

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Abmahnradar: Alkoholgehalt / Garantie / Marke: FR

Die fehlenden Angabe von Grundpreisen und Alkoholgehalt - außerdem abgemahnt: Garantiewerbung und die Marke Seat.

### Unrechtmäßige Verwendung des Begriffs BIO

**Wer:** Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs

**Was:** Werbung mit Bio

**Wieviel:** 243,95 EUR

\*Wir dazu: \*Werbung mit dem Prädikat BIO wird immer beliebter – kein Wunder, dass hier immer wieder abgemahnt wird. Diesmal wegen der unberechtigten Verwendung im Bereich Nahrungsergänzungsmittel. Konkret ging es um die Bewerbung von Kapseln mit der Bezeichnung "BioAstin". Der Vorwurf ging ua. dahin, dass hier mit Bio geworben wird, ohne dass es sich um ein Bio-Produkt nach der EG-Öko-Verordnung handelte.

#### **Unsere Tipps bei Verwendung der hippen Begriffe BIO und ÖKO beim Verkauf von Lebensmitteln/Futtermitteln:**

Beachten Sie beim Verkauf von Lebensmitteln/Futtermitteln, die Sie mit dem Begriff "Bio" und/oder "Öko" bewerben, dass

1. Sie sich zwingend (!) bei einer zugelassenen Ökokontrollstelle zur Biozertifizierung anzumelden haben. Das gilt auch dann, wenn Sie bloßer Vertreiber (also kein Hersteller/Importeur) sind. Anders formuliert: Online-Händler müssen sich, sofern sie als biologisch gekennzeichnete Erzeugnisse vertreiben, stets einer vorherigen behördlichen Kontrolle unterziehen und eine Zertifizierung abwarten!
2. Sie die jeweilige Kontrollnummer zwingend mit anzugeben haben. Es ist erforderlich, dass für jedes Bio-Produkt die dazugehörige Kontrollnummer auf der individuellen Produktdetailseite mit angeführt wird. Die Kontrollnummern variieren von Produkt zu Produkt (es gibt keine allgemeingültige Prüfnummer!), sodass die Möglichkeit einer übergeordneten Anführung entfällt. Stattdessen müssen sie jedem einzelnen Erzeugnis gesondert beigestellt sein.

Auf der jeweiligen Produktdetailseite sollte, um den Anforderungen des Art. 23 Abs. 2 der EU-Öko-VO zu entsprechen, der Kontrollcode in direktem räumlichen Zusammenhang zu dort verwendeten Bio-Schlagworten stehen. Der Zusammenhang ist gewahrt, wenn die Kontrollnummer im selben Sichtfeld erscheint. Dementsprechend sollte die Wahrnehmbarkeit nicht von einem zusätzlichen Scrollen des Verbrauchers abhängig gemacht werden. Auch ein zusätzlich notwendiger Klick auf eine separate Sparte wie z.B. „Produktdetails“ sollte vermieden werden.

Wird das Wort „Bio“/“Öko“ oder eine entsprechende Bezeichnung in der Produktüberschrift ausgewiesen, sollte die Kontrollnummer im direkten Umfeld angeführt werden. Denkbar und vor allem bei komplexeren Seitenstrukturen empfehlenswert ist hierfür eine Integration der Prüfnummer in die Produktabbildung in hinreichender Größe und Auflösung.

Hinweis: Wie ist die für die Werbung richtige Öko-Kontrollnummer zu ermitteln?

Nach wie vor sind sich vor allem im elektronischen Geschäftsverkehr die in die Pflicht genommenen Händler im Einzelfall unsicher, welche Kontrollnummer sie jeweils anzuführen haben.

Die Verwirrung fußt meist darauf, dass Online-Händler nach Art. 28 Abs. 1 der EU-Öko-VO selbst auch zur Registrierung bei und Zertifizierung durch eine von der Verordnung benannte Kontrollstelle verpflichtet sind (vgl. oben) und mithin über eine eigene Kontrollnummer verfügen müssen. Lesen Sie bitte zu dieser Problemstellung dringend diesen [Beitrag](#).

P.S.: Auffallend, dass hier auch ein Mitbewerber, die Ivarssons Produkte fürs Leben Ltd. & Co. KG, gleichzeitig mit der Wettbewerbszentrale den Bio-Werbung abgemahnt hat.

## Fehlende Grundpreisangaben

**Wer:** Verein zum Schutz des legalen Wettbewerbs

**Was:** Fehlende Angabe von Grundpreisen

**Wieviel:** 165,00 EUR

**Wir dazu:** Es vergeht keine Woche, in dem nicht fehlende oder fehlerhafte Grundpreise abgemahnt werden (diesmal im Bereich Kfz-Pflegemittel). 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.

Einen brauchbaren Überblick speziell über die Abmahnthemen rund um die Grundpreise finden Sie auch in diesem [Beitrag](#).

## Lebensmittelunternehmer/Alkoholgehalt – Pflichtinfos beim Verkauf von Spirituosen

**Wer:** Verbraucherschutzverein gegen den unlauteren Wettbewerb e.V.

**Was:** Fehlende Angaben zum Lebensmittelunternehmer

**Will haben:** 243,95 EUR

**Wir dazu:** Abgemahnt wurde wegen fehlender Angaben des Alkoholgehaltes und des Lebensmittelunternehmers - ein Spezialgebiet dieses Verbraucherschutzvereines.

Beim Handel mit alkoholischen Getränken sind Informationen zum [verantwortlichen Lebensmittelunternehmer](#) (Name oder Firma und dessen Anschrift) zu erteilen. 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.

#### **Exkurs: Alkoholgehalt**

Der vorhandene Alkoholgehalt ist in Volumenprozenten bis auf höchstens eine Dezimalstelle anzugeben. Dieser Angabe ist das Symbol "% vol" anzufügen.

Der Angabe kann das Wort "Alkohol" oder die Abkürzung "alc." vorangestellt werden. Für die Angabe des Alkoholgehalts sind die folgenden Abweichungen zulässig:

- 0,5%vol bei Bier mit höchstens 5,5 % Alkoholgehalt und bei gegorenen Getränken aus Weintrauben, die nicht Erzeugnisse im Sinne des Weingesetzes sind.
- 1%vol bei Bier mit über 5,5 % Alkoholgehalt und bei weinähnlichen und schaumweinähnlichen Getränken bzw. schäumenden gegorenen Getränken aus Weintrauben, die nicht Erzeugnisse im Sinne des Weingesetzes sind.
- 1,5%vol bei Getränken mit eingelegten Früchten oder Pflanzenteilen;
- 0,3%vol bei anderen Getränken.

**Achtung:** Im Zuge der Umsetzung des "Gesetzes zur Verbesserung des Schutzes junger Menschen vor Gefahren des Alkohol- und Tabakkonsums" dürfen alkoholhaltige Süßgetränke (sog. Alkopops) gewerbsmäßig nur noch mit dem Hinweis "Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten, § 9 Jugendschutzgesetz" in den Verkehr gebracht werden. Dieser Hinweis ist auf der Fertigpackung in der gleichen Schriftart und in der gleichen Größe und Farbe wie die Marken- oder Phantasienamen oder, soweit nicht vorhanden, wie die Verkehrsbezeichnung zu halten und bei Flaschen auf dem Frontetikett anzubringen.

#### **Begriffsbestimmung:**

Unter „Alkopops“ versteht man übrigens Getränke (auch in gefrorener Form), die

- aus einer Mischung von Getränken mit einem Alkoholgehalt von 1,2 % vol oder weniger oder gegorenen Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 % vol mit Erzeugnissen nach § 130 Abs. 1 des Gesetzes über das Branntweinmonopol bestehen,
- einen Alkoholgehalt von mehr als 1,2 % vol, aber weniger als 10 % vol aufweisen,
- trinkfertig gemischt in verkaufsfertigen, verschlossenen Behältnissen abgefüllt sind und
- als Erzeugnisse nach § 130 Abs. 1 des Gesetzes über das Branntweinmonopol der Branntweinsteuer unterliegen. (vgl. zu allem § 1 AlkopopStG).

Eine Handlungsanleitung zum rechtssicheren Verkauf von Alkohol finden Sie [hier](#).

**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.

## Irreführende Werbung: R-Zeichen ohne Markeneintragung

**Wer:** K&L Wall Art GmbH

**Was:** Werbung mit dem R-Zeichen ohne eingetragene Marke

**Wieviel:** offen gelassen

**Wir dazu:** Das ist mal nach langer Zeit wieder was neues: Die Abmahnung wegen irreführender Verwendung des R-Zeichens. Es gab dazu zwar in der Vergangenheit Urteile (ua. BGH, Urteil vom 26.02.2009 (Az.: I ZR 219/06), in der Abmahnrealität war diese Problem aber wenig existent. Fakt ist: Wer keine eingetragene Marke hat oder hieran ein Recht besitzt, der darf seine Waren oder Dienstleistungen nicht mit dem bekannten R-Zeichen verwenden, das er genau dies dann vorgaukeln würde. Also Finger weg oder Marke eintragen lassen!

## Garantiewerbung

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

**Was:** Werbung mit Garantie

**Wieviel:** 142,80 EUR

**Wir dazu:** Das Lieblingsthema des VDAK e.V. – 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.

## Fehlender Link OS-Plattform

**Wer:** GamesTrade UG

**Was:** Fehlende Verlinkung OS-Plattform

**Wieviel:** 745,40 EUR

**Wir dazu:** Neuer Abmahner – altes Thema: 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](#).

## Marke: Benutzung der Marke FR im Bereich Fussmatten (Kfz)

**Wer:** Seat S.A.

**Was:** Unberechtigte Nutzung Markenname FR

**Wieviel:** 2.305,40 zzgl. Schadensersatz

**Wir dazu:** Offensichtlich hat Seat tatsächlich die Marke **FR** als Marke vor einigen Monaten für Kfz-Zubehör schützen lassen als Gemeinschaftsmarke- damit ist diese Wort-Bildmarke in diesem Bereich für Dritte grds. tabu.

Denn eine eingetragene Marke bedeutet grds.: 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 meist teuer (hier Gegenstandswert: 150.000 EUR) – 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 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, 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