

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Auf dem Abmahnradar: Fehlerhafte Widerrufsbelehrung/Textilkennzeichnung//Irreführende Bezeichnung Rum/Marke: Lagerkorn

Auch diese Woche war wieder alles dabei: Etwa eine Widerrufsbelehrung im Fließtext ohne Punkt und Komma, die Nutzung der Weiterempfehlungsfunktion, fehlende und fehlerhafte Grundpreisangaben und die fehlende Angabe von Sulfiten. Und aus dem Markenrecht diesmal die unberechtigte Nutzung der Marke Lagerkorn. 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](#).

Widerrufsbelehrung im Fließtext, fehlender Hinweis auf Mängelgewährleistung, fehlende Info zur Vertragstextspeicherung

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. Diesmal wurde wieder die Widerrufsbelehrung und die AGB bemängelt:

Zumindest im Bereich Widerrufsbelehrung ging es dabei um ein eher exotisches Thema: Die Verwendung des Textes der Widerrufsbelehrung auf eBay. Wie bekannt ist hier der Platz für den WRB-Text begrenzt, was den Abgemahnten dazu veranlasst hat den Text ohne Punkt und Komma und ohne Überschriften in das dafür vorgesehene Kästchen bei eBay einzufügen. Davon raten wir im Ergebnis aus Gründen der Transparenz doch eher ab - und für eine derartige Darstellung besteht auch kein Grund. Zumindest die von uns für eBay zur Verfügung gestellte Widerrufsbelehrung ist von der Anzahl der zur Verfügung stehenden Zeichen gut unterzubringen.

Die weiteren Abmahn-Punkte betrafen die AGB, bei denen ein Hinweis auf das bestehende Mängelhaftungsrecht fehlte und die Info zur Vertragstextspeicherung.

Zur Wiederholung:

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 Eingabefehlern

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.

Fehlende Grundpreisangaben

Wer: Jörg Sieger

Was: Fehlende Angabe von Grundpreisen

Wieviel: 492,45 EUR

Wir dazu: Es vergeht wirklich keine Woche, in dem nicht fehlende oder fehlerhafte Grundpreise abgemahnt werden. Obwohl sich dieses Thema bei den Händlern rumgesprochen 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.

Sulfite / Lebensmittelunternehmer – Pflichtinfos beim Verkauf von Alkohol/Wein

Wer: Verbraucherschutzverein gegen den unlauteren Wettbewerb e.V.

Was: Fehlende Angaben von Allergenen (hier Sulfite)/Angaben Lebensmittelunternehmer

Wieviel: 243,95 EUR

Wir dazu: Abgemahnt wurde wegen fehlender Pflichtangaben beim Handel mit Alkohol - es ging mal wieder um die fehlende Angabe der Sulfite.

Weine enthalten regelmäßig **Sulfite** in Konzentrationen von über 10 mg/l, die nach Anhang II Nr. 12 LMIV als Allergene eingestuft werden und so im Fernabsatz die Pflicht zur Anführung eines entsprechenden Hinweises auslösen. Während die Kennzeichnung der Flaschenetiketten, die eine Kenntlichmachung der enthaltenen Sulfite ebenfalls vorsieht, regelmäßig dem Hersteller oder Abfüller obliegt, sind Händler nach der LMIV in sämtlichen Fernabsatzangeboten von Wein dazu verpflichtet, mit der Formulierung „Enthält Sulfite“ über den allergieauslösenden Inhaltsstoff zu informieren. Dies gilt, obwohl aufgrund des durchschnittlichen Alkoholgehalts von Wein ein Zutatenverzeichnis regelmäßig entbehrlich ist.

Tipp: Achtung passen Sie hier für den Fall einer Abgabe einer Unterlassungserklärung gut auf, dass alle

Verstöße auch beseitigt sind – dieser Verein schaut nach unserer Erfahrung genau hin und wartet nur auf einen vertragsstrafenbewehrten Verstoß.

Exkurs: Pflichtinformationen für Wein im Fernabsatz nach der LMIV

Die Informationen, die bei Verwendung eines Fernabsatzkommunikationsmittels zum Geschäftsabschluss anzugeben sind, bestimmen sich nach Art. 14 LMIV.

Laut Art. 14 Abs. 1 lit a. sind mit Ausnahme des Mindesthaltbarkeitsdatums sowie des Verbrauchsdatums sämtliche nach Art. 9 und 10 verpflichtende Informationen für jedes vorverpackte Lebensmittel vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar zu machen und auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäftes anzuführen.

Bei Online-Angeboten sind so spätestens auf der Artikelseite, die eine Einleitung des Bestellvorgangs ermöglicht, alle erforderlichen Hinweise anzuführen.

Alternativ kann auf ein anderes geeignetes Mittel, etwa eine externe Website zurückgegriffen werden, sofern dieses vor Abschluss des Kaufes eindeutig (etwa per deutlich ausgewiesenen Link) angegeben wird.

Für alkoholische Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2% – ein Wert, den Wein stets übersteigt – ist in Art. 16 Abs. 4 LMIV eine Einschränkung des Pflichtumfangs insofern vorgesehen, als die Pflicht zur Anführung eines Zutatenverzeichnisses (seit dem 13.12.2014 verbindlich) und zur Ausweisung einer Nährwertdeklaration (ab dem 13.12.2016 verpflichtend, s. Art. 55 Abs. 2 LMIV) entbehrlich sein soll.

Mithin verbleiben für Weine folgende, im Fernabsatz stets anzuführende Angaben:

- a) ☐ die Bezeichnung des Lebensmittels
- b) ☐ alle in Anhang II aufgeführten Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffe, 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 (Allergene)
- c) ☐ die Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten ?
- d) ☐ die Nettofüllmenge des Lebensmittels
- e) ☐ das Mindesthaltbarkeitsdatum oder das Verbrauchsdatum;
- f) ☐ gegebenenfalls besondere Anweisungen für Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung
- g) ☐ den Name oder die Firma und die Anschrift des Lebensmittelunternehmers nach Artikel 8 Absatz 1
- h) ☐ das Ursprungsland oder den Herkunftsort nach Maßgabe von Art. 26
- i) ☐ eine Gebrauchsanleitung, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden
- j) ☐ die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts in Volumenprozent

Garantiewerbung

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

Was: Werbung mit Garantie

Wieviel: 142,80 EUR

Wir dazu: Gleiches Thema wie letzte Woche – gleicher Verein. Die Abmahnungen wegen der Werbung mit einer Herstellergarantie, diesmal im Bereich Kopfhörer und Rauchmelder. Wir wiederholen: 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.

Werbung für Spirituosen

Wer: Wettbewerbszentrale

Was: Werbung für Rum

Wieviel: 250,00 zzgl. USt EUR

Wir dazu: Derzeit werden Händler abgemahnt, die im Rahmen ihrer Produktbeschreibung die angebotenen Spirituosen als Rum bewerben. Das wäre an sich noch kein Problem - wenn die so beworbenen Spirituosen aber nicht entsprechend aromatisiert sind und nicht den erforderlichen Alkoholgehalt erreichen, dann ist das nach der Spirituosenverordnung eben doch ein Problem. Und was hier auch noch bemängelt wurde: Die Lebensmittelinformationen, wie etwa die Angabe des Lebensmittelunternehmens, müssen auch dem Verbraucher zur Verfügung zustellen. Der Abgemahnte hatte hier nur eine Telefonnummer angegeben, unter der diese Informationen abgefragt werden konnte. Das ist natürlich schon ein bisschen knapp. Diese Infos sollten klar und deutlich aus der Artikelbeschreibung hervorgehen.

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>

Urheberrecht: Verkauf von Lizenzkeys/Gebrauchte Software

Wer: NE-Soft 24 GmbH

Was: Verkauf von lizenzen

Wieviel: 1.973,90 EUR

Wir dazu: Es ging hier um den Verkauf eines Microsoft Office Produktkeys mit keynummer. Der Verkauf solcher Produktkeys ist urheberrechtlich höchst anspruchsvoll. Denn es reicht in der Regel nicht aus,

den key einfach per mail zu übersenden ohne weitere Infos. Und: Damit der Verkauf zulässig ist, muss es sich um urheberrechtlich erschöpfte Ware handeln. Es gibt hierzu eine höchstrichterliche Rechtsprechung (BGH, Urteil v. 17.7.2013, I ZR 129/08). Wir hatten über die Problematik, die auch schon weitere Gerichte beschäftigt hat, etwa [hier](#), berichtet.

Händler, die derartige Produkte verkaufen, sollten genau prüfen, ob sie die rechtlichen Anforderungen einhalten.

Textilkennzeichnung, freibleibende eBay-Angebote

Wer: Yvonne Fiedler

Was: Textilkennzeichnung, unwirksame eBay-AGB

Wieviel: 984,60 EUR

Wir dazu: Es wurde hier eine fehlerhafte Textilkennzeichnung abgemahnt. Im Bereich Textilkennzeichnung geht es meist um **gar nicht vorhandene** oder **falsch umgesetzte** Textilkennzeichnung.

Sollten Sie Textilerzeugnisse verkaufen, so achten Sie darauf, die [hier genannten 7 Regeln zur Textilkennzeichnung](#) in jedem Falle streng einzuhalten.

(Sie möchten wissen, welche Textilerzeugnisse generell kennzeichnungspflicht sind? Gerne, vgl. [hier](#).)

Und weiter ging es hier um eine unzulässige eBay-AGB Klausel. Was viele offensichtlich nicht wissen: Bei eBay ist v.a. im Bereich sofort-kauf der Vertragsschluss anders geregelt als in einem Onlineshop - daher sind die AGB auch nicht einfach austauschbar.

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. Das ist im Onlineshop ganz anders geregelt.

Hinweise auf ebay jedenfalls 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.

Exkurs: Top 5 der häufigsten eBay-Abmahnfallen

Achten Sie darauf, nicht in eine der folgenden 5 Abmahnfallen bei eBay zu tappen:

Achten Sie darauf, nicht in eine der folgenden fünf Abmahnfallen bei eBay zu tappen:

1. Angabe widersprüchlicher Widerrufsfristen

Im Rahmen des Hinweises bei eBay „Widerrufsrecht Frist x“ muss unbedingt ein Gleichlauf zu der in der von Ihnen vorgehaltenen Widerrufsbelehrung genannten Frist hergestellt werden. Wählen Sie im Rahmen des Hinweises bei eBay z.B. „1 Monat“ aus, muss auch im Rahmen der Konfiguration der Widerrufsbelehrung als Fristlänge „1 Monat“ ausgewählt werden. Wählen Sie dort stattdessen z.B. „14 Tage“ aus, würde im selben eBay-Angebot einmal „1 Monat“ (Hinweis bei eBay) und einmal „14 Tage“ (in Ihrer Widerrufsbelehrung) als Länge der Widerrufsfrist genannt. Dies wäre abmahnbar, da irreführend.

Bitte beachten Sie zudem, dass „1 Monat“ ungleich 30 Tage oder 31 Tage ist. Wenn Sie bei dem Hinweis bei eBay „1 Monat“ auswählen, dürfen Sie keinesfalls bei der Konfiguration der Widerrufsbelehrung „30 Tage“ auswählen, da auch dies abmahnbar wäre.

Achtung: eBay-Nutzer haben uns mehrfach berichtet, dass bereits die Teilnahme an bestimmten eBay-Programmen (z.B: „Top-Verkäufer“) dazu führen kann, dass eBay den Hinweis zu der Widerrufsfrist in den Angeboten auf „1 Monat“ abändert, ohne dass dies dem Verkäufer bewusst ist.

2. Widersprüchlicher Hinweis zu den Rücksendekosten

Ebay verlangt zudem einen Hinweis, wer im Widerrufsfall die unmittelbaren Kosten der Rücksendung zu tragen hat. Auch diesbezüglich ist unbedingt darauf zu achten, dass hier ein Gleichlauf zwischen diesem Hinweis und der Formulierung dazu in der von Ihnen vorgehaltenen Widerrufsbelehrung besteht. Sofern Sie bei eBay im Rahmen des Hinweises auswählen „Käufer trägt die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren“ muss in der Widerrufsbelehrung die Aussage „Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.“ erscheinen, welche sich mit den Angaben im Hinweis bei eBay deckt (mit „Sie“ wird der Verbraucher angesprochen). In diesem Fall darf im Rahmen der Widerrufsbelehrung dann nicht die alternative Formulierung „Wir tragen die Kosten der Rücksendung.“ enthalten sein, da dies dann im Widerspruch zum Hinweis bei eBay stünde und abmahnbar wäre.

Dagegen muss bei Auswahl des ausgewählten Hinweises „Verkäufer trägt die Kosten der Rücksendung“ dann in der Widerrufsbelehrung die Aussage „Wir tragen die Kosten der Rücksendung.“ stehen.

3. Unzulässige Aussagen zum Vertragsschluss

Immer wieder liest man in eBay-Angeboten Aussagen wie „Angebot freibleibend“ oder „Vertragsschluss erfolgt durch gesonderte Auftragsbestätigung durch uns“.

Bitte beachten Sie: Indem Sie eine Ware 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. Bitte tätigen Sie keinerlei Angaben zum Vertragsschluss in Ihren eBay-Angeboten, da sich diese Angaben bereits in den von uns zur Verfügung gestellten eBay-AGB finden.

4. „Alte“ Angebotsgestaltung weiterhin aktiv

Bei eBay.de ist ferner häufig zu beobachten, dass alte Angebote zum Teil trotz gebündelter Überarbeitung nicht abgeändert bzw. bereits beendete Angebote automatisch wiedereingestellt werden. Insbesondere in Bezug auf abgegebene Unterlassungserklärungen kann dies zur teuren Falle

werden.

Im Zweifel sollten Sie jedes eBay-Angebot manuell prüfen, ob die Änderungen übernommen worden sind und alle Optionen, die zu einem automatischen Wiedereinstellen führen können, deaktivieren.

5. Fehlen von Rechtstexten

Häufig zu beobachten ist, dass Händler zwar die AGB in Ihren eBay-Angeboten vorhalten aber nicht die Widerrufsbelehrung oder umgekehrt. Teilweise fehlen die Rechtstexte auch vollständig.

Bitte beachten Sie: Die Rechtstexte der IT-Recht Kanzlei für eBay.de bestehen aus den eBay-AGB und der eBay-Widerrufsbelehrung bzw. des eBay-Widerrufsformulars (bzw. bei Nutzung des Programms „eBay Plus“ der „eBay Plus – Widerrufsbelehrung und des Widerrufsformulars“). Sie müssen daher sicherstellen, dass in Ihren eBay-Angeboten immer die AGB und die Widerrufsbelehrung bzw. Widerrufsformular dargestellt werden, da andernfalls eine Abmahngefahr besteht.

Grundpreise, Versandkosten, Weiterempfehlungsfunktion

Wer: Andreas Mansfeld

Was: fehlerhafte Grundpreise, unklare Versandkosten, Nutzung Weiterempfehlungsfunktion

Wieviel: 1.171,67 EUR

Wir dazu: Zum Thema fehlende Grundpreise berichten wir jede Woche, so auch eingangs dieses Beitrages. Was natürlich auch nicht vergessen werden darf in diesem Kontext ist, dass die Grundpreise richtig anzugeben sind - hier schleicht sich schnell der Fehlerteufel ein und das wird dann oft gnadenlos ausgenutzt vom Abmahner. Zum Thema Preisbestandteil passt dann auch der Abmahngrund Versandkosten: Diese sind stets beim Preis anzugeben - ausreichend durch Verlinkung auf eine Sonderseite, aus der sich alle Infos zum Versand, insbesondere zu den Versandkosten ergeben müssen, und das natürlich vor Abgabe des Angebotes durch den Kunden.

Und: Es wurde mal wieder die Weiterempfehlungsfunktion abgemahnt.

Eine Weiterempfehlungsfunktion in einem eigenen Onlineshop bzw. auf einer eigenen Webseite sollte dauerhaft entfernt werden.

Die klassische „Tell-a-Friend“-Funktion, bei der der Händler dem Nutzer ein Online-Formular zur Eingabe der Empfänger-Email-Adresse zur Verfügung stellt und bei der die Empfehlungs-Email dann über den Webserver des Händlers bzw. seines Dienstleisters an einen Dritten versendet wird, hat aufgrund der restriktiven BGH-Rechtsprechung (vgl. Urteil vom 12.09.2013 - I ZR 208/12) ausgedient. Diese Funktion führt dazu, dass der Händler in rechtlicher Hinsicht „Spam“ an den Empfehlungsempfänger versendet, was klar abmahnbare ist.

Auch eine sog. „Mail-to“-Funktion (bei dieser „Mail-to“-Funktion wird eine Nachricht nicht über den Server der Plattform bzw. des Online-Shopsystems versendet, da diese „Mail-to“-Funktion das E-Mailprogramm des empfehlenden Nutzers öffnet, die versendete E-Mail wird sodann direkt vom E-Mailprogramm des Empfehlenden aus versendet) ist nach Auffassung des LG Hamburg als unzulässige

Werbemaßnahme zu qualifizieren. Wir raten daher bis zur verbindlichen Klärung der Zulässigkeit der „Mail-to“-Funktion von der diesbezüglichen Verwendung ab.

Exkurs: Hinweis zu den Verkaufsplattformen Amazon.de und eBay.de:

In Bezug auf die früher von Amazon auf dem Marketplace bei Amazon.de vorgehaltene Weiterempfehlungsfunktion wurde bereits mehrfach gerichtlich festgestellt, dass deren Gestaltung wettbewerbswidrig und abmahnbar ist. Wohl nicht zuletzt, weil auch die Marketplace-Händler für diese Funktion seitens Amazon haften und vermehrt abgemahnt wurden, hat Amazon diese Funktion zwischenzeitlich „entschärft“. Nunmehr wird auf den Plattformen eBay und Amazon mit der „Mail-to“-Funktion gearbeitet, nach Auffassung des LG Hamburg sei dies allerdings unzulässig. Wir werden Sie über die weitere Entwicklung auf dem Laufenden halten, eine Änderung der Weiterempfehlungsfunktion auf Amazon und eBay ist für Händler derzeit nicht möglich. Auf die Weiterempfehlungsfunktionen bei Amazon.de und eBay.de wird [hier](#) näher eingegangen.

Marke: Benutzung der Marke Lagerkorn im Bereich Spirituosen

Wer: Theo Sasse e.K. und Lagerkorn GmbH

Was: Unberechtigte Nutzung Markenname Lagerkorn

Wieviel: noch nichts

Wir dazu: Für einen Laien ist zugegebenermaßen schwer zu erkennen, dass **Lagerkorn** als Marke geschützt werden kann - und noch schwerer, dass dieses Zeichen anscheinend tatsächlich geschützt wurde, da es doch ein wenig beschreibend klingt. So kann man sich täuschen und wird dann bei zeichenwidriger Nutzung abgemahnt.

Eine eingetragene Marke bedeutet: Kein Dritter darf dieses Zeichen markenmäßig verwenden, außer es liegt eine Berechtigung durch den Rechteinhaber vor - bei den zahlreichen Mo-Abmahnungen in letzter Zeit wird die Verwendung des Begriffes Mo in den unterschiedlichsten Varianten vorgeworfen.

Ansonsten gilt: Markenabmahnungen sind wegen den gängigen hohen Streitwerten meist teuer (auch wenn hier noch keine Kosten geltend gemacht werden - das kommt noch) – 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, 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.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement