von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Auf dem Abmahnradar: Amazon/ Textilkennzeichnung/ / Infopflichten / OS-Link / versicherter Versand / Marken:Paracord, IDA, Calvin Klein

IDO und IDA. Ersteres ist soweit bekannt als der vermutlich abmahnstärkste Verband überhaupt - was sich auch diese Woche wieder bewahrheitet hat. Wettbewerbsrechtlich ging es im allgemeinen dieses mal um die Amazon-ASIN-Abmahnungen, den guten alten fehlenden OS-Link und im Bereich Markenrecht eben um die Marke IDA, Paracord und Calvin Klein. Am Ende zählt für uns nur eins: Wir wollen stetig über den Abmahnmarkt informieren, um zu erreichen, dass der ein oder andere Händler vielleicht Fehler und Abmahnungen vermeiden kann. Einen guten Überblick über die Abmahnungen der letzten Zeit mit weiteren Verlinkungen zu einschlägigen Beiträgen finden Sie hier, hier, hier.

Fehlender Link OS-Plattform

Wer: Thilo Frisch

Was: Fehlende Verlinkung OS-Plattform

Wieviel: 413,90 EUR

Wir dazu: Mittlerweile ein Klassiker, wenngleich diesmal von einem neueren Abmahner präsentiert: Der fehlende Hinweis auf die Streitschlichtungsplattform mit Verlinkung - ein Thema das von vielen Abmahnern aufgegriffen wird.

Es gibt schon 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 ausführlichberichtet

.

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.

Keine Info zu Mängelhaftungsrecht / versicherter Versand / Textilkennzeichnung / Lieferfristen

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

Was: Keine Info zu Mängelhaftungsrecht, versicherter Versand, fehlende Textilkennzeichnung, AGB-Klausel: Unverbindliche Angebote, Lieferzeitangabe

Wieviel: 232,05 EUR

Wir dazu: IDO ist vermutlich der abmahnstärkste Verband auf dem Markt. Gerade diese Woche wurden wir überhäuft mit diesen Abmahnungen, die sich diesmal sehr alternativenreich darstellten. Wir fassen daher mal die abgemahnten Themen zusammen:

Keine Information über das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechtes in den AGB.
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.

Versicherter 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.

Lieferfrist: Hier wurde diese Klausel moniert:

> *" Ich versende die Ware in der Regel innerhalb von 3 Werktagen nach Zahlungseingang"*

Der Kunde kann hier nicht ohne Schwierigkeiten die Lieferzeit berechnen. Die Angabe von Lieferzeiten und deren Berechnung wird von vielen Händler immer noch stiefmütterlich behandelt.

Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wir haben einen Leitfaden zum rechtskonformen Umgang mit Lieferzeiten zur Verfügung gestellt.

Vertragstextspeicherung: Im elektronischen Geschäftsverkehr gegenüber dem Verbraucher sind einige Infopflichten hinsichtlich des Vertragsabschlusses einzuhalten. Vorliegend ging es um die Vertragstextspeicherung - insgesamt sind aber meist die folgenden Punkte Gegenstand von

Abmahnungen, sofern sie nicht in den AGB zu finden sind:

- 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

Textilkennzeichnung: 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.)

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 hätten alle abgemahnten Punkte umgehen können, auch und gerade in Bezug auf ebay, denn unsere Texte sind auf die jeweiligen Anforderungen zugeschnitten. Und: Sofern Sie als Onlineshophändler die Texte über die Schnittstellen zum Shopsystem nutzen erfolgt die Aktualisierung sogar vollautomatisch. Wer eine komplette Überprüfung seiner Angebote wünscht, bekommt im unlimited-Paket der Kanzlei einen Rund-um-Schutz.

ASIN: Irreführende Verwendung durch anhängenden Mitbewerber

Wer: Sanifri GmbH

Was: Herkunftstäuschung

Wieviel: 1.358,86 EUR

Wir dazu: Die klassische Amazon-Abmahnung: Der anhängende Mitbewerber wird abgemahnt, weil sich nach Testbestellung herausstellt, dass er nicht die beworbene Ware, sondern nur eine ähnliche Ware liefern kann. Was normalerweise über das Markenrecht (anhängender Mitbewerber verstößt gegen Markenrechte, sofern er nicht Originalware liefern kann) gelöst wird, wird hier über das Wettbewerbsrecht gesteuert: Da Angebot und tatsächliche Lieferung nicht übereinstimmen, sei über die Herkunft getäuscht, das ist grds. vertretbar. Hier muss aber immer im Einzelfall entschieden werden. Wie vorliegend wird in diesen Konstellationen auch Bezug auf die unberechtigte Nutzung der ASIN genommen. Die Gerichte sagen zumindest teilweise, dass die Verwendung einer ASIN durch einen anhängenden Mitbewerber eine irreführende Handlung darstellt, da über die betriebliche Herkunft getäuscht und der Eindruck erweckt wird, das Produkt stamme aus dem Betrieb des anhängenden

Mitbewerbers.

Exkurs: Die geläufigen Stolperfallen beim Verkauf auf Amazon finden Sie aufbereitet in diesem Beitrag.

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 keine Woche, in dem nicht fehlende oder fehlerhafte Grundpreise abgemahnt werden (diesmal im Bereich Kosmetika). 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-Produlte", "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.

Werbung mit UVP

Wer: Noel Gutmann

Was: Werbung mit UVP (Unverbindliche Herstellerverkaufspreisempfehlung)

Wieviel: 1.239,40 EUR

Wir dazu: Die Werbung mit einer Preisersparnis gegenüber einer unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers (UVP) ist ein beliebtes Werbemittel. Sollten Sie mit einer UVP werben, müssen Sie die Aktualität und Höhe der UVP unbedingt überprüfen und laufend aktuell halten! Ein Hinweis auf eine ehemaligen unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers ist dann nicht irreführend, wenn diese als solche kenntlich gemacht wird (durch Verwendung des aufklärenden Hinweises "ehemalige UVP") und früher auch diese unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers tatsächlich bestanden hat.

„Knüllerpreise“, „Superpreise“ und „Dauertiefpreise“ ziehen Kunden magisch an. Doch viele Händler sind unsicher, wie sie ihre Warenpreise bewerben dürfen. Die Grenze zur wettbewerbsrechtlichen Irreführung ist schnell erreicht und damit die Gefahr, dass umgehend eine Abmahnung ins Haus flattert. Ist es etwa beim Start eines neuen Online-Shops zulässig, „Eröffnungspreise“ anzubieten? Wie sieht es bei Rabatten vom „Listenpreis“ oder „Katalogpreis“ aus?

Die IT-Recht Kanzlei hat hier über 30 Preiswerbungsschlagwörter zusammengetragen – und schätzt für Sie das jeweilige Abmahnrisiko ein.

Marke I: Benutzung der Marke IDA

Wer: Idenses GmbH

Was: Unberechtigte Nutzung der Marke IDA für Möbel

Wieviel: 4.549,00 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Wiedermal eine Vorname-Abmahnung - zuletzt ging es ja aus dem Bereich Bekleidung öfters um die Bezeichnung SAM - nur war der Name IDA dran im Bereich Möbel.. Auch Vornamen können markenrechtlich geschützt sein - das zeigt die Markeneintragung von SAM. Ob die Marke aber markenmäßig oder eher als Modellbezeichnung genutzt wird, ist in diesen Fällen oft fraglich. In

letzterem Fall wäre eine Markenverletzung zu verneinen.
Kostentechnisch hier besonders gemein: Die Abmahner haben einen Patentanwalt hinzugezogen und rechnen dafür quasi die doppelten Kosten (hier aus einen Gegenstandswert von 100.000 EUR) ab - das ist unter bestimmten Umständen sogar leider möglich.

Wir haben uns in diesem Beitrag mal insgesamt mit der markenrechtlichen Problematik im Umgang mit Vornamen beschäftigt.

Marke II: Benutzung der Marke Paracord im Bereich Textilien

Wer: Paracord e.K, Alexandr Kuzmenkov

Was: Unberechtigte Nutzung der marke Paracord ua. für Schlüsselanhänger

Wieviel: 1.531,90 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Für einen Laien ist ggf. schwer zu erkennen, dass **Paracord** als Marke geschützt werden kann - und noch schwerer, dass dieses Zeichen anscheinend tatsächlich geschützt wurde, da es doch ein wenig beschreibend ist und als Seil aus dem Bereich Fallschirmzubehör angesehen wird. Eine eingetragene Marke bedeutet aber unabhängig davon grds.: Kein Dritter darf dieses Zeichen markenmäßig verwenden, außer es liegt eine Berechtigung durch den Rechteinhaber vor. Dennoch sollte gerade in diesem Fal genau geprüft werden, ob tatsächlich Ansprüche bestehen - oder ob etwa eine löschungsreife Marke vorliegt.

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 die geforderte Schadensersatzpauschale.

Marke III: Benutzung der Marke Calvin Klein im Bereich Unterwäsche

Wer: Calvin Klein Trademark Trust

Was: Unberechtigte Nutzung der Marke Calvin Klein für Boxershorts

Wieviel: 2.948,90 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Dies vermutlich ein klassischer Plagiatsfall - es ging wohl um gefälschte Unterwäsche. Fakt ist natürlich, dass die bekannte Marke Calvin Klein existiert und dass es diesbzgl. immer wieder Plagiatsfälle gibt, die dann durch Testkauf dokumentiert, aufgedeckt werden. In solchen Fällen ist unser Tipp, die Bezugsquelle der Ware vorab genau zu studieren und hellhörig zu sein - ist ein Markenverstoß mal festgestellt, wird die Verteidigung sehr schwer.

Tipp für die Mandaten der IT-Recht Kanzlei: In unserer Blacklist führen wir die in letzter Zeit am häufigsten abgemahnten Markenbegriffe auf und geben damit einen guten Überblick über die no-go-Zeichen

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 verletzen 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 abzumahnen, 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