

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Auf dem Abmahnradar: Mehrwertsteuerangaben bei Differenzbesteuerung / Garantiewerbung / Widerrufsbelehrung / Textilkennzeichnung: Acryl / Marke: Fortnite, Apollo, Explorer

Wieder mal was Neues: Die fehlenden Angaben zur Mehrwertsteuer bei differenzbesteuerten Artikeln - in der Tat sind die Angaben bei Differenzbesteuerung und im Übrigen auch Kleinunternehmern etwas knifflig. Dagegen sollten die Anforderungen an eine Garantiewerbung oder eine wirksame Widerrufsbelehrung nun wirklich bekannt sein - es gibt kaum Punkte, die weniger häufig abgemahnt werden im Wettbewerbsrecht. Auch in Sachen Textilkennzeichnung wurde wieder abgemahnt - diesmal: Acryl. Auch die Markeninhaber waren wieder sehr aktiv - hier ging es um die Marken Fortnite, Apollo und Explorer.

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](#).

Mehrwertsteuerangaben bei Differenzbesteuerung

Wer: Handy Deutschland GmbH

Was: Keine Mehrwertsteuerangaben bei differenzbesteuerten ebay-Artikel

Wieviel: 958,19 EUR

Wir dazu: Mal wieder was neues: Abgemahnt wurde der fehlende Hinweis auf die Mehrwertsteuerangaben bei einem differenzbesteuerten ebay-Artikel. Bei der Differenzbesteuerung hat bei der Preisangabe der Hinweis "inkl. MwSt." bzw. "inkl. USt." nach der Rechtsprechung des LG Hamburg zu erfolgen - hierzu liegt uns auch ein ganz aktuelles Urteil vor. Es droht allerdings dann bei dieser Angabe ein Irreführungspotential gegenüber gewerblichen Käufern, da diese angesichts der Angabe "inkl. MwSt." der fehlerhafte Vorstellung erliegen könnten, dass der genannte Preis die volle gesetzliche Umsatzsteuer enthält.

Hieraus ist im Ergebnis zweierlei zu folgern:

- Die Angabe "inkl. MwSt." bzw. "inkl. USt." haben Differenzbesteuerte beim Preis anzugeben;
- Differenzbesteuerte müssen transparent auf die Differenzbesteuerung hinweisen, sowie darauf, dass keine Ausweisung der Umsatzsteuer auf der Rechnung erfolgt.

Tipp: Aktivieren Sie bei allen Artikeln bei der Angabe des Preises die von eBay vorgegebene Option „inkl. MwSt.“. Hierzu ist es zwingend notwendig, dass Sie im Angebotsformular als Mehrwertsteuersatz „0“ eintragen (Hinweis: Wenn Sie das Feld leer lassen, wird später im Angebot der Hinweis „inkl. MwSt.“ nicht angezeigt).

Weitere umfangreiche Infos zum Thema insbesondere zu dem klarstellenden Hinweis erhalten Sie [hier](#).

Werbung mit Garantie / fehlerhaftes Impressum / fehlende Widerrufsbelehrung

Wer: VSM Deutschland GmbH

Was: Werbung mit Garantie

Wieviel: 1.531,90 EUR

Wir dazu: Garantiewerbung: In letzter Zeit sicherlich DAS Top-Thema - wir weisen jede Woche darauf hin. Die Abmahnungen wegen der Werbung mit dem Wort GARANTIE - in welcher Form auch immer: Sei es die Händler- oder Herstellergarantie. Wir wiederholen hierzu nochmal: Mit dem Begriff "Garantie" darf nur geworben werden, wenn dabei zum einen auf die gesetzlichen Rechte des Verbrauchers sowie darauf hingewiesen wird, dass die Verbraucher durch die Garantie nicht eingeschränkt werden. Darüber hinaus muss der Inhalt der Garantie und alle wesentlichen Angaben, die für die Geltendmachung der Garantie erforderlich sind, insbesondere die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes sowie Namen und Anschrift des Garantiegebers, angegeben werden. Das wird leider immer noch viel zu oft übersehen. Übrigens: Auch die Einschränkung einer Garantie ist mit Vorsicht zu genießen - siehe [hier](#).

Tipp für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wir stellen Ihnen auch hierzu Anleitungen zur Verfügung, die die notwendigen Inhalte der [Händler-Garantie](#) und [Hersteller-Garantie](#) aufführen. Und wir haben überblicksmäßig in diesem [Beitrag](#) alle Fallstricke rund um das Thema Garantiewerbung zusammengefasst. In diesem Zusammenhang möchten wir auch auf eine weitere Abmahnvariante in Sachen Garantie hinweisen - und zwar, wenn bestehende Herstellergarantien verschwiegen werden. Wir haben dieses delikate Abmahn-Thema mal [hier](#) beleuchtet.

Falsches Impressum: Das Impressum geht nun wirklich alle im Onlinehandel an. Hier wurde abgemahnt, dass im Rahmen der Impressumsangaben der vollständige Name des Geschäftsführers einer GmbH und das Registergericht fehlte. Beides in der Tat Angaben, die beim Impressum einer GmbH zwingend sind. Wer wissen will wie es richtig geht - der findet [hier](#) alles Wissenswerte zum Thema Impressum und in unserem kostenlosen [Impressumsgenerator](#) für alle gängigen Rechtsformen die richtigen Impressumsdaten.

Alte Widerrufsbelehrung: Geht es um eine veraltete Widerrufsbelehrung, geht es ua. um die fehlerhafte Mitteilung des Fristbeginns oder zur Widerrufsart (Rücksendung), falsche Regelungen zum Nutzungersatz und und und, sprich: Hier hat sich durch die neue Widerrufsbelehrung 2014 einfach viel

getan. Es ist schon auffällig, dass die Widerrufsbelehrung, die eigentlich zum Standard eines jeden gewerblichen Händler im B2C Bereich gehören sollte, immer noch 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.

Fehlerhafte Textilkennzeichnung: Acryl

Wer: Lothar Fürst

Was: Fehlerhafte Textilkennzeichnung

Wieviel: 334,75 EUR

Wir dazu: Das ist letztlich auch ein Dauerbrenner: Die fehlerhafte oder unterlassene Textilkennzeichnung. Hier wurde ein Händler abgemahnt, wegen der fehlerhafte Verwendung der Bezeichnung Acryl . Grund: Diese Begrifflichkeit kennt die Textilkennzeichnungsverordnung nicht - eine Kennzeichnung ist dann unzulässig. Wir haben uns in [diesem Beitrag](#) über eine einschlägige Gerichtsentscheidung hierzu in der Vergangenheit bereits ausgelassen.

TIPP: Sollten Sie Textilerzeugnisse verkaufen, so achten Sie darauf, die folgenden 3 Regeln:

Regel Nr. 1: Für die Beschreibung der Faserzusammensetzungen auf Etiketten und Kennzeichnungen von Textilerzeugnissen dürfen nur die Textilfaserbezeichnungen nach Anhang I der EU-Textilkennzeichnungsverordnung verwendet werden.

Regel Nr. 2: Die Bezeichnungen nach Anhang I der EU-Textilkennzeichnungsverordnung dürfen weder alleinstehend noch in Wortverbindungen oder als Eigenschaftswort für andere Fasern verwendet werden!

Regel Nr. 3: Firmenbezeichnungen oder Markenzeichen (wie z.B. „Lycra“) sind keine zulässigen Angaben zur Textilfaserzusammensetzung. Durch das Verbot der Verwendung von Markennamen als Rohstoffstoffgehaltsangabe soll verhindert werden, dass Verbraucher unrichtige Vorstellungen über die Beschaffenheit des Textilerzeugnisses haben könnten. Zulässig ist es jedoch, wenn Firmenbezeichnungen oder Markenzeichen den laut der Europäischen Textilkennzeichnungsverordnung zulässigen Bezeichnungen von Textilfasern unmittelbar voran- oder nachgestellt werden, vgl. Artikel 16 Absatz der EU-Textilkennzeichnungsverordnung.

Andere Informationen müssten stets getrennt davon aufgeführt werden, vgl. Artikel 16 Absatz 2 der Verordnung.

[Hier](#) finden Sie alles Wissenswerte zum Thema.

Hinweis der Woche: Werbung mit Bio&Öko

Hier wollen wir gerne immer über ein bestimmtes Thema berichten - unser Ansatz: **Informieren BEVOR es zu Abmahnungen kommt**. Diesmal soll es um die **rechtskonforme Nutzung der Begriffe Bio & Öko** in der Werbung gehen:

Ein Thema, das auch immer wieder abgemahnt wird. Werbung mit den Begriffen Bio und Öko ist en vogue - denn den Verbraucher ist sensibilisiert hierfür. Zu beachten sind etwa beim Verkauf von Lebensmitteln/Futtermitteln, wo mit dem Begriff "Bio" und/oder "Öko" geworben wird, dass

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

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

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

Lesen Sie bitte zu dieser Problemstellung dringend [diesen Beitrag](#)

Marke I: Game over - Markenabmahnung "Fortnite"

Wer: Epic Games Inc.

Was: Nutzung des Zeichens Fortnite und Motive für Merchandising/shirts

Wieviel: 2.948,90 EUR zzgl. Schadensersatz

Wir dazu: Fortnite - jedem gamer ein Begriff. Hier besteht eine Markeneintragung für Deutschland und die EU. Abgemahnt wurde wegen der Verwendung des Zeichens Fortnite und einiger Motive aus dem Spiel - für shirts. Die Motive sind urheberrechtlich geschützt, so der Abmahner - ansonsten bezieht er sich auf das Markenrecht. Die Motive/Zeichen wurden unberechtigt für Merchandisinggegenstände genutzt. Wenn das dann aber nicht lizenzierte Merchandisingware ist, dann bitte Finger weg. Oft wird der Fehler gemacht, dass von populären Produkten wie Herr der Ringe, Fortnite und Co. Motive genommen werden und diese einfach auf Waren angebracht werden. Das kann nach hinten losgehen.

Marke II: Benutzung der Marke "Explorer"

Wer: Hans Rix Handelsgesellschaft mbH

Was: Unberechtigte Nutzung Markenname Explorer für Wassersportartikel

Wieviel: 1.531,90 EUR

Wir dazu: Abgemahnt wurde die Verwendung des Zeichens Explorer für Wassersportartikel - genutzt wurde dieser Begriff für die Bewerbung eines Schlauchbootes. Derartige Markenabmahnungen gibt es immer mal wieder. - die Händler nutzen den Begriff Explorer hier nicht leichtfertig, vielmehr geht es hier um Ware, die vom Hersteller selbst Explorer genannt wurde. Konsequenterweise taucht dieser Begriff dann auch in der Artikelbeschreibung und-überschrift auf. In solchen Fällen sollte sich der Händler immer auch an den Hersteller des Produktes wenden - oftmals springt dieser dann ein und übernimmt die Abmahnung, gerade auch weil in solchen Fällen vermutlich meist mehrere Händler abgemahnt worden sind.

Marke III : Benutzung der Marke "Apollo"

Wer: Sioux Holding GmbH

Was: Unberechtigte Nutzung Marke Apollo für Geldbörsen

Wieviel: 2.316,81 EUR

Wir dazu: Unter der Bezeichnung Apollo hat der Rechteinhaber diverse Wort- und Wort/Bildmarken schützen lassen. Die Abgemahnte hatte das Zeichen für die identischen Waren genutzt - mit einer Zusatzbezeichnung, die aber an der Markenverletzung nichts änderte. Insgesamt eine klassische Abmahnung bei klassischer Markenverletzung.

Tip: Wir haben uns in diesem [Beitrag](#) mal mit der Verwendung von Markenlogos in der Werbung

auseinandergesetzt.

Ansonsten gilt: Markenabmahnungen sind wegen den gängigen hohen Streitwerten (hier: 50.000 EUR, oft noch viel mehr) meist teuer – hier muss immer auch nach Verletzungsumfang der Einzelfall entscheiden.

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 - zur Vermeidung einer eigenen Abmahnung.

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 denkwortwendig im Interesse des Markeninhabers formuliert und entsprechend weit gefasst – daher ist meist eine Überarbeitung (Modifizierung) dieses Entwurfes anzuraten, damit die Erklärung so formuliert ist, dass Sie den Ansprüchen des Markeninhabers genügt und gleichzeitig aber auch den Verletzer möglichst wenig belastet. Wie auch immer. In keinem Fall sollte gegen den Unterlassungsvertrag zukünftig verstoßen werden, da ansonsten einen nicht unerhebliche Vertragsstrafe droht.

6. Was kostet das jetzt?

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

Und wie berechnen sich die Zahlungsansprüche?

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

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

für jeden Einzelfall eine gesonderte Bewertung vorzunehmen.

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

- es ist der Gewinn, der dem Verletzer infolge der Markenverletzung entgangen ist, zu ersetzen oder
- es ist der durch den Verletzer erzielten Gewinn herauszugeben (so genannter Gewinnabschöpfungsanspruch) oder
- es kann eine angemessene Lizenzgebühr (so genannter Schadensersatz im Wege der Lizenzanalogie) vom Verletzer verlangt werden.

7. Und wieso muss ich Auskunft erteilen?

Im Verletzungsfall hat der Rechteinhaber gem. § 19 MarkenG einen Auskunftsanspruch – dieser dient vornehmlich dafür den Schadensersatz berechnen zu können. Denn der Rechteinhaber hat ja keine Kenntnis vom Umfang der Verletzungshandlung. Die Auskunft muss dabei wahrheitsgemäß und umfänglich erteilt werden – gelegentlich wird auch ein Rechnungslegungsanspruch geltend gemacht – in diesem Fall sind sämtliche Belege, die mit der Verletzungshandlung im Zusammenhang stehen, vorzulegen.

8. Und der Vernichtungsanspruch?

Auch der besteht – gem. § 18 MarkenG. Ein solcher spielt meist in den Plagiatsfällen eine große Rolle – hier hat der Markeninhaber ein Interesse daran, das die Plagiatsware ein für alle Mal vom Markt verschwindet und vernichtet wird. Das kann entweder selbst beauftragt werden oder die Ware wird dem Markeninhaber zur Vernichtung ausgehändigt.

9. Und wieso ist bei Markenabmahnungen oft ein Patentanwalt im Spiel?

Bei vielen markenrechtlichen Abmahnungen wird ein Patentanwalt hinzugezogen. Das hat für den Abgemahnten einen entscheidenden Nachteil:

Neben den Rechtsanwaltskosten sind dann regelmäßig auch die Kosten für die Einschaltung des Patentanwaltes zu erstatten – das verdoppelt die Kostenlast. Diese Praxis ist in der Rechtsprechung mittlerweile stark umstritten. Es gibt Gerichte, die eine Hinzuziehung eines Patentanwaltes bei einfachen Markenverstößen für nicht erforderlich halten und damit den Erstattungsanspruch ablehnen. Der BGH (Urteil vom 10.05.2012, Az.: I ZR 70/11) hatte zuletzt hierzu ausgeführt:

"Aus dem Umstand, dass es in einem konkreten Fall erforderlich ist, einen Rechtsanwalt mit der Abmahnung einer Kennzeichenverletzung zu betrauen, folgt nicht, dass es notwendig ist, daneben auch noch einen Patentanwalt mit dieser Abmahnung zu beauftragen. Ist ein Rechtsanwalt nach seinen kennzeichenrechtlichen Fähigkeiten allein dazu im Stande, den Fall rechtlich zu beurteilen und den Verletzer abzumahnern, ist es nicht nötig, zusätzlich noch einen Patentanwalt einzuschalten. Es bedarf daher grundsätzlich einer gesonderten Prüfung, ob es notwendig war, zur außergerichtlichen Verfolgung einer Markenverletzung neben einem Rechtsanwalt auch noch einen Patentanwalt zu beauftragen."

Es sollte also genau geprüft werden, ob die Einschaltung eines Patentanwaltes erforderlich war.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement