vielzahl von Verbrauchern als nachteilig angesehen werden.
- "Granatapfelpulver hilft bei der Regeneration der Haut und ist ein hochwirksames Antioxidans, welches Umweltgifte bindet, die die Hautalterung antreiben."
- „Mit probiotischen Kulturen“
- "Produkt X: Empfehlenswert für schöne Haut und Haare und zudem gut für Zähne und Knochen"
- "Stärkt die Blasen- und die Prostatafunktion" / "Durch diese Nährstoffkombination stärken Sie die Blasenmuskulatur, deren Funktionsfähigkeit für die geregelte Entleerung der Blase von entscheidender Bedeutung ist" / "Beim Mann unterstützen die Vitalstoffe des Kürbissamens zusätzlich die Gesunderhaltung der Prostatafunktion"
- Werbung für Kindermilch: "Unterstützung des Kindes von innen heraus durch Vermehrung guter Darmbakterie"
- „Erhalt der kognitiven Funktion“
- „Fitness für die grauen Zellen"
- "Probiotik®: mit natürlichen Milchsäurekulturen, die ursprünglich aus der Muttermilch gewonnen werden“
- "Die X enthalten ... Echinacea und Holunderblüten, die dafür bekannt sind, die natürlichen Abwehrkräfte unterstützen zu können"
- Produkt X "hält fit im Alter und beugt vorzeitigem Altern vor"

Hinweis: Weiterführende Informationen zum Thema Health-Claims können Sie in unserem [Großbeitrag zur Health-Claims-Verordnung](#) nachlesen!

Lilial: Verbotener Inhaltsstoff

Abmahner: Primis SFF Handels GmbH

Kosten: 1.375,88 EUR

Darum geht es: Es handelte sich hier um eine Seife - der Abmahner stellte durch ein Gutachten fest, dass der in Kosmetika verbotene Stoff **Lilial** enthalten war. Lilial, auch bekannt als Butylphenyl Methylpropional oder 2-(4-tert-Butylbenzyl)Propionaldehyd, ist ab 2021 in Kosmetika verboten, da er als gesundheitsschädlich gilt.

Was viele nicht wissen mögen: Kosmetikhändler haben Prüfpflichten hinsichtlich der Rechtskonformität und Verkehrsfähigkeit der von ihnen angebotenen Produkte.

Vertreiben Händler daher entgegen den Vorschriften Kosmetika mit Lilial, verstoßen sie selbst gegen europäisches Kosmetikrecht und riskieren derartige Abmahnungen. In jedem Fall sollten betroffene Händler natürlich Ihre Bezugsquelle über die Abmahnung in Kenntnis setzen.

Tipp: Wir haben uns [in diesem Beitrag](#) näher mit diesem Problemkreis beschäftigt.

Lebensmittel: Fehlendes Zutatenverzeichnis / fehlende Angaben Lebensmittelunternehmer

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 Wassergetränk.

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.

Marke I: Benutzung der Marken "Alpha" / "Alpha Industries"

Abmahner: Alpha Industries GmbH & Co. KG

Kosten: n.n.

Darum ging es: Diesmal handelt es sich nicht um eine Abmahnung, sondern lediglich um die Aufforderung, ein markenrechtswidriges Angebot zu unterlassen. Hintergrund: Der Markeninhaber konnte offensichtlich nicht nachweisen, dass es sich nicht um Originalware handelt, sondern lediglich um Originalware, die der Anbieter vermutlich von nicht autorisierten Vertriebspartnern bezogen hat.

Das Thema ist uns nicht ganz unbekannt - wir hatten in der Vergangenheit bereits mehrfach mit Abmahnungen aus diesem Bereich zu tun - siehe hierzu gerne [hier](#).

Marke II: Benutzung der Marke "Edelstahl Rostfrei"

Abmahner: Warenzeichenverband Edelstahl Rostfrei e.V.

Kosten: 2.584,09 EUR

Darum geht es: Wieder einmal hat ein Warenzeichenverband abgemahnt: Bei der Bezeichnung „Edelstahl Rostfrei“ handelt es sich um eine solche geschützte Wortkombination. Diese wurde vom Warenzeichenverband Edelstahl Rostfrei e.V. als deutsche Wort-/Bildmarke (DE 30 2017 014 667) sowie als Unions-Wort-/Bildmarke (EU 004674231) angemeldet und eingetragen. Bei beiden Marken handelt es sich um sogenannte Kollektivmarken. Der Abgemahnte gehört dem Kollektiv nicht an, nutzt die Marke aber dennoch. Hersteller der streitgegenständlichen Messer sei offensichtlich der Abgemahnte selbst.

Tipp: Wir haben uns in diesem [Beitrag](#) mal näher mit dem Thema auseinandergesetzt.

Marke III: Benutzung von Parfümmarken für Duftzwillinge

Abmahner: Nobilis Group GmbH

Kosten: 3.020,34 EUR



TIPP: LEGALSCAN PRO  **EFFEKTIVER SCHUTZ VOR MARKENABMAHNUNGEN**

Vermeiden Sie kostspielige Abmahnungen – LegalScan Pro überprüft Ihre Produkte automatisch auf markenrechtlich problematische Begriffe. So haben Sie stets die Gewissheit, rechtlich abgesichert zu sein.

[JETZT INFORMIEREN](#)

Darum geht es: Diese Abmahnungen häufen sich seit einiger 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 Parfümpreise 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: LegalScan Pro – Der smarte Schutz vor teuren Markenabmahnungen

Markenabmahnungen werden immer häufiger – und können schnell teuer werden. Doch das lässt sich leicht vermeiden: **LegalScan Pro** scannt Ihre Angebote und prüft sie auf die gängigen Abmahnmarken. Sobald uns neue Marken bekannt werden, wird der Scanner automatisch aktualisiert. So sind Sie immer auf der sicheren Seite!

Für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Warten Sie nicht, bis Sie eine teure Markenabmahnung erhalten! Buchen Sie [LegalScan Pro jetzt](#) und schützen sich bereits ab 6,90 € im Monat.

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