von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Auf dem Abmahnradar: OS-Link / Textilkennzeichnung / Unklare Lieferfristen / Widerrufsbelehrung / Sulfite / Marken: BMW, Swarovski, Mensch ärgere dich nicht

IDO schlechthin und viele Marken: So kann man diese Abmahnwoche beschreiben. Der IDO hat diesmal vor allem Dawanda-Händler im Visier gehabt und dabei alle gängigen Themen von der Lieferfrist bis zum versicherten Versand abgemahnt. Zudem ging es wieder mal um die Sulfite beim Alkoholhandel und den OS-Link. Und auch die Markeninhaber waren sehr aktiv: BMW, Swarovski und Schmidt Spiele GmbH mit Mensch ärgere dich nicht haben angebliche Markenverletzungen abgemahnt. 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.

Keine Info zu Mängelhaftungsrecht / Widerrufsbelehrung / versicherter Versand / Textilkennzeichnung / Lieferfristen

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

Was: Keine Info zu Mängelhaftungsrecht, Widerrufsbelehrung, versicherter Versand, fehlende Textilkennzeichnung, 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:

> *"Die Bearbeitung und Auslieferung von Bestellungen erfolgt im Regelfall innerhalb von einer Woche"*

Der Kunde kann hier nicht ohne Schwierigkeiten die Lieferzeit berechnen, was aber gesetzlich vorgeschrieben ist. 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.

Widerrufsbelehrung: Hier ging es um eine veraltete Widerrufsbelehrung - so wurde für den Widerruf noch die Textform gefordert, eine Regelung die es seit Juni 2014 nicht mehr gibt, denn nun ist der Widerruf formfrei und etwa telefonisch möglich. Auch hat sich die Ersatzpflicht für vom Kunden gezogene Nutzungen geändert, auch dies war also veraltet geregelt.

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 oder um eine fehelnde Etikettierung.

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 kennzeichnungspflichtig 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.

Sulfite / Lebensmittelunternehmer

Wer: Verbraucherschutzverein gegen den unlauteren Wettbewerb e.V.

Was: Fehlende Angaben von Allergenen (hier Sulfite), 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 und des Lebensmittelunternehmers.

Sulfite: 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 - so auch in diesem Fall: Es wurden hier satte 7.500 EUR Vertragsstrafe geltend gemacht.

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% 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

Tipp Für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Hier finden Sie einen Ratgeber zum Verkauf von Alkohol

Fehlender Link OS-Plattform

Wer: GamesTrade UG

Was: Fehlende Verlinkung OS-Plattform

Wieviel: 865,00 EUR zzgl. Umsatzsteuer

Wir dazu: Anderer Abmahner – altes Thema: Der fehlende Hinweis auf die Streitschlichtungsplattform mit Verlinkung - bisher am meisten vom IDO abgemahnt..

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 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 Widerrufsbelehrung

Wer: Sachse Vertriebs Marlen und Swen Sachse GbR

Was: keine Widerrufsbelehrung verwendet

Wieviel: 281,30 EUR

Wir dazu: Wiedermal die Widerrufsbelehrung bzw. diesmal keine! Widerrufsbelehrung. Sowas passiert eigentlich kaum mehr, allenfalls technische Probleme führen zu diesem Abmahngrund. Am Ende ist es egal: Gerade umtriebige Abmahner wie vorliegend nutzen solche Fehler natürlich sofort aus.

Marke I: Benutzung der Marke "Mensch ärgere dich nicht"

Wer: Schmidt Spiele GmbH

Was: Unberechtigte Nutzung Markenname "Mensch ärgere dich nicht"

Wieviel: 2.068,90 zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Diese Abmahnungen sind relativ häufig und traten letzte Woche vermehrt auf. Meist werden dabei mit dem geschützten Logo irgendwleche Brettspiele bezeichnet oder beworben. Das mag daran liegen, dass nicht jeder weiß, dass die Bezeichnung "Mensch ärgere dich nicht" als Marke geschützt ist.

Ansonsten gilt wie immer: Markenabmahnungen sind wegen den gängigen hohen Streitwerten meist teuer (hier Gegenstandswert: 100.000 EUR) – hier muss immer auch nach Verletzungsumfang der Einzelfall entscheiden. Das gilt natürlich auch für den geforderten Schadensersatz.

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

Markenrecht II: BMW- und MINI-Logo unberechtigt verwendet

Wer: BMW AG

Was: BMW/MINI-Logo für Ziffernblatt einer Uhr verwendet

Wieviel: 5.719,50 EUR (!)

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 Uhren, die auf dem Ziffernblatt das BMW- und MINI-Logo standen - sofern es sich dabei nicht um reine Deko und nicht um Originalware oder lizenzierte Ware handelt, ist das natürlich erstmal ein Marken-Problem.

In jedem Fall ist der dieser Abmahnung zugrunde gelegte Gegenstandswert in Hohe von 700.000 EUR aufgrund des starken Verbreitungsgrades und der intensiven Benutzung der BMW-Marke entsprechend hoch und die Abmahnung deutlich überdurchschnittlich teuer.

Markenrecht III: Markenabmahnung Swarovski

Wer: Swarovski AG

Was: Veredelte Schmuckstücke

Wieviel: 2.706,66 EUR zzgl. Schadensersatz alternativ: Vergleichsangebot: 500 EUR

Wir dazu: Die Swarovski AG tritt immer mal wieder auf den Plan mit ihren Markenabmahnungen. Das zeigt, dass diese Firma den Markt streng überwacht. Dabei geht es immer wieder um die Nutzung des Begriffes Swarovski bei veredelten Produkten. Wer Produkte mit Swarovski Elements veredelt, der ist dazu natürlich herzlich eingeladen – es darf in der Werbung dann aber nicht der Eindruck entstehen, dass das ganze Produkt aus dem Hause Swarovski stammt – hier wird Rufausbeutung vorgeworfen. Rechtlich ist das nachvollziehbar – aber natürlich kommt es gerade hier auf den Einzelfall an und die exakte Formulierung der Werbung.
Der Abmahner macht es den Abgemahnten hier scheinbar leicht: Es wird ein ausführlicher Vergleichsvorschlag unterbreitet – wer den annimmt, kann die Sache mit Zahlung von 500 EUR abwenden – andernfalls wird voll abgerechnet. Das ist natürlich verlockend – aber trotzdem sollte der Vergleichsvorschlag, der sehr umfangreich ist, genau geprüft werden. Wer unterschreibt geht eine vertragliche Verpflichtung ein.

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