

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Abmahnradar: Amazon-Anhänger / UVP / Marken: HSV, VFL Wolfsburg & Co, TURBO

Das Anhängen an Amazon-Angebote sowie die widersprüchliche Angabe von Widerrufsfristen auf eBay und die UVP-Werbung. Im Markenrecht lagen 4 Abmahnungen von Bundesligisten vor.

Vorweg ein Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Neben den klassischen Abmahnfällen finden Sie im Mandantenportal auch eine ausführliche Zusammenstellung über die [meistabgemahnten Begriffe](#).

Irreführende Herkunftsangaben durch anhängenden Mitbewerber

Wer: Michael Gries

Was: Herkunftstäuschung

Wieviel: 865,00 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.

Exkurs: Die geläufigen Stolperfallen beim Verkauf auf Amazon finden Sie aufbereitet in [diesem Beitrag](#).

Werbung mit UVP

Wer: the-trading-company GmbH

Was: Werbung mit UVP (Unverbindliche Herstellerverkaufspreisempfehlung)

Wieviel: 1.358,86 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! Teilweise können, wie vorliegend, die UVP auf der Website des Herstellers im Internet einseh- und überprüfbar sein. 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](#).

Angabe Lebensmittelunternehmer, Nährwerttabelle

Wer: Verbraucherschutzverein gegen den unlauteren Wettbewerb e.V.

Was: Fehlende Angaben des Lebensmittelunternehmer, Nährwertdeklaration

Wieviel: 243,95 EUR

Wir dazu: Die abgemahnten Punkte: fehlende (oder falsche) Angaben zum Lebensmittelunternehmer und die fehlende Nährwertdeklaration sind immer wieder Gegenstand von Abmahnungen - gerade dieses Vereins. Beim Verkauf von Lebensmitteln scheint es immer noch große Wissenslücken bei den Händlern zu geben. Die europäische Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) gibt Lebensmittelunternehmern sowohl offline als auch online eine Vielzahl von Hinweis- und Kennzeichnungspflichten vor - wir fassen das untenstehend auszugsweise mal zusammen.

Tipp I: 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.

Tipp II: [Hier](#) finden Sie einen Ratgeber zu den Pflichten der LMIV.

Und aktuell haben wir in diesem [Beitrag](#) alles rund um das Thema Lebensmittelunternehmer beim Alkoholverkauf zusammengefasst.

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

Fehlende Grundpreisangaben

Wer: Kreativplotter GmbH & Co. KG

Was: Fehlende Angabe von Grundpreisen

Wieviel: 612,80 EUR

Wir dazu: Es vergeht keine Woche, in der nicht fehlende oder fehlerhafte Grundpreise abgemahnt werden (diesmal im Bereich Folien), hier allerdings mal von einem neuen Abmahner aufgegriffen. 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](#).

Pflichtangaben Finanzierungsangebot

Wer: Wettbewerbszentrale München

Was: Fehlende Angaben bei Bewerbung von Kreditverträgen

Wieviel: 267,50 EUR

Wir dazu: Ein eher exotisches Thema aus dem Bereich Preisangabenverordnung: Bei der Bewerbung eines Finanzierungsangebotes wurde unterlassen anzugeben, ob der Zinssatz als Sollzins oder effektiver Jahreszins zu verstehen ist, die vollständigen Angaben zum Kreditinstitut, die Zinsangaben mit 2 Nachkommastellen, die Laufzeit, Zahl und Betrag der monatlichen Raten samt Schlussrate oder Anzahlung und der Gesamtbetrag. Es ist, wie man sieht, eine Menge zu beachten bei der Bewerbung von Finanzierungsangeboten.

Exkurs: Eine umfassende allgemeine Übersicht zum Thema finden Sie in diesem [Beitrag](#).

Widersprüchliche Angaben zu Widerrufsfrist

Wer: Rinelli GmbH

Was: Widersprüchliche Angaben zu Widerrufsfrist

Wieviel: 1.358,86 EUR

Wir dazu: Das hier geht va. viele ebay-Händler an: Es ging zum einen um die widersprüchlichen Angaben zur Widerrufsfrist. Das wird immer wieder falsch gemacht: In der Widerrufsbelehrung des Händlers steht eine bestimmte Frist und in dem von ebay vorgegebenen Feld zur Widerrufsfrist steht eine andere Frist. Am Ende weiß der Verbraucher natürlich nicht welche Frist gilt – und das führt dann aus Irreführungsgründen zu solchen Abmahnungen.

IDO: Widerrufsbelehrung / versicherter Versand / Lieferfristen / eBay-Kleinanzeigen

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

Was: Widerrufsbelehrung, versicherter Versand, Lieferzeitangabe, fehlende Infos auf eBay-Kleinanzeigen

Wieviel: 232,05 EUR

Wir dazu: IDO ist vermutlich der abmahnstärkste Verband auf dem Markt. Es war diesmal ein bisschen ruhiger, aber natürlich vergeht keine Woche ohne eine Abmahnung vom IDO. Wir fassen zusammen:

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.

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. Neu war diesmal auch, dass die fehlende Widerrufsbelehrung in Angeboten auf eBay-Kleinanzeigen ausgesprochen wurde - viele Händler müssen aus Platzgründen hier oft eine Lösung ohne die Darstellung der Vertragstexte finden.

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

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 Rundum-Schutz.

Unternehmenskennzeichen

Wer: Tiersitterservice-NRW - Frau Elisabeth Tuma

Was: Unberechtigte Nutzung Unternehmensbezeichnung

Wieviel: 729,23

Wir dazu: Hier ging es um die unberechtigte Nutzung der Bezeichnung Tiersitterservice in NRW. Mal was anderes aus dem MarkenG: Denn neben Marken genießen auch Unternehmenskennzeichen Schutz. Anders als Marken, können aber Unternehmenskennzeichen nicht in einem entsprechenden Register eingetragen werden, sondern der Schutz entsteht durch Benutzung im geschäftlichen Verkehr. Diese muss vom Zeicheninhaber nachgewiesen werden, etwa durch Rechnungen, Werbemittel etc. Die Rechtsfolgen sind aber die gleichen wie beim Markenschutz: Der Inhaber des Unternehmenskennzeichens hat das ausschließliche Nutzungsrecht. Ob allerdings ein so beschreibender Begriff wie in vorliegendem Fall als Unternehmenskennzeichen überhaupt schützenswert ist, ist doch sehr fraglich.

Urheberrecht : Unberechtigte Bildnutzung

Wer: ProPix GmbH

Was: Unberechtigte Bildnutzung

Wieviel: 709,23 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Hier ging es um die Verwendung von Produktfotos aus dem Bereich Lebensmittel - abgemahnt wurde im Namen der Rechteinhaberschaft. Sowas kommt aber in allen Branchen vor, da Produktfotos im Allgemeinen sehr begehrt, weil aufwendig in der Herstellung, sind. Fehlt die Erlaubnis des Urhebers bzw. Rechteinhabers des betroffenen Bildes, stellt dies grds. eine Verletzung der Rechte des Urhebers/Rechteinhabers des geschützten Materials dar und löst entsprechende urheberrechtliche Ansprüche aus, die dann in einer Abmahnung durchgesetzt werden können. Neben Unterlassung und Auskunft hinsichtlich der Nutzung droht Schadensersatz, der sich bei fehlender Urhebernennung auch verdoppeln kann - allerdings nur wenn auch der Urheber dieses Recht geltend macht.

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

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

Bildabmahnungen waren diese Woche sehr beliebt: Uns liegen noch Abmahnungen von Herrn Thilo Brunner und von Frau Petra Bork vor.

Marke I-IV: Foul: Benutzung der Marken "HSV, MSV Duisburg, VFL Wolfsburg, 1. FC Nürnberg"

Wer: HSV Fußball AG, MSV Duisburg GmbH & Co. KGaA, VFL Wolfsburg Fußball GmbH, 1. FC Nürnberg e.V.

Was: Unberechtigte Nutzung der Marken bei Bewerbung von Tipp-Kick Spielen

Wieviel: 1.531,90 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Hier haben die 4 genannten Vereine und die 1 Kanzlei ordentlich hingelangt - abgemahnt wurde ein kleinerer Händler wegen der Verwendung des Vereinsnamen bei Verkauf von Tipp-Kick Spielern. Mittlerweise dürfte fast jeder Bundesliga-Verein markenrechtlich geschützt sein - sofern diese Namen also verwendet werden, dann sollte dies nur für lizenzierte Ware erfolgen. Alles andere kann zu diesen Multi-Abmahnungen führen, die natürlich wegen der Vervielfachung unglaublich teuer sind.

Marke V: Benutzung der Marke "TURBO"

Wer: Rewe Group

Was: Unberechtigte Nutzung Markenname "TURBO" in Artikelbezeichnung

Wieviel: keine, da Abmahnung vom Rechteinhaber

Wir dazu: Hier ging es um die Verwendung des geschützten Markenzeichens TURBO für die Bezeichnung im Bereich Tabakerzeugnisse. Wenngleich dieses Wort eher an Geschwindigkeit als an einen Herkunftshinweis erinnert, die Marke ist nunmal eingetragen. Daher gilt: Kein Dritter darf ein geschütztes Zeichen markenmäßig verwenden, außer es liegt eine Berechtigung durch den Rechteinhaber vor.

Ansonsten gilt: Markenabmahnungen sind grds. wegen den gängigen hohen Streitwerten meist teuer – außer wenn wie hier der Rechteinhaber selber tätig und keine Kanzlei eingeschaltet wird.

Tipp für die Mandanten 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 eine nicht unerhebliche Vertragsstrafe droht.

6. Was kostet das jetzt?

Markenabmahnungen sind teuer – so der Volksmund. Und das stimmt auch – gerade im Markenrecht: Wer eine Markenverletzung begeht, veranlasst den verletzten Markeninhaber dazu, zum Anwalt zu gehen, damit dieser eine Abmahnung erstellt – der Anwalt kann und wird dafür ein Honorar verlangen. Da die Verursachung dieser Beauftragung in der Markenrechtsverletzung zu sehen ist, hat der Markeninhaber nach ständiger Rechtsprechung einen Kostenerstattungsanspruch. Zudem hat der Markeninhaber wegen der Verletzung seiner Marke auch einen Schadensersatzanspruch – der Abgemahnte wird also in zweifacher Hinsicht zur Kasse gebeten

Und wie berechnen sich die Zahlungsansprüche?

Die Höhe des Kostenerstattungsanspruches richtet sich nach dem der Abmahnung zugrundegelegten Gegenstandswert – dieser ist nach § 3 ZPO vom Gericht zu bestimmen. Dabei soll maßgeblich für die Höhe dieses Wertes das Interesse des Abmahnenden an der Verfolgung der Verletzungshandlung sein. Dieses wirtschaftliche Interesse an der Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen wegen Markenrechtsverletzungen wird durch zwei Faktoren bestimmt:

Zum einen durch den wirtschaftlichen Wert der verletzten Marke und zum anderen durch das Ausmaß und die Gefährlichkeit der Verletzungshandlung (so genannter „Angriffsfaktor“). Im Markenrecht hat sich in der Rechtsprechung ein sog. Regelstreitwert von 50.000 EUR durchgesetzt – der aber natürlich im Einzelfall über – oder unterschritten werden kann. So ist etwa auf die Dauer und Intensität der verletzten Marke, die erzielten Umsätze, den Bekanntheitsgrad und den Ruf der Marke abzustellen und für jeden Einzelfall eine gesonderte Bewertung vorzunehmen.

Für den Schadensersatzanspruch an sich gibt es nach Wahl des Verletzten 3 Berechnungsarten:

- es ist der Gewinn, der dem Verletzer infolge der Markenverletzung entgangen ist, zu ersetzen oder
- es ist der durch den Verletzer erzielte Gewinn herauszugeben (so genannter Gewinnabschöpfungsanspruch) oder
- es kann eine angemessene Lizenzgebühr (so genannter 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 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