

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Auf dem Abmahnradar: Grundpreise/Geneva/Infopflichten/Werbung für Spirituosen/Freibleibende ebay- Angebote/Lieferzeiten/Marke:Quantum

Nach den Feiertagen war es ein bisschen ruhiger - aber einen Onlinehandel ohne Abmahnungen kann es wohl nicht geben. Worum es uns hier geht: Wir wollen stetig über den Abmahnmarkt informieren, um zu erreichen, dass der ein oder andere Händler vielleicht Fehler und Abmahnungen vermeiden kann. Hier die aktuellen Abmahnungen dieser Woche im Überblick. Einen guten Überblick über die Abmahnungen der letzten Zeit mit weiteren Verlinkungen zu einschlägigen Beiträgen finden Sie [hier](#), [hier](#) und [hier](#).

### Fehlende Grundpreisangaben

**Wer:** Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V.

**Was:** Fehlende Angabe von Grundpreisen

**Wieviel:** 198,73 EUR

**Wir dazu:** Es vergeht wirklich keine Woche, in dem nicht fehlende oder fehlerhafte Grundpreise abgemahnt werden. Obwohl sich dieses Thema bei den Händlern rumgesprachen haben sollte, ist es dennoch "meistabgemahnt". Es kann daran liegen, dass oft gar nicht so leicht zu erkennen ist, wo und wie die Grundpreise anzugeben sind.

Hier nochmal zusammengefasst Wissenswertes über dieses Thema:

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. Beim Verkauf über eBay ist darauf zu achten, dass der Grundpreis in der eBay-Artikelüberschrift angegeben werden muss - und zwar am Anfang. Nur so kann derzeit beim Verkauf über die eBay-Plattform gewährleistet werden, dass die Grundpreise

- in unmittelbarer Nähe des Endpreises stehen und
- überhaupt in der eBay-Kategorieansicht dargestellt werden.

Schon nicht mehr ausreichend ist es,

- den Grundpreis in der zweiten (kostenpflichtigen) eBay-Artikelüberschrift zu nennen
- erst in der eBay-Artikelbeschreibung auf den Grundpreis hinzuweisen.
- alleine das von eBay zur Verfügung gestellte Grundpreisangabefeld zu nutzen.

4. Auch bei "Google-Shopping" und anderen Online-Preissuchmaschinen und/oder –Produktsuchmaschinen müssen grundpreispflichtige Produkte zwingend mit einem Grundpreis versehen sein.

5. 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.

6. 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.

## Geneva: Irreführung Herkunftsangaben

**Wer:** Falk Valentin

**Was:** Werbung für Uhren

**Wieviel:** 865,00 EUR

**Wir dazu:** Geneva ist die englische Übersetzung des schweizerischen Kanton Genf. Nun gibt es zwischen Deutschland und der Schweiz ein Abkommen, das besagt, dass Schweizer Kantons als Herkunftsangaben geschützt sind. Wer also Bezeichnungen wie Geneva für Uhren nutzt, ohne dass es sich dabei um eine Uhr handelt, die dort hergestellt wurde, hat ein Problem. Denn wer gegen dieses Abkommen verstößt, verhält sich wettbewerbswidrig. Das macht es möglich, dass solch ein Verstoß, dessen Verfolgung üblicherweise dem Rechteinhaber der geschützten Bezeichnung/Marke vorbehalten ist, auch vom Mitbewerber wettbewerbsrechtlich abgemahnt werden kann.

## Fehlende Angabe Lieferfrist / Versicherter Versand

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

**Was:** Unklare Angaben zur Lieferzeiten und versicherter Versand

**Wieviel:** 232,05 EUR

**Wir dazu:** Die Angabe von Lieferzeiten und deren Berechnung wird von vielen Händler immer noch stiefmütterlich behandelt – das kann bestraft werden, wie vorliegende Abmahnung zeigt..

**Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** Wir haben einen [Leitfaden](#) zum rechtskonformen Umgang mit Lieferzeiten zur Verfügung gestellt.

**Zum Versicherten Versand:** Die ständige Rechtsprechung geht davon aus, dass die Werbung mit "versicherten Versand" im Online-Handel eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten und damit unzulässig ist, weil das Transportrisiko bei Verbrauchsgüterkäufen schon per Gesetz den Unternehmer trifft. Nach § 474 Abs. 2 Satz 2 BGB i.V.m. § 447 BGB trägt stets der Verkäufer das Risiko des zufälligen Untergangs, der Beschädigung oder des Verlusts der Ware. Macht ein Online-Händler in seinem Angebot insofern auf diese gesetzliche Bestimmung der Risikoübernahme in einer Weise aufmerksam, die dem Kunden suggeriert, er erhalte eine zusätzliche, vom Verkäufer gewährte (besondere) Serviceleistung, stellt dies grds. eine unlautere geschäftliche Handlung dar.

## Werbung für Spirituosen

**Wer:** Pan-Baltic Trading und Marketing GmbH

**Was:** Werbung für Spirituosen

**Wieviel:** 1.029,35 EUR

**Wir dazu:** Derzeit werden Händler abgemahnt, die im Rahmen ihrer Produktbeschreibung mit der Aussage werben, dass die angebotenen Spirituosen "wohltuend" seien. Diese Anpreisung verstößt gegen Art. 4 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (sog. "Health-Claims-Verordnung"). Danach darf für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent nicht mit gesundheitsbezogenen Angaben geworben werden.

Exkurs: Beim Verkauf von Alkohol warten noch ein paar andere Stolperfallen:

Sofern Sie online alkoholische Getränke anbieten, müssen Sie online insbesondere auch

- Informationen zum verantwortlichen Lebensmittelunternehmer (Name oder Firma und dessen Anschrift) erteilen;
- den vorhandenen Alkoholgehalt in Volumenprozent angeben, sofern es sich um Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent handelt.

Konkret bedeutet dies, dass es nicht ausreicht, nur Name oder Firmenbezeichnung des verantwortlichen Lebensmittelunternehmers anzugeben. Vielmehr muss auch dessen vollständige Anschrift genannt werden (z.B.: „Mustermann GmbH, Musterstraße 1, 12345 Musterstadt“). Nicht ausreichend ist, wenn z.B. Straße und Hausnummer fehlen. Sitzt der Lebensmittelunternehmer im Ausland, ist auch das Land bei der Anschrift anzugeben.

Ferner ist zu beachten: Sitzt der Produzent des Lebensmittels nicht in der Europäischen Union, ist als verantwortlicher Lebensmittelunternehmer nicht der Produzent anzugeben, sondern der Importeur, der das Lebensmittel in die Europäische Union einführt.

Die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts muss durch eine Ziffer mit nicht mehr als einer Nachkommastelle erfolgen, der das Symbol „% vol“ anzufügen ist (etwa: „15,2 % vol“).

Nach Art. 28 der LMIV gelten für Erzeugnisse, die in den KN-Code 2204 eingereiht werden können (so in aller Regel auch Weine) die für solche Erzeugnisse in den speziellen Unionsvorschriften festgelegten Bestimmungen. Solche Bestimmungen finden sich insbesondere in den Verordnungen 479/2008 und 607/2009. Art. 54 der Verordnung 607/2009 regelt, dass der Alkoholgehalt bei Wein in ganzen oder halben Einheiten anzugeben ist. Daher wäre etwa in Bezug auf Wein die Angabe 15,0 % vol für den Alkoholgehalt zutreffend und die Angabe 15,2 % vol falsch.

Unsere Empfehlung: Die Pflichtinformationen nach der LMIV sollten bereits auf der Seite verfügbar sein, auf welcher der Kunde die Ware erstmals in den virtuellen Warenkorb legen kann und zudem auf der Artikeldetailseite.

Weitergehende Informationen finden Sie hier: <https://www.it-recht-kanzlei.de/Thema/lebensmittel.html>

## Alte Widerrufsbelehrung, fehlendes Widerrufsformular, fehlender Hinweis zur OS-Plattform

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

**Was:** Verwendung veralteter Widerrufsbelehrung, fehlender OS-Link, unwirksame AGB

**Wieviel:** 232,05 EUR

**Wir dazu:** IDO ist vermutlich der abmahnstärkste Verband auf dem Markt. Und hatte zuletzt nach Ansicht des LG Berlin Probleme wegen der Aktivlegitimation und einer rechtsmissbräuchlichen

Geltendmachung seiner Ansprüche bekommen. Es bleibt abzuwarten, was daraus wird in Zukunft – aber zumindest sollte man das bei der Abmahn-Verteidigung im Auge behalten. Die Abmahnung dieses Vereins sind mitunter sehr umfangreich – so auch vorliegend. Es geht um eine veraltete Widerrufsbelehrung, den fehlenden Link zur OS-Plattform und einige fehlende Infopflichten. Alle Themen sind auf dem Abmahnmarkt nichts Neues:

Im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber dem Verbraucher sind einige Infopflichten hinsichtlich des Vertragsabschlusses einzuhalten. Vorliegend ging es um folgende Infopflichten:

- die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen
- die Information darüber, ob der Vertragstexte nach dem Vertragsschluss vom Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist.
- Informationen über die technischen Mittel zur Berichtigung von Eingabefeldern

Ein Thema das in den AGB eines jeden Onlinehändler stattfinden sollte. Diese Abmahnung zeigt einmal mehr wie wichtig rechtskonforme AGB sind – nicht nur, dass dadurch das Verhältnis zwischen Käufer und Verkäufer klar geregelt ist – zusätzlich kommt den AGB auch auf dem Abmahnmarkt eine gewichtige Rolle zu, da fehlende oder fehlerhafte Klauseln immer wieder Anlass für Abmahnungen sind.

In dieser Abmahnung ging es auch um eine veraltete Widerrufsbelehrung: Ein Widerruf kann nicht mehr durch Rücksendung der Ware ausgeübt werden. In diesem Zusammenhang weisen wir auch auf die Abmahnbarkeit eines fehlenden Widerrufsformulars hin – auch dies wird oft vom IDO ins Visier genommen.

**Entwarnung für die Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** Sofern Sie den Pflegeservice für Rechtstexte nutzen, sind Ihre AGB und Widerrufsbelehrung immer auf dem aktuellen Stand. Und sofern Sie als Onlineshophändler die Texte über die Schnittstellen zum Shopsystem nutzen erfolgt die Aktualisierung sogar vollautomatisch.

Und was natürlich (auch bei dieser Abmahnung und vielen weiteren, die wir von anderen Abmahnern erhalten haben) nicht fehlen darf: Der fehlende Hinweis auf die Streitschlichtungsplattform mit Verlinkung.

Es gibt seit Januar 2016 eine gesetzliche Verpflichtung auf die OS-Plattform der EU-Kommission hinzuweisen – und das verlinkt. Wir haben hierzu bereits oft und auch erst kürzlich ausführlich [berichtet](#)

.

**P.S.:**

Seit 01.02.2017 gibt es weitere gesetzliche Infopflichten in Sachen Streitschlichtung zu erfüllen. Nähere Infos zu den nebeneinander bestehenden Pflichten finden Sie [hier](#) und [hier](#).

## ebay-AGB: Freibleibende Angebote

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

**Was:** Freibleibende Angebote bei ebay

**Wieviel:** 232,05 EUR

**Wir dazu:** Und nochmal IDO: Indem Sie Waren bei eBay.de anbieten, geben Sie bereits ein verbindliches Vertragsangebot ab, an welches Sie gebunden sind und welches der Käufer durch Sofort-Kauf, Höchstgebot oder ggf. Preisvorschlag annimmt, so dass damit bereits ein Vertrag zustande kommt.

Hinweise dahingehend, dass Sie sich an Ihr Angebot nicht gebunden fühlen bzw. das Recht vorbehalten, über einen Vertragsschluss selbst zu befinden, sind abmahnbar und daher unbedingt zu vermeiden.

Entwarnung für Mandanten der IT Recht Kanzlei: Wer unsere extra auf ebay-zugeschnittenen AGB verwendet ist nicht nur diesbzgl. auf der sicheren Seite.

## Markenrecht: Verwendung der Marke Quantum

**Wer:** Joachim Mika

**Was:** Unberechtigte Nutzung Markenname Quantum im Bereich Alkohol

**Wieviel:** 1.531,90 EUR zzgl. Schadensersatz

**Wir dazu:** Im Bereich Markenrecht schlagen diese Abmahnungen regelmäßig auf. Laut Markenregister ist die Marke tatsächlich eingetragen ua. für alkoholische Getränke.

Bedeutet: Kein Dritter darf dieses Zeichen markenmäßig verwenden, außer es liegt eine Berechtigung durch den Rechteinhaber vor.

**Ansonsten gilt:** Markenabmahnungen sind wegen den gängigen hohen Streitwerten (hier: 50.000 EUR) meist teuer – hier muss immer auch nach Verletzungsumfang der Einzelfall entscheiden. Das gilt natürlich auch für den geforderten Schadensersatz.

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 beigefügte 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 / Partnermanagement