

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Abmahnradar: Lebensmittelunternehmer / Alkoholgehalt / Nährwertangaben

Der Handel mit Alkohol bleibt ein beliebtes Thema: Wiederum ging es um die fehlenden Pflichtangaben (Lebensmittelunternehmer, Alkoholgehalt, Allergene & Co.). Dies wird immer wieder von einem bestimmten Wettbewerbsverein abgemahnt. Daneben ging es um den Problemkreis Kundenbewertungsanfrage - eine solche Anfrage ist Werbung und ist daher mit Vorsicht zu genießen. Auch schon öfters abgemahnt und immer wieder in neuem Gewand: Die Werbung mit dem Oberbegriff: Leder - diesmal: PU-Leder. In Sachen Markenrecht hat wieder mal ein Fußball-Bundesligist aus Dortmund seine BVB-Marke verletzt gesehen. Und aus aktuellem Anlass nochmal unser Markenrechts-Hinweis zum heutigen Black Friday. Wie auch immer: Wer die Gefahr kennt, kann Abmahnungen verhindern - deshalb klären wir auf.

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

## Irreführung: Verwendung der Bezeichnung PU-Leder

**Wer:** Lothar Fürst

**Was:** Irreführung durch Verwendung PU-Leder

**Wieviel:** 334,75 EUR

**Wir dazu:** Ein altbekannter Abmahnanwalt gepaart mit einem relativ frischen Abmahner: Diesmal aus dem Bereich irreführende Materialangabe. Geworben wurde mit dem Begriff PU-Leder - PU wird dabei hinlänglich als Schlagwort für Kunststoffe wie PVC verwendet. Die Nähe zu dem Begriff Leder würde hier irreführende Vorstellungen erwecken, denn der Verbraucher mag annehmen, dass es sich um Leder handelt, obwohl es kein Leder ist, sondern ggf. billiger Kunststoff - so zumindest der Vorwurf.

Die Gerichte sehen das zumindest teilweise auch so: Für unlauter, da irreführend erachtete das OLG Hamm mit Urteil vom 08.03.2012 (Az. I-4 U 174/11) so die Bezeichnung eines Lederimitats als „Textilleder“, weil diese gerade nicht hinreichend darüber aufkläre, dass es sich bei dem maßgeblichen Material um einen synthetischen Stoff handle. Vielmehr sei die Bezeichnung im Gegenteil geeignet, den Eindruck zu erwecken, dass das Erzeugnis aus gewachsener tierischer Haut bestehe, die lediglich in einem Textil zum Einsatz komme.

Zu achten ist generell darauf, dass Waren weder in der Artikelbezeichnung (Artikelüberschrift), noch in der Artikelbeschreibung als "Leder" bezeichnet werden dürfen, wenn der betreffende Artikel nicht aus

Leder, sondern aus **Kunstleder, Eko-Leder, PU-Leder, Lederfaserstoff**, etc. besteht. Die Gerichte gehen davon aus, dass die Verwendung des Wortes "Leder" generell irreführend ist, wenn der betreffende Artikel nicht aus echtem Leder besteht.

Tipp: Wir haben in einem ausführlichen [Leitfaden](#) mal alles Wissenswerte zur Textilkennzeichnung und insbesondere zum Thema [Abmahnungen](#) zusammengefasst.

## Kundenbewertungsanfrage

**Wer:** LACD GmbH

**Was:** Kundenbewertungsanfrage

**Wieviel:** 334,75 EUR

**Wir dazu:** Newsletterwerbung ist immer wieder Gegenstand von Abmahnungen - in den unterschiedlichsten Varianten. Diesmal ging es um die Kundenbewertungsanfrage, die ohne Einwilligung in die Erstkontaktmail mit dem Kunden nach Kauf gemogelt wurde. Zwar gibt es vereinzelt Gerichtsentscheidungen, die in einer Feedbackanfrage ohne Einwilligung keinen Wettbewerbsverstoß sehen - erwähnt sei hier etwa das Landgericht Coburg (Urt. vom 17.02.2012, Az.: 33 S 87/11) mit der Begründung, dass der Versand von Bewertungsanfragen schon keine unzumutbare Belästigung für den Adressaten darstellt. Da es davon unabhängig aber jedenfalls einige Gerichte gibt (etwa: AG Düsseldorf, Urt. v. 27.10.2014, 20 C 6875/14; LG Hannover, Urt. vom 03.04.2013, Az.: 550 C 13442/12), die solche Bewertungsanfragen als Werbung einstufen, weil es ja letztlich der Bewerbung des Händlers dient und damit absatzfördernde Werbung ist/sei, raten wir als sichersten Weg dazu solche Anfragen nur zu versenden, sofern eine entsprechende Einwilligung des Adressaten vorliegt.

Tipp für die Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wir haben einen umfangreichen Beitrag zur wirksamen Umsetzung von Kundenbewertungen [hier](#) hinterlegt. Und geben Ihnen [hier](#) die Anleitung für eine rechtswirksamen Newsletteranmeldung.

## Zutatenverzeichnis, Nährwertdeklaration, Angabe Lebensmittelunternehmer, Alkoholgehalt, Allergene

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

**Was:** Fehlende Angaben von Zutatenverzeichnis, Nährwertdeklaration, Lebensmittelunternehmer, Alkoholgehalt, Allergene

**Wieviel:** 243,95 EUR

**Wir dazu:** Prosit: Hier gings mal wieder ums Bier, die abgemahnten Punkte: Fehlende Angaben zum Zutatenverzeichnis, zur Nährwertdeklaration, fehlende (oder falsche) Angaben zum

Lebensmittelunternehmer, die fehlende Angabe des Alkoholgehalts und der enthaltenen Allergene sind immer wieder Gegenstand von Abmahnungen. Beim Verkauf von Alkohol scheint es immer noch große Wissenslücken bei den Händlern zu geben.

Was den Lebensmittelunternehmer betrifft - wir haben uns [hier](#) ausführlich mit dem Thema beschäftigt.

Was die weitere Angaben betrifft - hier die Pflichtangaben im Überblick:

Seit dem 13.12.2014 gilt in Europa die Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV), die Anbietern von Bier/Biermischgetränken beim Verkauf über das Internet gegenüber Endverbrauchern eine Reihe von Informationspflichten auferlegt:

1. Bezeichnung des Lebensmittels
2. Zutatenliste
3. Allergenkennzeichnung
4. Nettofüllmenge
5. Lebensmittelunternehmer
6. Alkoholgehalt
7. Nährwertkennzeichnung

Darüber hinaus sind beim Verkauf von Biermischgetränken weitere speziellere Kennzeichnungsvorgaben zu beachten, die sich aus anderen Bestimmungen (wie etwa der ZZuLV) ergeben.

Da wäre beispielhaft zu nennen:

8. Warnhinweispflicht bei Azo-Farbstoffen
9. Kennzeichnungspflicht von Zusatzstoffen

Tipp: Die korrekte Kennzeichnung von Bieren / Biermischgetränken kann im Einzelfall sehr kompliziert sein. Online-Händlern sollten aus dem Grund 1:1 die Kennzeichnungsangaben der (hoffentlich korrekt gekennzeichneten) Bieretikette online übernehmen bzw. in der jeweiligen Artikelbeschreibung darstellen.

P.S.: Und [hier](#) finden Sie einen Ratgeber beim Verkauf von Wein - und [hier](#) zum Verkauf von Bier.

## IDO: Vertragstextspeicherung / ausschließliche Geltung eigene AGB ua.

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

**Wieviel:** 232,05 EUR

**Wir dazu:** Der IDO mahnt sehr häufig ab und bedient dabei fast immer wieder die gleichen Themen. Diese Woche ging es um fehlerhafte AGB auf eBay (was aber auch für jede andere Plattform gelten kann):

**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

Die Angaben hierzu in den eBay-AGB sind nicht ausreichend.

**Ausschließliche Geltung eigener AGB auf eBay:** Ebenfalls auf die AGB zielt der Punkt ab, der folgende (oder inhaltsgleiche) Formulierung zum Vertragsschluss angreift:

“

*"Für die Geschäftsbeziehungen zwischen Verkäufer und Käufer gelten ausschließlich die nachfolgenden Geschäftsbedingungen"*

”

Was viele offensichtlich nicht wissen: Gem. § 6 der eBay-AGB ist der Vertragsschluss geregelt. Sofern hier in den eigenen AGB geregelt wird, dass diesbzgl. ausschließlich die eigenen AGB gelten und es dadurch zu ggf. zuwiderlaufenden Regelungen bzgl. des Vertragsschlusses kommt, wäre eine solche Regelung als überraschende Klausel unwirksam.

**Man sieht: Die eBay-AGB eines Händler müssen genau auf die Plattform zugeschnitten sein - das gilt letztlich für jede Plattform.**

**Regelung bei unwirksamer Klausel:** Hier wurde weiters folgende Klausel abgemahnt:

“

*"Anstelle der unwirksamen Regelung, soll eine Bestimmung treten, die dem am nächsten kommt, was nach dem Sinn und Zweck der AGB bezweckt werden soll."*

”

Da der Verbraucher nicht nachvollziehen kann, welche Regelung denn nun hier gelten soll bei Unwirksamkeit, ist diese Klausel zu unbestimmt und daher unwirksam.

**Entwarnung für die Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** Sofern Sie den [Pflegetexte](#) nutzen, sind Ihre AGB und Widerrufsbelehrung immer auf dem aktuellen Stand und es hätten alle abgemahnten Punkte in Sachen Rechtstexte vermieden werden können, auch und gerade in Bezug auf die Anforderungen der einzelnen Plattformen. Denn unsere Texte sind auf die jeweiligen konkreten 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, der weit über die Pflege der Texte hinausgeht.

## Abgrenzung: Privat? Gewerblich?

**Wer:** PB-ViGoods GmbH

**Was:** Handeln als privater Verkäufer trotz Gewerblichkeit

**Wieviel:** 1.358,86 EUR

**Wir dazu:** Hier wurde ein privater Anbieter auf der Plattform eBay abgemahnt, obwohl dieser ausweislich seiner Verkaufstätigkeit eigentlich gewerblich handelt - so zumindest der Vorwurf. Neben den steuerrechtlichen Konsequenzen hat diese Unterscheidung auch wettbewerbsrechtliche Folgen: Denn nur der gewerbliche Händler muss die vielen Infopflichten und Vorschriften wie Impressum, Vorhalten einer Widerrufsbelehrung oder AGB etc. einhalten. Trefflich umstritten ist, wann genau eine private Tätigkeit und wann gewerbliches Handeln besteht.

**Tipp:** In diesem [Beitrag](#) haben wir alles Wissenswerte zum Thema zusammengefasst.

## Alte Widerrufsbelehrung

**Wer:** arte fiori e.K.

**Was:** Verwendung veralteter Widerrufsbelehrung

**Wieviel:** 887,02 EUR

**Wir dazu:** Wiedermal die Widerrufsbelehrung: In dieser Abmahnung nun ging es um eine veraltete Widerrufsbelehrung, dabei vor allem aber ging es um die fehlende Mitteilung des Fristbeginns des Widerrufsrechtes. Es ist schon auffällig, dass die Widerrufsbelehrung, die eigentlich zum Standard eines jeden gewerblichen Händler im B2C Bereich gehören sollte, so oft zu Problemen führt - das ist fast schon fahrlässig.

**Exkurs:** Was im Zusammenhang mit Widerrufsbelehrungen alles schief gehen kann und gerne abgemahnt wird:

- Nicht korrekt formatierte Widerrufsbelehrung bzw. Muster-Widerrufsformular
- Fehlende Telefonnummer in Widerrufsbelehrung
- In das Muster-Widerrufsformular gehört keine Telefonnummer
- Bei eBay: Widersprüchliche Angaben zu Widerrufsfrist

**Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** Wir haben in diesem [Beitrag](#) exklusiv für unsere Mandanten die vorgenannten Themen mal genauer beleuchtet.

**Entwarnung für die Mandanten der IT-Recht Kanzlei:** Sofern Sie den [Pflegetexte](#) nutzen, sind Ihre AGB und natürlich auch Widerrufsbelehrung immer auf dem aktuellen Stand und es hätten alle abgemahnten Punkte, zumindest in puncto Rechtstexte vermieden werden können. Wer zudem Abmahnungen, die außerhalb der "Fehlerquelle Rechtstexte" liegen, vermeiden will, der kann mit dem [unlimited-Paket + Intensivprüfung](#) einen Rund-um-Schutz für seine Präsenz buchen.

## Nicht klickbarer OS-Link

**Wer:** Plogoo UG

**Was:** ua. kein klickbarer OS-Link

**Wieviel:** 281,30 EUR

**Wir dazu:** Obwohl das Thema erst rund 3 Jahre alt ist, ist es DAS Thema der Abmahner. Und wird immer wieder von anderen Abmahnern (diese Woche auch: iOcean UG) bedient: Der nicht klickbare OS-Link:

Wiederholung: Online-Händler müssen ja seit dem 09.01.2016 auf die **EU-Plattform zur Online-Streitbeilegung verlinken**. Daher: Stellen Sie also nachfolgenden Text mitsamt **anklickbarem Link** auf die OS-Plattform direkt unterhalb Ihrer Impressumsangaben dar (ohne die Anführungszeichen):

„Plattform der EU-Kommission zur Online-Streitbeilegung: [www.ec.europa.eu/consumers/odr](http://www.ec.europa.eu/consumers/odr)“

Nach gängiger Rechtsprechung muss der Teil der Information "[www.ec.europa.eu/consumers/odr](http://www.ec.europa.eu/consumers/odr)" als anklickbarer Hyperlink ausgestaltet sein. Eine bloße Verweisung unter Nennung des URL der OS-Plattform reicht zur Erfüllung der Informationspflicht nicht aus!

Und: Entgegen oft anderslautender Meinungen, die sich hierzu im Internet finden: Dieser Link muss nicht **zusätzlich** noch in den AGB hinterlegt sein.

**Exkurs:** Und wie setzt man bei den unterschiedlichen Plattformen den klickbaren Link im Impressum um?

Hier die [Handlungsanleitung](#) für die Plattformen Amazon, eBay, Hood, eBay-Kleinanzeigen, Etsy, Palundu.

## Marke I: Benutzung der Marke "BVB"

**Wer:** BVB Merchandising GmbH

**Was:** Unberechtigte Nutzung Markenname BVB

**Wieviel:** 2.348,94 EUR

**Wir dazu:** Für diesen Bundesligisten läuft es nicht nur auf dem Platz gerade gut - auch beim Abmahnen macht der Klub seit einiger Zeit eine gute Figur und überwacht den Markt sehr streng. : Das Zeichen "BVB" ist markenrechtlich geschützt und darf nur mit Zustimmung des Rechteinhabers genutzt werden.

In diesem Fall hier wurde jemand abgemahnt, der das Zeichen BVB für die Nutzung auf Bekleidung. Wir wiederholen uns: Bitte keine geschützten Zeichen verwenden - das ist dem Rechteinhaber vorenthalten.

**Ansonsten gilt:** Markenabmahnungen sind wegen den gängigen hohen Streitwerten (hier: 100.000 EUR) meist teuer – 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 dennotwendig 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 Schadenersatz 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.

## Markenrecht II: Heute ist es so weit: Black Friday - und Montag: Cyber Monday

Heute ist **Black Friday** - daher nochmal für alle unser Beitrag der letzten Woche:

**Exkurs:** Black Friday wird in den USA der Freitag genannt, der nach thanksgiving Ende November folgt - dieser Tag wurde von der US-Werbewirtschaft als Startschuss für das Weihnachtsgeschäft angesehen und ist mittlerweile auch in Deutschland ein Begriff für Schnäppchenjäger. Das Zeichen Black Friday wurde am 20.12.2013 ins Register des DPMA als Marke eingetragen und ist geschützt.

Der Markeninhaber hat in den letzten Jahren immer wieder Händler abgemahnt, die in der eigenen Werbung dieses Zeichen verwendet haben - wir [erinnern uns](#). Mittlerweile und aktuell hat das ganze Thema um Black Friday eine für Händler erfreuliche Entwicklung genommen: Die Marke wurde nach Internetberichten auf Antrag hin gelöscht. Aber Vorsicht: Da der Markeninhaber hiergegen Rechtsmittel eingelegt hat, ist die Entscheidung noch nicht rechtskräftig und könnte noch revidiert werden. Die Sache ist also streng genommen auch dieses Jahr noch nicht endgültig vom Tisch. Wir haben hierüber [berichtet](#).

**Und jetzt?** Zwar sollte bis auf weiteres auch dieses Jahr dieser Begriff in der Bewerbung des anstehenden sale-Events nicht leichtfertig verwendet werden - aber: Wenngleich Abmahnungen dieses Jahr zwar möglich sind, so sind sie doch wegen der ggf. bevorstehenden Löschung unwahrscheinlich, da der Rechteinhaber bei tatsächlicher Löschung dann mit Schadensersatzansprüchen rechnen müsste.

**Cyber Monday:** Und weil wir auch dies oft gefragt wurden: Mit dem **Cyber Monday** (der Montag nach Black Friday) kommt ja gleich das nächste US-sale-Ereignis auf uns zu. Gibt es hierzu auch so ein Markenrechts-Theater? Vermutlich nicht, zumindest ist hierzu nichts bekannt: Zwar ist versucht worden auch diese Marke einzutragen, aber das ist zumindest als reine Wortmarke nicht gelungen. Die einzige Wort-/Bildmarke, die es zur Anmeldung gebracht hat, befindet sich im Anfechtungsstadium. Bleibt zu hoffen, dass die Markenämter die Fehler, die sie mit dem Zeichen Black Friday gemacht haben, hier nicht wiederholen.

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement