



April 2008

IT-/IP-Newsletter

Markenrecht/Wettbewerbsrecht: Fußball EM 2008 – Was Unternehmen bei ihrer Werbung beachten sollten	2
E-Commerce: „Widerruf“ der Widerrufsbelehrung – Mehr Rechtssicherheit für Online-Händler durch neue amtliche Muster?	4
IT-Recht: Keine Störerhaftung eines Usenet-Providers	5
Markenrecht: Gemeinschaftsmarke vs. Unternehmensbezeichnung – Neues zum Schutzzumfang der Gemeinschaftsmarke	6
Urheberrecht: Keine Gerätevergütung für Drucker und Plotter – volle Vergütungspflicht für Multifunktionsgeräte	7
Wettbewerbsrecht: EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken durch Gerichte anwendbar.	9
Wettbewerbsrecht: Telefonwerbung bei Gewerbetreibenden – erwünschte Information oder Belästigung?	10
Literatur: Heckmann, juris PraxisKommentar Internetrecht.	11
Gesetzgebung kompakt	12
Rechtsprechung kompakt	13
Aus der Praxis der Patent- und Markenämter	16
Veranstaltungskalender	17
Impressum	18



Markenrecht/Wettbewerbsrecht

Fußball EM 2008 – Was Unternehmen bei ihrer Werbung beachten sollten

Viele Unternehmen wollen die Fußball-Europameisterschaft 2008 für ihre Marketingaktivitäten nutzen. Neben den Olympischen Spielen ist die Fußball-EM 2008 das sportliche Großereignis des Jahres. Die Erfolge und die Begeisterung während der FIFA WM 2006 in Deutschland sind allen noch frisch in Erinnerung. Der europäische Fußballverband UEFA (*Union des Association Européennes des Football*) will die EM – wie schon die FIFA bei der Fußball WM 2006 in Deutschland – weitestgehend selbst vermarkten, entsprechende Aktivitäten durch die Vergabe von Lizenzrechten steuern und insbesondere Trittbrettfahrer (so genanntes *Ambush Marketing*) verhindern. Die offiziellen Sponsoren wie ADIDAS oder Coca Cola zahlen beträchtliche Lizenzsummen und erwarten von der UEFA, dass der Marketingradius für andere Unternehmen möglichst klein gehalten wird.

Marken mit dem Bestandteil „UEFA“ und das offizielle EM-Logo und Maskottchen dürfen in keinem Fall ohne Genehmigung der UEFA genutzt werden. Eine aktuelle Übersicht über die von der UEFA beanspruchten Marken findet sich unter www.uefa.com/newsfiles/517845.pdf. Darunter befinden sich auch Angaben wie „EURO 2008“ oder „EM 2008“, die eigentlich vom Markenschutz ausgenommen sein sollten. Denn als Marken kommen grundsätzlich nur Zeichen in Betracht, die geeignet sind, als Herkunftshinweis zu dienen. Beschreibende und damit freihaltebedürftige Zeichen können nicht als Marken eingetragen werden. Ob dies bei den Zeichen „EURO 2008“ und „EM 2008“ der Fall ist, werden allerdings die Gerichte entscheiden müssen. Tatsächlich sind zugunsten der UEFA diese

Bezeichnungen unter anderem als Gemeinschaftsmarken (Wortmarken) für zahlreiche Waren, die sich als Merchandisingartikel und Werbeträger eignen (unter anderem Fußbälle), und für Dienstleistungen sehr umfassend eingetragen (Nr. 004905411 und Nr. 003410529). Daneben ist die UEFA Inhaberin nationaler und IR-Marken mit Schutz für Österreich und die Schweiz. Zwar wurden Löschungsanträge gegen die EU-Marken der UEFA eingereicht. Über diese wird aber voraussichtlich nicht mehr bis zum Anpfiff der EM am 07.06.2008 entschieden, so dass die UEFA in der gesamten EU aus ihren beiden eingetragenen Gemeinschaftsmarken gegen Unternehmen vorgehen und Abmahnungen aussprechen kann, die „EM 2008“ und „EURO 2008“ wie eine Marke, mithin „markenmäßig“ in ihrer Werbung oder auf Produkten nutzen. Da nützt es Unternehmen auch wenig, sich auf ein Urteil des BGH vom 25.03.2004 – I ZR 130/01 – zu berufen, das schon anlässlich der Fußball EM 2000 ausgeführt hatte, dass die Bezeichnung „EURO 2000“ vom Verkehr nicht als Herkunftshinweis, sondern als beschreibender Hinweis auf das Sportereignis verstanden wird und es sich dabei auch um eine rein beschreibende Angabe für Sportgeräte, insbesondere Fußbälle, handelt. Der BGH hatte auch in dem Beschluss vom 27.04.2006 – I ZB 96/05 – in bemerkenswerter Klarheit festgehalten, dass die Bezeichnung „Fußball WM 2006“ nicht als Marke schutzfähig ist, da es sich um einen reinen Sachhinweis handelt. Dies gelte auch für Waren und Dienstleistungen, die vom Verkehr mit dem Sportereignis im Zusammenhang gebracht werden. Dem Erfordernis einer „Eventmarke“ (Markenschutz für die Veranstaltung von sportlichen oder kulturellen Großereignissen als solche) erteilte der BGH eine klare Absage. Aber: Solange die beiden UEFA-Marken einge-



tragen sind, müssen sich auch die nationalen Gerichte bei einer Abmahnung oder Klage der UEFA wegen Markenverletzung daran halten. Offenbar hatte das EU-Markenamt, an Entscheidungen des BGH nicht gebunden und sonst eher streng in der Beurteilung der Schutzfähigkeit von Marken, bei „EM 2008“ und „EURO 2008“ keine Bedenken. Dies war schon 2006 zugunsten der FIFA bei den EU-Marken „WM 2006“ und Fußball WM 2006“ der Fall. Zu beachten ist ferner, dass eine zu starke Anlehnung an die Fußball EM 2008 unlauter sein kann, insbesondere dann, wenn der gute Ruf und der Werbeaufwand der UEFA für eigene Werbung genutzt wird (*Ambush Marketing*). Verfolgt werden insbesondere Preisausschreiben und Gewinnspiele im Zusammenhang mit Eintrittskarten. Auch können Persönlichkeits- oder Namensrechte, das Recht am eigenen Bild und in manchen Fällen auch Markenrechte von Fußballprofis verletzt werden, wenn diese zu Werbezwecken abgebildet, namentlich erwähnt oder sonst anderweitig ohne deren Einwilligung werblich genutzt werden.

Empfehlung für die Praxis:

Wer ohne Lizenz Konflikten mit der UEFA aus dem Weg gehen will, der sollte darauf achten, dass die Begriffe „Fußball EM 2008“, „EM 2008“ oder „EURO 2008“ rein beschreibend und nicht als Kennzeichen verwendet werden wie z. B.: „Starten auch Sie bei der EM 2008 durch mit xy-Produkt“ oder besondere Verkaufsaktionen während der EM wie: „Nur während der EM 2008: 10 % auf Fernseher!“, sofern die Werbung nicht aus anderen Gründen wettbewerbswidrig ist. Hier können schon kleine Unterschiede im Wortlaut oder der grafischen Gestaltung entscheidend sein. Unzulässig ist beispielsweise eine Werbetafel

vor einem Biergarten mit der Aufschrift: „Heute große EM 2008 Party“, da der Eindruck erweckt wird, es handle sich um eine „offizielle“ und von der UEFA genehmigte Party. Zulässig hingegen der Hinweis: „Anlässlich der EM 2008: Große Party“, da hier „EM 2008“ als beschreibende Angabe verwendet wird. Auch Assoziationen zur Fußball EM wie „Wir holen den Titel!“, „Wir zeigen hohen Preisen die rote Karte“ oder „Gewinnen auch Sie 3:0 mit xy-Produkt“ werden für zulässig erachtet. Gleichwohl empfiehlt sich, die konkrete Werbung rechtlich überprüfen zu lassen, da es immer auf die konkreten Umstände des Einzelfalls ankommt und der Übergang zum unzulässigen *Ambush Marketing* fließend ist. Vermieden werden sollte in jedem Fall auch, die zugunsten der UEFA geschützten Bezeichnungen in einer Domainadresse zu verwenden wie www.euro2008-sonderangebote.de, da dies als markenmäßige Nutzung angesehen wird. Auch sollten Unternehmen bei Werbeaktionen darauf achten, nicht den Eindruck entstehen zu lassen, man zähle zu dem (ausgewählten) Kreis der Sponsoren. Schließlich ist zu beachten, dass auch andere Unternehmen und Institutionen Marken im Zusammenhang mit der Fußball EM 2008 geschützt haben, z. B. die Firma Ferrero, die ihren Schokoprodukten Fußball-Sammelbilder beifügt und sich regelmäßig mit der FIFA und der UEFA markenrechtliche Auseinandersetzungen liefert. Hier empfiehlt sich, im Vorfeld werblicher Maßnahmen eine Markenrecherche durchführen zu lassen.



Autor:
Dr. Frank Rimmertz
rimmertz@buse.de



E-Commerce

„Widerruf“ der Widerrufsbelehrung – Mehr Rechtssicherheit für Online-Händler durch neue amtliche Muster?

Jeder Unternehmer, der einen Webshop betreibt und damit nach der Terminologie des Bürgerlichen Gesetzbuchs mit Waren im Fernabsatz handelt, muss Verbrauchern gegenüber im Zusammenhang mit dem Vertragsabschluss zahlreiche Informationen geben. Diese Informationspflichten sind im Bürgerlichen Gesetzbuch und der sog. Informationspflichten-Verordnung (BGB-InfoV) detailliert geregelt. Eine der wichtigsten und fehleranfälligsten Informationspflichten ist die Belehrung über das Widerrufs- bzw. Rückgaberecht des Verbrauchers. Der Unternehmer muss hierbei über die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung, insbesondere Namen und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist, sowie die Rechtsfolgen des Widerrufs oder der Rückgabe aufzuklären. Auch sind dem Verbraucher Informationen über den Betrag zu geben, den er im Fall des Widerrufs oder der Rückgabe für bereits erbrachte Dienstleistungen zu zahlen hat.

Zur Erfüllung dieser Informationspflichten hatte sich die Praxis zunächst an den beiden vom Bundesjustizministerium entworfenen Mustern für Widerrufs- und Rückgabebelehrungen orientiert, die der BGB-InfoV als Anlage beigefügt sind. Nachdem das Landgericht Halle die Muster-Widerrufserklärung jedoch für rechtswidrig und mangels hinreichender gesetzlicher Verordnungsermächtigung für nichtig erklärte und das Oberlandesgericht Hamm sowie das Kammergericht die Ansicht vertraten, das Muster sei nicht zur Information auf der Website, sondern nur zur Textformbelehrung geeignet

– und damit für den Internethandel unpraktikabel –, wurde eine Abmahnlawine gegen Online-Shopbetreiber losgetreten. Die Wettbewerbszentrale hatte daraufhin ihren Mitgliedern angesichts der entstandenen Rechtsunsicherheit empfohlen, einen Anwalt mit der auf die konkrete Situation abgestimmte Belehrung zu beauftragen.

Nach anhaltender Kritik an den Mustertexten hat das Bundesjustizministerium nun reagiert und neue Mustertexte entwickelt, die ab 01.04.2008 in Kraft treten. Sie sind in [Art. 1 Nr. 2 der Dritten Verordnung zur Änderung der BGB- Informationspflichten-Verordnung vom 04.03.2008](#) geregelt, die neue Anlagen 2 und 3 zu §14 BGB-InfoV enthalten (BGBl. I S. 292 ff.). Die neuen Musterbelehrungen versuchen zwar, den verschiedenen Fallkonstellationen Rechnung zu tragen. So werden dem Unternehmer „Gestaltungshinweise“ an die Hand gegeben, mit denen er die Musterbelehrung individuell an seine konkrete Situation anpassen können soll. Es regen sich jedoch bereits erste Stimmen auf Verbandsebene, die den neuen Text für zu kompliziert und für den Verbraucher unverständlich halten ([Pressemitteilung des Bundesverbandes Direktvertrieb Deutschland vom 14.03.2008](#)), was ebenfalls zu deren Unwirksamkeit führen könnte.

In einem weiteren Schritt will das Bundesjustizministerium Vorschläge für ein formelles Gesetz unterbreiten, das auch Regelungen zu den Musterbelehrungen enthalten soll. Erst dann dürfte die Gefahr gebannt sein, dass jedes Gericht die Mustertexte für rechtsunwirksam erklären kann. Wann ein solcher Gesetzentwurf vorgelegt und das Gesetz endgültig verabschiedet werden kann, ist derzeit noch unklar.



Empfehlung für die Praxis:

Auch wenn die neuen Musterbelehrungen unstrittig Verbesserungen gebracht haben, ist die Gefahr für den Fernabsatzhändler, Opfer erneuter Abmahnungen zu werden, noch nicht gebannt. Da kein Zwang besteht, die vom Bundesjustizministerium entwickelten Texte zu verwenden, sollten sich Unternehmer gut überlegen, ob sie nicht einer ihrer konkreten

Situation angepassten, mit anwaltlicher Hilfe individuell ausgearbeiteten Widerrufsbelehrung den Vorzug geben.



Autor:
Ralph Müller-Bidinger
mueller-bidinger@
buse.de

IT-Recht

Keine Störerhaftung eines Usenet-Providers

Nach einer aktuellen [Entscheidung des Oberlandesgerichts Düsseldorf \(Urt. v. 15.01.2008, I-20 U 95/07\)](#) haftet ein Usenet-Zugangsdienst nicht als Störer für die im Usenet begangenen Urheberrechtsverletzungen.

Das Usenet ist ein weltweites Netzwerk aus Servern, das für den Austausch von Textnachrichten geschaffen wurde. Es ist in einzelne Newsgroups unterteilt, in denen nur über bestimmte Themen diskutiert wird. Gruppen mit gemeinsamem Namenspräfix gehören zur selben „Hierarchie“, z. B. „comp“ für Themen rund um den Computer. Die Unterhierarchie „alt.binaries“ kann nicht nur Text, sondern auch Mediendaten in kodierter Form enthalten. Solche Dateien werden mittlerweile immer häufiger im Usenet ausgetauscht. Der Austausch funktioniert so, dass auf einem Server die fremde Nachricht zunächst ohne „Body“, d. h. ohne Inhalt, nur in Form eines „Headers“ vorhanden ist, der alle Informationen enthält, die für den Transport der Nachricht erforderlich sind – ähnlich einem Link. Der konkrete Inhalt wird erst übertragen, wenn ihn ein anderer Nutzer anfordert, und dann für 32 Stunden zwischengespeichert. Bei einer solchen zeitlich be-

grenzten Speicherung handelt es sich um „Caching“ i. S. v. § 9 TMG (Telemediengesetz). Usenet-Provider wurden deshalb auch als Cache-Provider qualifiziert.

Eine deutsche Plattenfirma hatte Binärdateien einer Musikaufnahme einer ihrer Künstlerinnen auf dem Server eines Usenet-Providers entdeckt und gegen den Provider zunächst eine gerichtliche Unterlassungsverfügung erwirkt. Das OLG Düsseldorf hob diese wieder auf und führte zur Begründung im Wesentlichen aus:

Es sei zwar seit der Entscheidung „Internetversteigerung I“ (BGHZ 158, 236) davon auszugehen, dass die Haftungsprivilegierung des Telemediengesetzes nicht auf den allgemeinen verschuldensunabhängigen Unterlassungsanspruch anzuwenden ist und es läge durch den Austausch urheberrechtlich geschützter Musikdateien auch unstrittig eine Urheberrechtsverletzung vor, an der der Usenet-Provider ursächlich beteiligt gewesen sei, sobald der Inhalt über seinen Newsserver abgerufen werde. Die bloße Kausalität der Zugangsvermittlung und Rechtsverletzung reiche aber nicht aus. Zusätzlich erfordere die Mitstörerhaftung die Verletzung einer Prüfpflicht, deren Einhaltung dem Cache-Provider im Einzelfall auch möglich und zumutbar sein müsse.



Bei Cache-Providern nach § 9 TMG bestünden wesentlich geringere Möglichkeiten, eine Störung abzustellen als bei Host-Providern nach § 10 TMG. Das Usenet als weltweites Netzwerk basiere auf Diskussionsforen und sei aufgrund der Vernetzung mit dem herkömmlichen Internet vergleichbar. Eine allgemeine Überwachungspflicht könnten die Usenet-Provider überhaupt nicht leisten. Das Unterlassungsbegehren liefe aber auf eine ständige Überwachungspflicht hinaus, was unzumutbar sei. Auch könnten Usenet-Provider – anders als z. B. Internetforenbetreiber – Dateien nicht endgültig aus dem Usenet entfernen, sondern nur diejenigen Daten löschen, die auf ihrem eigenen Server zwischengespeichert sind. Solange die betreffende Nachricht noch im Usenet abrufbar ist, würden die Dateien bei Anforderung immer wieder auf den Server übertragen. Schließlich sei der Rechteinhaber selbst technisch in der Lage, mit einfachen Mitteln urheberrechtsverletzende Nachrichten auf einem Usenet-Server zu löschen.

Neben dem OLG Düsseldorf lehnt auch das LG München I die Haftung ab (Urt. v. 19.04.2007, 7 O 3950/07). Nach gegenteiliger Ansicht des Landgerichts Hamburg (Urt. v. 15.06.2007, 308 O 325/07), habe der Usenet-Provider zunächst darzulegen, dass er überhaupt Vorsorge treffe, um weitere Rechtsverletzungen zu vermeiden. Tue er das nicht, hafte er als Mitstörer.

Empfehlung für die Praxis:

Die Störerhaftung des Usenet-Providers ist noch nicht abschließend geklärt. Die Wahl des „richtigen“ Gerichtsstandes kann daher für die Erfolgsaussichten sowohl einer Angriffs- als auch einer Verteidigungsstrategie im einstweiligen Rechtsschutz von entscheidender Bedeutung sein.



Autor:
Marc Oliver Hoormann
hoormann@buse.de

Markenrecht

Gemeinschaftsmarke vs. Unternehmensbezeichnung – Neues zum Schutzzumfang der Gemeinschaftsmarke

Nach bisheriger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs konnte eine Marke auch dadurch verletzt werden, dass ein Dritter, der identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen anbietet, das Zeichen für sein Unternehmen verwendet, weil eine Unternehmensbezeichnung zumindest mittelbar auch die Herkunft der aus dem Betrieb stammenden Waren kennzeichnet (BGH, Urt. v. 24.02.2005 – I ZR 161/02 – Seicom; Urt. v. 09.10.2003 – I ZR 65/00 – Leysieffer).

Mit seinem Urteil vom 13.09.2007 (I ZR 33/05 – THE HOME STORE) hat der Bundesgerichtshof – jedenfalls für die Gemeinschaftsmarke – nun von dieser Rechtsprechung Abstand genommen und ist damit der jüngeren Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH, Urt. v. 11.09.2007 – C 17/06 – „Céline“) gefolgt.

Der Entscheidung lag ein Rechtsstreit zwischen dem Markeninhaber der Gemeinschaftsmarke „THE HOME DEPOT“ und der Baumarktkette Bauhaus über deren geschäftliche Bezeichnung „THE HOME STORE“, die neben der Firma Bauhaus verwendet wurde, zugrunde.



Der Bundesgerichtshof entschied, dass eine Gemeinschaftsmarke nicht gegen einen rein firmenmäßigen Gebrauch geschützt ist. Die Benutzung eines Zeichens kann aufgrund einer Gemeinschaftsmarke nur verboten werden, wenn sie die Funktionen der Marke und insbesondere ihre Hauptfunktion, nämlich gegenüber den Verbrauchern die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, beeinträchtigt oder beeinträchtigen kann. Das ist der Fall, wenn das angegriffene Zeichen in der Weise benutzt wird, dass die Verbraucher es als Ursprungsbezeichnung für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen auffassen. Als Benutzungshandlung kommt dabei außer einer Anbringung auf Waren auch ein firmenmäßiger Gebrauch in Betracht, der zugleich eine Verbindung zu den vertriebenen Waren oder Dienstleistungen herstellt. Eine solche Verbindung zu einzelnen angebotenen Waren oder Dienstleistungen kann grundsätzlich auch in einem Katalog oder im Rahmen eines Internetauftritts geschaffen werden. Ein rein firmenmäßiger Gebrauch reicht jedoch nicht.

Da sich die Entscheidung ausdrücklich nur auf die Gemeinschaftsmarke bezieht, bleibt abzuwarten, ob der Bundesgerichtshof seine bisherige Rechtsprechung auch für Ansprüche aus einer nationalen Marke aufgibt. Er verweist in seinem Urteil

in Abgrenzung zu den Rechten aus einer Gemeinschaftsmarke darauf, dass Artikel 5 Absatz 5 der Markenrechtsrichtlinie „unter bestimmten Voraussetzungen eine ergänzende Anwendung des nationalen Rechts eröffne, um ein Zeichen gegen die Verwendung zu anderen Zwecken als der Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen zu schützen – also auch gegen einen firmenmäßigen Gebrauch“.

Empfehlung für die Praxis:

Das „THE HOME STORE“-Urteil des Bundesgerichtshofs sowie die „Céline“-Entscheidung des EuGH haben erhebliche Auswirkungen auf die Rechtspraxis. Aus einer Gemeinschaftsmarke können keine Ansprüche mehr gegen die Verwendung desselben Zeichens als reine Geschäftsbezeichnung hergeleitet werden. Ein firmenmäßiger Gebrauch kann nur dann beanstandet werden, wenn er zugleich eine Verbindung zu den vertriebenen Waren oder Dienstleistungen herstellt. Dies ist bei zukünftigen kennzeichenrechtlichen Auseinandersetzungen zwischen einer Gemeinschaftsmarke und einer Geschäftsbezeichnung zu beachten.



Autor:
Dr. Felix Hebert
hebert@buse.de

Urheberrecht

Keine Gerätevergütung für Drucker und Plotter – volle Vergütungspflicht für Multifunktionsgeräte

Nach geltendem Urheberrecht sind Hersteller, Importeure und Händler von Geräten, die zur Vervielfältigung von urheberrechtlich geschützten Werken bestimmt

sind, verpflichtet, den Urhebern eine Vergütung zu zahlen. Die Vergütung soll dem Urheber als Ausgleich dafür dienen, dass die Geräte sein Werk – zulässigerweise, z. B. zum privaten Gebrauch – ohne seine Zustimmung vervielfältigen. Eine solche Vergütungspflicht besteht insbesondere für Kopierer.



Diese Rechte der Urheber gegenüber den Herstellern oder Importeuren werden nicht von den Urhebern selbst wahrgenommen, sondern von Verwertungsgesellschaften, die die Einnahmen aus den Vergütungsansprüchen an die berechtigten Urheber verteilen. Die Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort), zuständig im Wesentlichen für Druckwerke, nimmt die Rechte der Autoren und Verleger wahr. Sie hat gegen einen Importeur und Händler geklagt, um feststellen zu lassen, dass er wegen der Einfuhr und des Vertriebs von Druckern gegenüber der VG Wort vergütungspflichtig sei.

In seinem [Urteil vom 6. Dezember 2007 \(I ZR 94/05 – Drucker und Plotter\)](#) hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass für Drucker und Plotter keine urheberrechtliche Vergütungspflicht besteht, weil diese nicht zur Vervielfältigung durch Ablichtung oder durch ein Verfahren mit vergleichbarer Wirkung bestimmt sind und allein mit diesen Geräten keine Vervielfältigung eines Werkes vorgenommen werden kann. Über einen Drucker oder Plotter können nur in Kombination mit anderen Geräten – nämlich PC und Scanner – Vervielfältigungen vorgenommen werden. In solchen Gerätekombinationen sei jedoch der Scanner das maßgebliche Element, das eine Vervielfältigung ermöglicht. Der Scanner ist deswegen bereits nach einer früheren [Entscheidung des Bundesgerichtshofs vom 05.07.2001 \(I ZR 335/98 – Scanner\)](#) vergütungspflichtig. Für Gerätekombinationen, die in ihrem Zusammenspiel auch eine Vervielfältigungsfunktion haben, darf die urheberrechtliche Vergütung nicht mehrfach verlangt werden. Es kann vielmehr nur ein Gerät, nämlich das am deutlichsten zur Vervielfältigung von Werken bestimmt ist, in der Regel der Scanner, vergütungspflichtig sein.

Für Multifunktionsgeräte hat der Bundesgerichtshof in seinem [Urteil vom 31.01.2008 \(I ZR 131/05 – Multifunktionsgeräte\)](#) dagegen entschieden, dass

diese aufgrund ihrer Scan- und Kopierfunktion im Gegensatz zu Scannern, für die ein ermäßigter Tarif gilt, der vollen Vergütungspflicht nach dem Urhebergesetz unterliegen. In der Begründung stellt das Gericht darauf ab, dass die Multifunktionsgeräte, die heutzutage ein festes Vorlagenglas haben, nicht nur zum Scannen und Drucken, sondern in hohem Maße auch als Kopiergerät genutzt werden. Aus diesem Grunde müssten für Multifunktionsgeräte die vollen Gebühren wie für Kopierer entrichtet werden und nicht nur die geringere Scanner-Gebühr.

Nach der seit dem 1. Januar 2008 geltenden – im Streitfall nicht anwendbaren – Neuregelung des § 54a UrhG ist für die Vergütungshöhe maßgeblich, in welchem Maß die Geräte als Typen tatsächlich für urheberrechtliche Vervielfältigungen genutzt werden; die Vergütung darf den Hersteller der Geräte nicht unzumutbar beeinträchtigen und muss in einem wirtschaftlich angemessenen Verhältnis zum Preisniveau des Geräts stehen.

Demnächst wird sich der Bundesgerichtshof noch mit der Frage der Gerätevergütungspflicht für Kopierstationen und PCs befassen.

Empfehlung für die Praxis:

Händler und Importeure von Druckern, Multifunktionsgeräten und PC-Zubehörgeräten mit ähnlichen Funktionen sollten sich über die Notwendigkeit und ggf. ordnungsgemäße Abführung der urheberrechtlichen Vergütung für solche Geräte vergewissern. Andernfalls drohen Rechtsstreitigkeiten über die Vergütung sowie möglicherweise Schadensersatz- und Unterlassungsforderungen.



Autorin:
Christine Vock, LL.M.
vock@buse.de

Wettbewerbsrecht

EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken durch Gerichte anwendbar

Die Umsetzungsfrist für die **EU-Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken (Unfair Commercial Practices Richtlinie – UCP-RL)** ist am 12.12.2007 abgelaufen. Nur 14 Mitgliedstaaten haben die Richtlinie, die Vertriebs- und Werbemaßnahmen von Unternehmen gegenüber Verbrauchern betrifft, fristgerecht umgesetzt. Gegen die säumigen Mitgliedstaaten hat die Kommission Vertragsverletzungsverfahren eingeleitet.

In Deutschland soll die Richtlinie durch Änderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) transformiert werden. Bisher liegt jedoch nur ein Referentenentwurf des Bundesjustizministeriums vor, der momentan Gegenstand von rechtspolitischen Diskussionen ist. Mit einer endgültigen Verabschiedung des Gesetzes wird frühestens zum Ende des Jahres 2008 gerechnet. Auch wenn die UCP-RL kein unmittelbar geltendes Recht enthält, muss sie gleichwohl von den Gerichten bei der Auslegung des UWG beachtet werden. Somit können die neuen Regelungen der UCP-RL bereits jetzt eine mittelbare Rechtswirkung entfalten.

Die UCP-RL enthält im Anhang eine sog. „Black List“ mit Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen wettbewerbswidrig sind. Dies führt teilweise zu einer Verschärfung des bisherigen Rechts. Hiernach ist es beispielsweise verboten, ein Produkt als „gratis“ zu beschreiben, obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rah-

men des Eingehens auf das Angebot und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidlich sind, z. B. „Bearbeitungsgebühren“ oder die Kosten für die Inanspruchnahme eines Mehrwertdienstes. Die Wettbewerbswidrigkeit wird auch nicht dadurch beseitigt, dass der Unternehmer den Verbraucher über die Höhe der entstehenden Kosten aufgeklärt hat. Auch die bei einigen Versicherungsgesellschaften anzutreffende Praktik, den Verbraucher, der eine Versicherungspolice in Anspruch nehmen will, durch die Aufforderung zur Vorlage von Dokumenten, die vernünftigerweise nicht als relevant für die Gültigkeit des Anspruchs anzusehen sind, oder die systematische Nichtbeantwortung einschlägiger Schreiben, um so den Verbraucher von der Ausübung seiner vertraglichen Rechte abzuhalten, ist nach der Richtlinie unter allen Umständen verboten. Auch der unmittelbare Kaufappell an Kinder in der Werbung ist künftig per se wettbewerbsrechtlich unzulässig. Bisher mussten hierfür noch besondere Umstände hinzukommen wie z. B. ein unangemessener unsachlicher Einfluss.

Empfehlung für die Praxis:

Bei der Gestaltung von Werbe- und Vertriebsmaßnahmen sollten die Regelungen der UCP-RL unbedingt berücksichtigt werden, auch wenn deren Umsetzung im UWG noch nicht vom Gesetzgeber vollzogen worden ist.



Autor:
Ralph Müller-Bidinger
mueller-bidinger@
buse.de



Wettbewerbsrecht

Telefonwerbung bei Gewerbetreibenden – erwünschte Information oder Belästigung?

Telefonanrufe zu Werbezwecken gehören für viele Unternehmen zum Alltag. Sie sind auch gegenüber Gewerbetreibenden rechtlich bedenklich und können Unterlassungsansprüche gegen den Werbenden begründen. Werbeanrufe bei Gewerbetreibenden sind gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) nur zulässig, wenn eine mutmaßliche Einwilligung des betroffenen Unternehmens vorliegt. Diese wird bei einer bestehenden Geschäftsbeziehung vermutet, wenn die Werbung im Sachzusammenhang mit dem Gegenstand der Geschäftsbeziehung steht.

In seinem Urteil vom 20.09.2007 (I ZR 88/05 – Suchmaschineneintrag) hat der Bundesgerichtshof nun die Kriterien für das Bestehen der mutmaßlichen Einwilligung spezifiziert. Danach soll nicht bereits der sachliche Zusammenhang des Anrufs mit der bestehenden Geschäftsbeziehung für ein mutmaßliches Einverständnis ausreichen. Die Einwilligung in die Telefonwerbung muss sich vielmehr auch auf Art und den Inhalt der Werbung sowie den mit dem Anruf verfolgten, konkreten Zweck erstrecken. Damit hängt die Zulässigkeit von Werbeanrufen zunehmend vom Einzelfall ab.

Im konkreten Fall hatte der Kläger, ein Web-Designer, die Internetseite seines Kunden in einer Suchmaschine des Beklagten unentgeltlich platziert. Der Beklagte hat daraufhin den Kunden angerufen, um neben einer Datenüberprüfung auch entgeltliche Zusatzdienstleistungen

zu dem unentgeltlichen Suchmaschineneintrag anzubieten. Diesen Anruf hat der Bundesgerichtshof als unzulässige Belästigung qualifiziert und den Beklagten zur Unterlassung verurteilt, weil der durch den Kläger platzierte, kostenlose Suchmaschineneintrag nur eine schwache Geschäftsverbindung zwischen dem Beklagten und dem Kunden begründet und kein besonderes Interesse des Kunden an einem Eintrag in der Suchmaschine gegen Vergütung erkennbar ist. Der Inhalt des Angebots ließ also nicht auf eine mutmaßliche Einwilligung des Kunden zur Telefonwerbung schließen.

In einem ähnlich gelagerten Fall, in dem ein Telefonbuchverlag an Kunden herangetreten ist, die den Eintrag in das Telefonverzeichnis „Gelbe Seiten“ über ihre Telefongesellschaften beauftragt hatten, urteilte der Bundesgerichtshof, dass bei gewerblichen Kunden ein Interesse und damit ein mutmaßliches Einverständnis bestehe, im Zuge der Datenüberprüfung auch über entgeltpflichtige Zusatzangebote und Anzeigenschaltung informiert zu werden (Urteil v. 05.02.2004 – I ZR 87/02 – Telefonwerbung für Zusatzeintrag).

Die unterschiedlichen Ergebnisse beruhen auf der individuellen Bewertung der jeweiligen Sachverhalte. Anders als der kostenlose Suchmaschineneintrag sei die Art und Weise des Eintrags in die „Gelben Seiten“ für Gewerbetreibende von hoher wirtschaftlicher Bedeutung.

Empfehlung für die Praxis:

Um Belästigungen auch gegenüber Gewerbetreibenden zu vermeiden, sollte die Geeignetheit von Telefonwerbung für jeden Kunden einzeln überprüft werden.



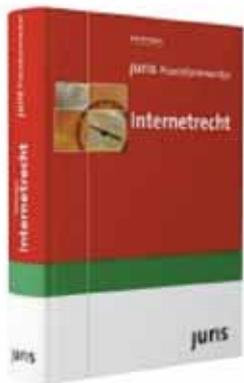
Mit den Kunden sollte eine gefestigte Geschäftsbeziehung bestehen und die Werbung sollte sich nur auf Produkte oder Dienstleistungen beziehen, die bereits Gegenstand der Geschäftsverbindung sind oder ihnen ähnlich sind.



Autorin:
Christine Vock, LL.M.
vock@buse.de

Literatur

Heckmann, juris PraxisKommentar Internetrecht



Der Print-Online-Verlag Juris (www.juris.de) hat den ersten Gesetzeskommentar zum Internetrecht im deutschsprachigen Raum in der Reihe juris BookLine veröffentlicht. Wie alle Kommentare dieser Reihe erwirbt der Käufer nicht nur ein hochwertiges Buch, sondern zudem auch den Internetzugang zu der fortlaufend aktualisierten und mit der juris-Datenbank verlinkten Online-Version des Kommentars. Diese erlaubt es, die verlinkten Gesetzestexte, Urteilsfundstellen oder auch Literaturabstracts durch Anklicken sofort aufzurufen. Aber mit diesem Kommentar geht juris noch einen Schritt weiter und verlinkt erstmals auch das gedruckte Werk selber mit seiner Datenbank. Mittels einer speziellen, dem Buch beigelegten Computermaus, kann der Leser im Buch kleine Barcodes anklicken und erhält sofort das referenzierte Dokument auf den

Bildschirm, ohne dass er irgendwelche Daten in eine Suchmaske eingeben muss. „Wizway“ heißt diese neue, erstmals in einem Buch eingesetzte Technologie, die die Recherche wesentlich schneller und bequemer macht.

Nicht nur technisch, sondern auch inhaltlich glänzt das von Prof. Dr. Dirk Heckmann (Lehrstuhlinhaber für Öffentliches Recht, Sicherheits- und Internetrecht an der Universität Passau) herausgegebene und bearbeitete Werk mit einer immensen Stofffülle. Auf rund 800 Seiten werden alle relevanten rechtlichen Aspekte rund um das Internet behandelt, beginnend beim neuen Telemediengesetz über das Domainrecht, hin zu Urheberrechtsfragen bei der Nutzung fremden Contents oder beim File-Sharing. Zivilrechtliche Fragestellungen rund um den Vertragsschluss im Internet, zur rechtssicheren Gestaltung eines Web-Shops und zu Online-Auktionen stehen öffentlich-rechtliche Themen wie E-Government und Justizkommunikation gegenüber. Auch die arbeitsrechtlichen Aspekte der Telekommunikation am Arbeitsplatz werden umfassend erläutert. Die Online-Kommentierung enthält zusätzlich noch eine Abhandlung über strafrechtliche Aspekte der Internetnutzung. Das Werk ist jedoch nur in Teilen (Telemediengesetz) ein „klassischer“ juristischer Kommentar. Im Übrigen gleicht er eher einem Handbuch, da die Erläuterungen nicht nach den einzelnen Paragraphen eines Gesetzes,



sondern nach dem „Lebenslagenprinzip“ anhand bestimmter Fallgestaltungen gegliedert sind.

Die durchweg praxisbezogenen Erläuterungen verstehen sich nicht als Ersatz für die Spezialcommentierungen zu den einzelnen Rechtsgebieten wie z. B. dem Urheberrechtsgesetz. Sie wollen dem Anwender vielmehr einen schnellen und fundierten Überblick zum Status quo der mitunter sehr komplexen Rechtsprobleme des Internets verschaffen. Dies ist

dem Autor in hervorragender Weise gelungen. Fazit: Dieses Werk verdient das Prädikat „besonders wertvoll“. Es gehört in die Handbibliothek eines jeden, der sich mit internetrechtlichen Fragen auseinandersetzen muss.



Autor:
Ralph Müller-Bidinger
**mueller-bidinger@
buse.de**

Gesetzgebung kompakt

1. Europäische Union

Neue Werberegeln fürs Fernsehen ab 2009 – Product Placement erlaubt

Im Dezember 2007 ist die neue EU-Fernsehrichtlinie in Kraft getreten, die wegen ihres erweiterten Geltungsbereichs auch als [Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste bezeichnet wird \(Richtlinie 2007/65/EG v. 11.12.2007, ABI. Nr. L 332/27 v. 18.12.2007\)](#). Diese gilt nicht nur für das traditionelle Fernsehen, sondern auch für das Fernsehen auf Abruf, das Internet- und das Handy-Fernsehen. Mit den neuen Werberegeln gibt es erstmals Bestimmungen zum sog. Product Placement. Dieses bleibt zwar generell in Nachrichten, Kindersendungen, Dokumentarfilmen und Ratgeber-Sendungen verboten. In Kinofilmen, Serien, Sportsendungen oder Sendungen der leichten Unterhaltung wird gezielte Produktplatzierung künftig zugelassen, wenngleich unter bestimmten Auflagen. So ist zu Beginn und am Ende und nach jeder Werbepause eine entsprechende Kennzeichnung erforderlich. Werbepausen sind künftig alle 30 Minuten erlaubt. Es darf jedoch nur maximal 12 Minuten pro Stunde geworben werden. Medienanbieter sind darüber hinaus aufgefordert, Verhaltensrichtlinien zum Schutz von

Minderjährigen zu erstellen, etwa hinsichtlich der Vermeidung von Werbung für „Junk-Food“ in Kinderprogrammen. Zusätzlich soll der Zugang für Personen mit Behinderung gefördert werden. Die Mitgliedstaaten müssen die Richtlinie bis Ende 2009 in nationales Recht umsetzen. (RMB)

Lebensmittelkennzeichnung – Reformvorschlag der EU-Kommission

Am 30.01.2008 hat die EU-Kommission einen Vorschlag zur Neuregelung der Lebensmittelkennzeichnungspflicht angenommen. Der [Verordnungsentwurf](#) sieht eine neue Kennzeichnungspflicht für alle abgepackten Lebensmittel vor. Auf der Packungsvorderseite soll auf den Gehalt an Energie und Kohlehydraten unter spezieller Nennung von Zucker, Salz, Fett und gesättigten Fettsäuren pro Portion oder pro 100 ml/g des Produkts hingewiesen werden müssen. Weiterhin soll künftig das Verhältnis dieser fünf Bestandteile zu Referenzmengen wie z. B. der empfohlenen Tagesdosis angegeben werden. Die Schriftgröße soll mindestens 3 Millimeter betragen und freiwillige Informationen des Herstellers sollen nicht von den Pflichtangaben ablenken dürfen. Mit dem Vorschlag will die Kommission den Verbrauchern leichten



Zugang zu den wichtigsten Angaben auf den Lebensmitteletiketten verschaffen und in den 27 Mitgliedstaaten für eine gewisse Einheitlichkeit der Darstellung sorgen. Schließlich sieht der Verordnungsentwurf auch eine Neuregelung der bestehenden Kennzeichnungspflicht für Allergene vor. Künftig sollen alle Lebensmittel, die allergene Stoffe enthalten, entsprechend gekennzeichnet werden. Bisher waren nur fertig abgepackte Lebensmittel kennzeichnungspflichtig. Von der Neuregelung sind daher unverpackte Lebensmittel betroffen, auch wenn sie in Restaurants oder Cateringbetrieben zum Verzehr angeboten werden. (RMB)

2. Deutschland

Maßnahmenpaket der Bundesregierung gegen unerlaubte Telefonwerbung

Die Bundesregierung hat ein Maßnahmenpaket zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung verabschiedet. Danach

sollen Verbraucher auch bei telefonisch abgeschlossenen Verträgen über die Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten sowie über Wett- und Lotteriedienstleistungen künftig wie bei anderen Verträgen im Fernabsatz ein Widerrufsrecht haben. Verstöße gegen das bestehende Verbot der unerlaubten Telefonwerbung in §7 Abs. 2 UWG sollen mit einem Bußgeld bis zu 50.000 € geahndet werden können. Der Werbeanrufer soll die Anzeige seiner Rufnummer nicht mehr unterdrücken dürfen. Schließlich sollen Verbraucher künftig besser vor „Slamming“, d. h. vor „untergeschobenen Verträgen“ über Telekommunikationsdienstleistungen geschützt werden. Sowohl bei einem Anbieterwechsel als auch bei einer Änderung der Betreibervorwahl (Preselection) muss der neue Vertragspartner künftig in Textform nachweisen, dass der Verbraucher den alten Vertrag tatsächlich gekündigt hat. Erst danach wird der Telefonanschluss auf den neuen Telefondienstleister umgestellt. (RMB)

Rechtsprechung kompakt

1. Europäischer Gerichtshof

Datenschutz bei Urheberrechtsverletzungen im Internet

Der Europäische Gerichtshof entschied zum Datenschutz (EuGH, Urt. v. 29.01.2008, C-275/06 – Promusicae): Die Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr, die Richtlinie 2001/29/EG zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft, die Richtlinie 2004/48/EG zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums und die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58/EG gebieten es den Mitgliedstaaten nicht, in einer Situation wie der des Ausgangsverfahrens (eine spanische Vereinigung von

Musikproduzenten verlangte von einem Telekommunikationsunternehmen die Offenlegung von Namen und Anschrift seiner Internet-Kunden, die angeblich illegal Musikdateien über das Internet getauscht hätten, um diese zivilrechtlich verklagen zu können; die Herausgabe der Kundendaten wurde mit der Begründung abgelehnt, das spanische Recht erlaube dies nur im Rahmen einer strafrechtlichen Untersuchung oder zum Schutz der öffentlichen Sicherheit und zur nationalen Verteidigung) im Hinblick auf einen effektiven Schutz des Urheberrechts die Pflicht zur Mitteilung personenbezogener Daten im Rahmen eines zivilrechtlichen Verfahrens vorzusehen. Die Mitgliedstaaten sind gemäß dem Gemeinschaftsrecht jedoch dazu verpflichtet, sich bei der Umsetzung dieser Richtlinien auf



eine Auslegung derselben zu stützen, die es ihnen erlaubt, ein angemessenes Gleichgewicht zwischen den verschiedenen durch die Gemeinschaftsrechtsordnung geschützten Grundrechten sicherzustellen. Bei der Durchführung der Maßnahmen zur Umsetzung dieser Richtlinien haben die Behörden und Gerichte der Mitgliedstaaten nicht nur ihr nationales Recht im Einklang mit diesen Richtlinien auszulegen, sondern auch darauf zu achten, dass sie sich nicht auf eine Auslegung dieser Richtlinien stützen, die mit diesen Grundrechten oder den anderen allgemeinen Grundsätzen des Gemeinschaftsrechts, wie etwa dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit, kollidiert. (RMB)

Vollharmonisierung im Bereich der Arzneimittelwerbung – Heilmittelwerbebesetz ist richtlinienkonform auszulegen

Der Europäische Gerichtshof hat entschieden, dass die Richtlinie 2001/83/EG zur Schaffung eines Gemeinschaftskodexes für Humanarzneimittel einen abschließenden Höchststandard für die Arzneimittelwerbung darstellt. Mit dieser Richtlinie sei eine vollständige Harmonisierung des Bereichs der Arzneimittelwerbung erfolgt. Nationale Vorschriften wie § 11 Abs. 1 Nr. 11 und Nr. 13 Heilmittelwerbebesetz seien im Sinne der Richtlinie auszulegen (EuGH, Urt. v. 08.11.2007, C-374/05 – Gintec). (RMB)

2. Bundesverfassungsgericht

Neues Grundrecht auf Gewährleistung der Vertraulichkeit und Integrität informationsrechtlicher Systeme – Verfassungskonformität von Online-Durchsuchungen

In seinem Urteil zum Verfassungsschutzgesetz NRW (BVerfG, Urt. v. 27.02.2008 – 1 BvR 370/07, 1 BvR 595/07) erklärte das Bundesverfassungsgericht die Rege-

lungen zur Online-Durchsuchung und zur Aufklärung des Internet für nichtig und schuf ein neues „IT-Grundrecht“, das in Zukunft weit über das nordrhein-westfälische Gesetz hinaus Bedeutung erlangen könnte, und zwar auch im Rechts- und Geschäftsverkehr zwischen Privaten. Die amtlichen Leitsätze des Urteils lauten:

1. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG) umfasst das Grundrecht auf Gewährleistung der Vertraulichkeit und Integrität informationstechnischer Systeme.
2. Die heimliche Infiltration eines informationstechnischen Systems, mittels derer die Nutzung des Systems überwacht und seine Speichermedien ausgelesen werden können, ist verfassungsrechtlich nur zulässig, wenn tatsächliche Anhaltspunkte einer konkreten Gefahr für ein überragend wichtiges Rechtsgut bestehen. Überragend wichtig sind Leib, Leben und Freiheit der Person oder solche Güter der Allgemeinheit, deren Bedrohung die Grundlagen oder den Bestand des Staates oder die Grundlagen der Existenz der Menschen berührt. Die Maßnahme kann schon dann gerechtfertigt sein, wenn sich noch nicht mit hinreichender Wahrscheinlichkeit feststellen lässt, dass die Gefahr in näherer Zukunft eintritt, sofern bestimmte Tatsachen auf eine im Einzelfall durch bestimmte Personen drohende Gefahr für das überragend wichtige Rechtsgut hinweisen.
3. Die heimliche Infiltration eines informationstechnischen Systems ist grundsätzlich unter den Vorbehalt richterlicher Anordnung zu stellen. Das Gesetz, das zu einem solchen Eingriff ermächtigt, muss Vorkehrungen enthalten, um den Kernbereich privater Lebensgestaltung zu schützen.
4. Soweit eine Ermächtigung sich auf eine staatliche Maßnahme beschränkt, durch welche die Inhalte und Umstän-



de der laufenden Telekommunikation im Rechnernetz erhoben oder darauf bezogene Daten ausgewertet werden, ist der Eingriff an Art. 10 Abs. 1 GG zu messen.

5. Verschafft der Staat sich Kenntnis von Inhalten der Internetkommunikation auf dem dafür technisch vorgesehenen Weg, so liegt darin nur dann ein Eingriff in Art. 10 Abs. 1 GG, wenn die staatliche Stelle nicht durch Kommunikationsbeteiligte zur Kenntnisnahme autorisiert ist. Nimmt der Staat im Internet öffentlich zugängliche Kommunikationsinhalte wahr oder beteiligt er sich an öffentlich zugänglichen Kommunikationsvorgängen, greift er grundsätzlich nicht in Grundrechte ein. (RMB)

3. Bundesgerichtshof

Keine Rechtsscheinvollmacht durch Markenverwendung im Franchisesystem

Sofern bei Vertragsschluss nicht weitere Umstände vorliegen, führt allein der Umstand, dass innerhalb eines Franchisesystems Marken oder sonstige Kennzeichen einheitlich als Bestandteil zur Bildung von weiteren Bestandteilen enthaltenen Firmen oder sonstigen geschäftlichen Bezeichnungen verwendet werden, nicht zur Verpflichtung des Franchisegebers oder anderer Franchisenehmer nach Rechtsscheingrundsätzen, entschied der Bundesgerichtshof (BGH, Teilurteil v. 18.12.2007, X ZR 137/04).

Abwerbung von Arbeitnehmern durch Personalberater

In einer neuen Entscheidung zur Zulässigkeit der Abwerbung durch Personalberater am Arbeitsplatz urteilte der Bundesgerichtshof (Urt. v. 22.11.2007 – I ZR 183/04 – Direktansprache am Arbeitsplatz III):

Ein Personalberater, der bei einem ersten Telefongespräch, das er mit einem

Arbeitnehmer eines Mitbewerbers seines Auftraggebers zur Personalsuche an dessen Arbeitsplatz führt, dem Arbeitnehmer Daten zu dessen Lebenslauf und bisherigen Tätigkeiten vorhält, geht über das für eine erste Kontaktaufnahme Notwendige hinaus und handelt daher wettbewerbswidrig (Fortführung von BGHZ 158, 174 - Direktansprache am Arbeitsplatz I).

Sämtliche Entscheidungen des Bundesgerichtshofs sind auf der Website www.bundesgerichtshof.de unter der Schaltfläche „Entscheidungen“ abrufbar. (RMB)

4. Oberlandesgerichte

Kein Ordnungsmittel gegen den Geschäftsführer bei Verstoß gegen Verfügungsverbot

Bei Verstößen gegen das UWG oder gewerbliche Schutzrechte ist es gängige Praxis, dass bei juristischen Personen neben dem Unternehmen auch dessen Geschäftsführer auf Unterlassung in Anspruch genommen wird, weil dieser das rechtsverletzende Handeln angeordnet und zu verantworten hat und um zu verhindern, dass der Geschäftsführer das von ihm zu vertretene Verhalten in einer anderen rechtlichen Gestaltungsform fortsetzt. Auch wenn ein Unterlassungstitel gegen Unternehmen und Geschäftsführer besteht, haften nicht notwendig beide auch nebeneinander, wenn es zu einem weiteren Verstoß kommt, wie das OLG Hamburg kürzlich entschied (OLG Hamburg, Beschl. v. 02.10.2007, 5 W 99/07):

Sind eine juristische Person und ihr Geschäftsführer Titelschuldner desselben Verbots, so ist bei einem erneuten Verstoß, das die Gesellschaft durch diesen Geschäftsführer begeht, ein Ordnungsgeld nur gegen die Gesellschaft verwirkt. Gegen den Geschäftsführer persönlich ist nicht unabhängig davon ein weiteres Ordnungsmittel zu verhängen. Ange-



sichts des Sanktionencharakters des Ordnungsgeldes wäre hierfür ein persönlich für den eigenen Rechtskreis vorwerfbares Verhalten unverzichtbar. Das Handeln in

der Eigenschaft als Geschäftsführer einer juristischen Person wirkt (auch ordnungsmittelrechtlich) jedoch in der Regel nur für bzw. gegen diese. (RMB)

Aus der Praxis der Patent- und Markenämter

1. Patentschutz in Europa wird günstiger

Europäische Patente werden künftig deutlich günstiger sein, weil die Übersetzungskosten sinken, nachdem das französische Parlament das Londoner Übereinkommen angenommen hat. Mit dem Londoner Übereinkommen aus dem Jahr 2000, einem Zusatzübereinkommen zum Europäischen Patentübereinkommen, das derzeit von 12 Staaten ratifiziert wurde, verzichten die beteiligten Staaten weitgehend darauf, dass Patente, die vom Europäischen Patentamt in München erteilt werden, in ihre jeweilige Landessprache übersetzt werden. Staaten, die Deutsch, Englisch oder Französisch als Amtssprache haben, verzichten vollständig auf eine Übersetzung des Patents. Dies sind Belgien, Deutschland, Frankreich, Irland, Luxemburg, Monaco, Österreich, Schweiz und das Vereinigte Königreich. Andere Staaten können künftig nur noch verlangen, dass ein Teil des Patents, die sog. Patentansprüche, in ihrer eigenen Sprache eingereicht wird. Das Patent selbst muss dann nur auf Deutsch, Englisch oder Französisch vorliegen. Nur bei einer gerichtlichen Patentverletzungsstreitigkeit darf eine vollständige Übersetzung des Patents in der betreffenden Amtssprache verlangt werden. Bislang sorgten Übersetzungskosten von rund 2.000 € pro Sprache für eine erhebliche finanzielle Belastung der Anmelder. (RMB)

2. Rekordjahr für Gemeinschaftsmarken und Gemeinschaftsgeschmacksmuster

Gemeinschaftsmarken und Gemeinschaftsgeschmacksmuster sind weiter auf dem Vormarsch. Das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt – Marken, Muster und Modelle (HABM) verzeichnete erneut ein Rekordjahr für Anmeldungen von Gemeinschaftsmarken und Gemeinschaftsgeschmacksmuster. [Der aktuelle Jahresbericht des HABM](#) zeigt, dass in 2007 die Nachfrage für Gemeinschaftsmarken 13 % höher war als im Vorjahr und dass die Anmeldungen für Geschmacksmuster um 10 % zunahm. Das Amt bearbeitete im Laufe des Jahres rund 90.000 Gemeinschaftsmarken-Anmeldungen und fast 80.000 Anmeldungen für eingetragene Geschmacksmuster. Die meisten Anmeldungen stammen aus Deutschland. Die Europäische Kommission plant nun eine weitere Reduzierung der Anmeldegebühren. (RMB)

3. Gebührenzahlungen bei Gemeinschaftsgeschmacksmustern nur noch elektronisch möglich

Seit Beginn des Jahres 2008 akzeptiert das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt – Marken, Muster und Modelle (HABM) für Gebührenzahlungen, die mit Geschmacksmustern im Zusammenhang stehen, nur noch elektronische Zah-



lungen. Schecks würden derzeit zurückgesandt, zusammen mit einem Hinweis und Anweisungen für die Zahlung per Banküberweisung oder mittels eines laufenden Kontos. Wie das HABM auf seiner Internetseite mitteilt, werde die Änderung dazu beitragen, dass die Zahlungsverfahren schneller und sicherer werden, und

sie folgt dem bereits vollzogenen Wechsel zu ausschließlicher elektronischer Zahlungsweise der mit der Gemeinschaftsmarke in Zusammenhang stehenden Gebühren. Ausführliche Informationen zur Gebührenzahlung finden Sie unter <http://oami.europa.eu/de/office/marque/finan.htm>. (RMB)

Veranstaltungskalender

17.–21. Mai 2008

INTA International Trademark Association

130th Annual Meeting in Berlin. Das Programm und weitere Informationen finden Sie unter www.inta.org.

19.–21. Mai 2008

„Open house“ bei Buse Heberer Fromm Berlin

Anlässlich der INTA heißt Sie **Buse Heberer Fromm** bei einem Buffet herzlich willkommen. Wir freuen uns auf ein Treffen und Wiedersehen mit Ihnen in unserem **Büro im Herzen Berlins am Kurfürstendamm 237** in der Zeit vom 19. – 21. Juni 2008 zwischen 9 und 18 Uhr. Bei Interesse dürfen wir Sie bitten, einen Termin mit Ihrem persönlichen Ansprechpartner oder über Frau Guichard abzustimmen (Telefon: +49 30 327942-52 oder E-Mail: guichard@buse.de).

21.–23. Mai 2008

GRUR Jahrestagung

Die Jahrestagung der Deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht findet vom 21. bis 23. Mai 2008 in Stuttgart statt. Programm und weitere Informationen finden Sie unter www.grur.de.

29. Mai 2008

IP und M & A – Gewerbliche Schutzrechte bei Unternehmenstransaktionen

Die Prüfung gewerblicher Schutzrechte gewinnt insbesondere im Vorfeld von Unternehmenstransaktionen eine zunehmende Bedeutung. Aufgrund einer Gesetzesinitiative werden sich künftig Unternehmen noch mehr Gedanken darüber machen müssen, was ihre Marke oder ihr Patent wert ist. Die Vortragsveranstaltung behandelt die rechtlichen und wirtschaftlichen Bewertungsfaktoren von IP im Rahmen von M&A-Transaktionen.

Referenten:

Prof. Dr. Alexander Wurzer,
PATEV GmbH & Co KG und
Rechtsanwalt Dr. Frank Remmert,

Buse Heberer Fromm.

Veranstalter: LEGALnetworx.

Veranstaltungsort und -zeit:

Donnerstag, 29. Mai 2008 um 18:00 Uhr
im Münchner Künstlerhaus am Lenbachplatz 8, 80333 München, Seidlzimmer, Erdgeschoss.

Weitere Informationen und Anmeldung erhalten Sie unter www.legalnetworx.de.



Impressum

Die in diesem IT-/IP-Newsletter enthaltenen Informationen, Rechtsansichten und Meinungen sind nicht als eine umfassende rechtliche Darstellung gedacht. Sie können eine individuelle, auf die Besonderheiten des Einzelfalls bezogene rechtliche Beratung nicht ersetzen.

Herausgeber:

Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte

Redaktion:

Rechtsanwalt Ralph Müller-Bidinger
Rechtsanwalt Dr. Frank Remmert

Ihre Ansprechpartner im Bereich IT/IP:

Berlin

Rechtsanwalt Jasper Hagenberg, LL.M.
Telefon: + 49 (0) 30 327942-0
Telefax: + 49 (0) 30 327942-22
E-Mail: hagenberg@buse.de

Rechtsanwalt Tobias Hollerbach
Telefon: + 49 (0) 30 327942-0
Telefax: + 49 (0) 30 327942-22
E-Mail: hollerbach@buse.de

München

Rechtsanwalt Dr. Klaus Neumann
Telefon: + 49 (0) 89 242233-0
Telefax: + 49 (0) 89 242233-10
E-Mail: kneumann@buse.de

Rechtsanwalt Dr. Frank Remmert
Telefon: + 49 (0) 89 242233-0
Telefax: + 49 (0) 89 242233-10
E-Mail: remmert@buse.de

Frankfurt am Main

Rechtsanwalt Dr. Felix Hebert
Telefon: + 49 (0) 69 971097-22
Telefax: + 49 (0) 69 971097-10
E-Mail: hebert@buse.de

Rechtsanwalt Stephan Menzemer
Telefon: + 49 (0) 69 971097-24
Telefax: + 49 (0) 69 971097-10
E-Mail: menzemer@buse.de

Rechtsanwalt Ralph Müller-Bidinger
Telefon: + 49 (0) 69 971097-12
Telefax: + 49 (0) 69 971097-10
E-Mail: mueller-bidinger@buse.de

Rechtsanwalt André Roth
Telefon: + 49 (0) 69 971097-47
Telefax: + 49 (0) 69 971097-10
E-Mail: roth@buse.de

Düsseldorf

Rechtsanwalt Marc Oliver Hoormann
Telefon: + 49 (0) 211 38800-0
Telefax: + 49 (0) 211 373678
E-Mail: hoormann@buse.de

Rechtsanwalt Dr. Karel Sessinghaus, LL.M.
Telefon: + 49 (0) 211 38800-0
Telefax: + 49 (0) 211 373678
E-Mail: sessinghaus@buse.de

Rechtsanwältin Christine Vock, LL.M.
Telefon: + 49 (0) 211 38800-0
Telefax: + 49 (0) 211 373678
E-Mail: vock@buse.de

Essen

Rechtsanwalt Dr. Christian Gloria
Telefon: + 49 (0) 201 1758-0
Telefax: + 49 (0) 201 1758-400
E-Mail: gloria@buse.de

Die Kanzlei

Buse Heberer Fromm ist eine der großen, unabhängigen Anwaltskanzleien in Deutschland. An sechs deutschen Standorten – Berlin, Düsseldorf, Essen, Frankfurt am Main, Hamburg und München – sowie in sechs Repräsentanzen im Ausland – Brüssel, New York, Palma de Mallorca, Paris, Sydney und Zürich – beraten mehr als 120 Berufsträger nationale und internationale Mandanten auf allen Gebieten des Wirtschafts- und Steuerrechts. Als mittelstandsorientierte Kanzlei legt **Buse Heberer Fromm** dabei höchsten Wert auf die individuelle Betreuung ihrer Mandanten, persönliche Beratung und Kontinuität der Mandantenbeziehungen.



Die Practice Groups

Durch die Bündelung der Kernkompetenzen sowohl an den Sozietätsstandorten als auch standortübergreifend in elf kanzleiweiten, integrierten Practice Groups gewährleistet **Buse Heberer Fromm** bei der Durchführung von Projekten und Transaktionen aller Größenordnungen optimale, individuell zugeschnittene Lösungen.

Der Newsletter

Einen Schwerpunkt der Beratung von **Buse Heberer Fromm** bilden die Bereiche Informationstechnologie- und Telekommunikationsrecht, E-Business, Datenschutz einerseits sowie gewerblicher Rechtsschutz (Marken-, Wettbewerbs- und Urheberrecht) und Medienrecht (Presse, Multimedia und Rundfunk) andererseits. Wir möchten Sie mit unserem IT-/IP-Newsletter über aktuelle Entwicklungen in den betreffenden Rechtsgebieten informieren. Über die Verlinkungen können Sie die zitierten Dokumente im Internet unmittelbar abrufen. Der IT-/IP-Newsletter wird im HTML-Format und als PDF per E-Mail kostenlos an die registrierten Bezieher versandt und kann auch auf unserer Homepage www.buse.de abgerufen werden. Wenn Sie oder jemand aus Ihrem Umfeld den Newsletter erhalten möchten, bitten wir um einen kurzen Hinweis per E-Mail an: IT-IPnewsletter@buse.de. Dies gilt natürlich auch, wenn Sie den Newsletter nicht mehr erhalten möchten.

Empfehlungen

Die Meinung unserer Mandanten ist für uns das Maß der Dinge. Um die Zusammenarbeit kontinuierlich zu optimieren, bitten wir unsere Mandanten daher regelmäßig um eine Beurteilung unserer Beratung. Natürlich freuen wir uns aber auch über Empfehlungen von anderer Seite, wie sie sich zum Beispiel regelmäßig in den Berichten der juristischen Presse finden.

- **JUVE Handbuch Wirtschaftskanzleien, 9. Auflage:**
Buse Heberer Fromm wird empfohlen für Arbeitsrecht, Gesellschaftsrecht, Immobilienrecht, Informationstechnologie, Konfliktlösung, M&A, Marken- und Wettbewerbsrecht, Medien (Presse und Verlage), öffentliches Wirtschaftsrecht und Steuerrecht.
- **The Legal 500 Europe, Middle East & Africa, 16th Edition:**
The Legal 500 Series recommends this firm for Corporate and M&A; Dispute resolution; Employment; Information technology; IP – copyright; IP – patents and registered designs (dispute resolution); IP – trade marks; Media, entertainment and press; Public sector; Real estate and construction – real estate; Tax.

© Buse Heberer Fromm 2008

www.buse.de

Berlin · Düsseldorf · Essen · Frankfurt am Main · Hamburg · München

www.buseinternational.com

Brüssel · New York · Palma de Mallorca · Paris · Sydney · Zürich