

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Auf dem Abmahnradar: Geneva/alte Widerrufsbelehrung/Irreführende Werbung/Nicht funktionierender OS-Link/Marke: BMW/Nachahmungsschutz

Diese Woche ging es wieder rund. Es war alles dabei aus dem Wettbewerbs-, Urheber- und Markenrecht. So wurde ua. die unzulässige Nutzung der Marke BMW abgemahnt, sowie irreführende Angaben in der Werbung, ua. in Print- und adwords-Anzeigen, und natürlich der gute alte OS-Link, diesmal aber nicht wegen der fehlenden Anklickbarkeit, sondern als fehlerhafter Link. 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](#) und [hier](#).

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 wegen einer möglichen Herkunftstäuschung. 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.

Fehlerhafte Widerrufsbelehrung / Vertragstextspeicherung / Fehlender OS-Link / Preisangaben

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

Was: Fehlerhafte Widerrufsbelehrung bzw. deren Verwendung, keine Vertragstextspeicherung, fehlender OS-Link und keine Umsatzsteuer genannt

Wieviel: 232,05 EUR

Wir dazu: Eine sehr umfangreiche IDO-Abmahnung – mit alten bekannten und neuen Aspekten:

In dieser Abmahnung ging es auch um fehlende Überschriften in der Widerrufsbelehrung und die Darstellung der Widerrufsbelehrung in den AGB: Das ist natürlich spitzfindig. Wir raten dazu Widerrufsbelehrungen zu nutzen, die dem gesetzlichen Muster exakt entsprechen, und diese Widerrufsbelehrung unter einem gesonderten Punkt (etwa benannt: „Widerrufsbelehrung und Widerrufsformular“) in der Webpräsenz zu hinterlegen - so können Sie derartige Fehler vermeiden.

Soweit bekannt ist folgendes: Im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber dem Verbraucher sind einige Infopflichten hinsichtlich des Vertragsabschlusses einzuhalten, ua. auch die abgemahnte fehlende Vertragstextspeicherung. Hier noch mal zusammengefasst, die Angaben in Sache Infopflichten, die in keinen AGB fehlen sollten:

- 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 Eingabefehlern

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.

Entwarnung für die Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Sofern Sie den Pflegeservice für Rechtstexte nutzen, sind Ihre AGB und va. auch 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 auch die fehlende Umsatzsteuer in unmittelbarer Nähe zu den Preisen des abgemahnten Händlers wurde kritisiert. Fakt ist: Nach der Preisangabenverordnung sind alle Preisbestandteile, neben den Versandkosten auch die enthaltene Umsatzsteuer, leicht erkennbar und deutlich lesbar in unmittelbarer Nähe zum Preis zu nennen. Wer Versandkosten und Steuer gar nicht oder z.B. erst im footer aufführt, kann Probleme bekommen.

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.

Nochmals erklärt: 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](#).

Fehlende Telefonnummer in WRB / Versicherter Versand

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

Was: Fehlende Telefonnummer in WRB / Versicherter Versand

Wieviel: 232,05 EUR

Wir dazu: Und nochmal der IDO: Und wieder ging es um die Muster-Widerrufsbelehrung: Dort ist die Angabe der Telefonnummer vorgesehen – und die fehlte dem abgemahnten Händler. Es handelt sich bei der Angabe der Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung tatsächlich nicht um eine freiwillige Information, sondern um eine rechtliche verpflichtende.

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.

Irreführende Werbung

Wer: StudiMed GmbH

Was: Werbeaussagen im Bereich Studienplatzvergabe Ausland

Wieviel: 2.792,90 EUR

Wir dazu: Eine sehr umfangreiche Abmahnung: Es ging dabei um diverse Werbeaussagen auf der Firmenwebsite, in Flyern und auch über google-adwords. Die Werbung wurde als irreführend angegriffen, da Sie (angeblich) unwahr sei - oder als Alleinstellungsbehauptung nicht zu belegen sei. Auch in der Werbung gilt der Grundsatz der Wahrheit und Klarheit. Die Werbeaussage muss also belegbar und natürlich richtig sein. Auch wenn in der Werbung gerne übertrieben wird, muss man hier die rechtlichen Grenzen kennen.

Exkurs: Zu den rechtlichen Vorgaben etwa in der Printwerbung haben wir [hier](#) ausführlich Stellung genommen.

Alte Widerrufsbelehrung, fehlendes Widerrufsformular

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

Was: Verwendung veralteter Widerrufsbelehrung

Wieviel: 232,05 EUR

Wir dazu: Und wieder der IDO und wieder die Widerrufsbelehrung. In dieser Abmahnung nun ging es auch um eine veraltete Widerrufsbelehrung in allen Punkten: Ein Widerruf kann etwa nicht mehr durch Rücksendung der Ware ausgeübt werden. Ebenso sind mittlerweile die empfangenen Leistungen im Falle eines Widerrufs nicht mehr in 30n Tagen, sondern in 14 Tagen zurück zu gewähren. In diesem Zusammenhang weisen wir auch auf die Abmahnbarkeit eines fehlenden Widerrufsformulars hin – auch dies wird oft vom IDO ins Visier genommen.

Es ist schon auffällig, dass die Widerrufsbelehrung, die eigentlich zum Standard eines jeden gewerblichen Händler im B2C Bereich gehören sollte, so oft zu Problemen führt - das ist eigentlich fahrlässig.

Urheberrecht: Unberechtigte Bildnutzung

Wer: Mehrfach: Annette Gauerke

Was: Unberechtigte Bildnutzung

Wieviel: 2.085,95 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Hier ging es um die Verwendung von Produktfotos aus dem Bereich Tierfutter. Sowas kommt aber in allen Branchen vor, da Produktfotos im Allgemeinen sehr begehrt, weil aufwendig in der Herstellung, sind. Fehlt die Erlaubnis des Urhebers bzw. Rechteinhabers des betroffenen Bildes/Textes, stellt dies grds. eine Verletzung der Rechte des Urhebers/Rechteinhabers des geschützten Materials dar und löst entsprechende urheberrechtliche Ansprüche aus, die dann in einer Abmahnung durchgesetzt werden können. Neben Unterlassung und Auskunft hinsichtlich der Nutzung droht Schadensersatz.

Eine weitere Bilderabmahnung, in der zunächst lediglich der Unterlassungsanspruch geltend gemacht wird, liegt uns von der WMF Group GmbH vor. Lassen Sie sich hier nicht täuschen: Selten aber manchmal werden in einer Abmahnung erstmal nur die Unterlassungsansprüche geltend gemacht - um dann in einem 2. Anlauf die weiteren Ansprüche, wie Auskunft, Schadensersatz und Kostenerstattung anzugehen.

Sie finden [hier](#) einen guten Überblick zum Thema Bilderklau.

Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wer fremdes Bild – oder Textmaterial für seinen Internetauftritt nutzt, sollte sicher gehen, dass er hierzu auch die Rechte hat. Um Streit zwischen Rechteinhaber und Nutzer zu vermeiden sollte alles schriftlich geregelt sein – wir haben eine Nutzungsvereinbarung als [Muster](#) im Mandantenportal kostenfrei hinterlegt.

Garantiewerbung

Wer: VDAK e.V. – Verein Deutscher und Ausländischer Kaufleute e.V.

Was: Werbung mit Garantie

Wieviel: 142,80 EUR

Wir dazu: Dieses Thema wird immer wieder von unterschiedlichen Abmahnern aufgegriffen. Diesmal hat das der VDAK e.V. übernommen – ein Verein, der in letzter Zeit immer aktiver wird. Mit dem Begriff "Garantie" darf nur geworben werden, wenn dabei zum einen auf die gesetzlichen Rechte des Verbrauchers sowie darauf hingewiesen wird, dass die Verbraucher durch die Garantie nicht eingeschränkt werden. Darüber hinaus muss der Inhalt der Garantie und alle wesentlichen Angaben, die für die Geltendmachung der Garantie erforderlich sind, insbesondere die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes sowie Namen und Anschrift des Garantiegebers, angegeben werden.

Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wir stellen Ihnen auch hierzu Anleitungen zur Verfügung, die die notwendigen Inhalte der [Händler-Garantie](#) und [Hersteller-Garantie](#) aufführen.

Nicht funktionierender OS-Link

Wer: Günter Girnus

Was: Nicht funktionierender OS-Link

Wieviel: 887,03 EUR

Wir dazu: Diesmal eine relativ neue Variante zur Thematik OS-Link. Meist stürzen sich die Abmahner auf den fehlenden Link zur Streitschlichtungsplattform. Wir berichten hier in jedem Abmahnradar-Beitrag. Diesmal ging es aber um einen zwar vorhandenen, aber nicht funktionierenden Link. Das ist natürlich besonders ärgerlich. Denn hier hat sich jemand Mühe gemacht, die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten und dann aber wohl einen technischen Fehler begangen. Die Gerichte jedenfalls strafen auch sowas in der Regel ab – und sehen einen Wettbewerbsverstoß. Hier muss also genau gearbeitet werden.

Tipps für die technische Umsetzung der Verlinkung in Onlineshop, ebay & Co. finden Sie in diesem ausführlichen [Beitrag](#).

Marke I : Verwendung der Marke DAPA auf Amazon

Wer: DAPA GmbH & Co. KG

Was: Nutzung der Marke DAPA auf Amazon

Wieviel: 1.973,90 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: In diesem Amazon-Fällen werden Händler abgemahnt, die sich mit Ihren No-Name-Produkten an die bereits eingestellten Markenartikel anhängen – was dem Prinzip Amazon entspricht und auch sinnvoll ist, kann aus markenrechtlicher Sicht schnell zur Falle werden. Denn wenn ein Markenprodukt angeboten wird und der anhängende Händler zwar ein optisch identisches Produkt, aber eben kein Produkt der geschützten Marke anbietet, ist das grds. ein klassischer Markenverstoß, der daneben auch noch wettbewerbsrechtliche Auswirkungen haben kann, da nicht das geliefert wird, was bestellt wurde. So auch in dem vorliegenden Fall – auffallend hier ist der hohe Gegenstandswert von 100.000 EUR, über den man sicherlich streiten kann.

Marke II : Verwendung der Marke BMW

Wer: BMW AG

Was: Nutzung des Logos in der Produktwerbung

Wieviel: 4839,50 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Automobilhersteller überwachen Ihre Marken im Internet sehr akribisch – das zeigt unsere Erfahrung mit VW, Audi und eben auch BMW. In diesem Fall ging es um die Nutzung des BMW-Logo für nicht Originalware. Also gar nicht mal um Plagiatsware, sondern nur um die unberechtigte Verwendung des geschützten Logos in der Werbung für ein Produkt. Besonders ärgerlich. Hier gibt es immer wieder Probleme, weil viele Händler/Laien nicht nachvollziehen können, dass geschützte Zeichen für Ersatzteile und deren Bestimmung grds. nicht genutzt werden dürfen bzw. nur in sehr engen Grenzen. Wir hatten uns [hier](#) mal mit dem Thema Nutzung von fremden marken im Allgemeinen beschäftigt.

Ansonsten gilt: ganz schön teuer! Markenabmahnungen sind wegen den gängigen hohen Streitwerten (hier: 500.000 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 einen 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 dennotwendig 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 eine 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 erzielte Gewinn herauszugeben (so genannter Gewinnabschöpfungsanspruch) oder
- es kann eine angemessene Lizenzgebühr (so genannter Schadensersatz 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, dass 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.

Nachahmungsschutz: Herkunftstäuschung Kaffeebereiter

Wer: Bodum AG und Pi-Design GmbH

Was: Herkunftstäuschung durch Anbieten ähnlicher Produkte

Wieviel: 2.361,81 EUR

Wir dazu: Diese Fälle sind relativ selten, da meist andere Vorschriften wie das Designgesetz, das die äußere Erscheinungsform eines Produktes schützt, vorrangig sind: Eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung wegen einer vorgeworfenen Herkunftstäuschung – in diesem Fall ging es um einen auf dem Markt bekannten Kaffeebereiter und den Verkauf eines ganz ähnlich aussehenden Produktes. Es gibt im Wettbewerbsrecht einen Nachahmungsschutz – aber nur in engen Grenzen. So wenn das geschützte Produkt eine sog. Eigenart aufweist. Ein Erzeugnis besitzt in der Regel nur dann wettbewerbsrechtliche Eigenart, wenn dessen konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale dazu geeignet sind, die interessierten Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen. das ist in den meisten Konstellationen zumindest fraglich.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement