

Your World First

C/M/S/

Law . Tax

update

Gewerblicher Rechtsschutz und Kartellrecht

August 2017



Inhalt

2 | Editorial

Wettbewerbsrecht

3 | Keine Rettung durch Rescue: Der Schuldner einer Unterlassungsverpflichtung muss Produkte aus dem Vertrieb zurückrufen

6 | BGH: wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz trotz abgelaufenen Patents und nichtiger 3D-Marke

Kartellrecht

7 | Rekordsanktion gegen Facebook: Falsche oder irreführende Angaben in der Fusionskontrolle können teuer werden

Markenrecht

9 | Die Mitwirkungsmöglichkeiten von Markenrechtsinhabern im Strafverfahren

Patentrecht

11 | Verzögerung auf der Zielgeraden – wann kommt das europäische Einheitspatent?

Internetrecht

13 | Kennzeichnung beim Influencer Marketing – Unternehmen und Blogger haften auch bei Eigenkauf des Produkts

Lebensmittelrecht

15 | Ungesunde Energie – EuGH zur Unzulässigkeit gesundheitsbezogener Angaben zu Glucose

Kosmetikrecht

17 | Neues zur Angabe des Grundpreises bei Kosmetikprodukten

Aktuell

19 | Veröffentlichungen

19 | Vorträge

Editorial

Mit dieser neuen Ausgabe des Update Gewerblicher Rechtsschutz und Kartellrecht informieren wir Sie über aktuelle Entwicklungen und gerichtliche Entscheidungen aus diesen Rechtsgebieten.

Zunächst befassen wir uns mit der aktuellen Rechtsprechung des BGH zu Rückruffpflichten des Unterlassungsschuldners. Danach gelten deutlich strengere Anforderungen als bisher, gerade was die Verpflichtung zum Einwirken auf Dritte angeht.

In Strafverfahren wegen Produktpiraterie werden oftmals die zivil-

rechtlichen Rechtsdurchsetzungsmöglichkeiten, die sich Markenrechtsinhabern bieten, unterschätzt. Wir geben dazu einen Überblick.

Wir besprechen ferner eine aktuelle Entscheidung zum wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz trotz abgelaufenen Patents und berichten über Verzögerungen bei der Einführung des europäischen Einheitspatents.

Weiter widmen wir uns Entscheidungen zur Unzulässigkeit gesundheitsbezogener Angaben, die allgemein anerkannten Ernährungs- und Gesundheitsgrundsätzen zuwiderlaufen, sowie zur (engen) Auslegung der

Ausnahme von der Grundpreisangabenpflicht bei Kosmetikprodukten. Schließlich befassen wir uns mit den (erheblichen) kartellrechtlichen Sanktionen, die bei Falschangaben im Rahmen der Fusionskontrollanmeldung drohen, sowie mit Kennzeichnungspflichten beim Influencer Marketing über Social-Media-Kanäle.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!

Mit besten Grüßen

Michael Fricke

Keine Rettung durch Rescue: Der Schuldner einer Unterlassungsverpflichtung muss Produkte aus dem Vertrieb zurückrufen

In einem viel beachteten Urteil aus dem September 2016 hat der Bundesgerichtshof (BGH) klargestellt, dass ein Unterlassungsschuldner – jedenfalls nach dem UWG – auch verpflichtet ist, rechtsverletzende Produkte aus dem Vertrieb zurückzurufen. Dies gilt selbst dann, wenn er hierfür keine rechtliche Handhabe hat. Die Entscheidung hat weitreichende praktische Folgen.

Hintergrund

Es ist seit Langem anerkannt, dass eine Unterlassungsverpflichtung nicht nur durch bloßes Nichtstun erfüllt wird. Sie umfasst nach ständiger Rechtsprechung vielmehr auch die Vornahme von Handlungen zur Beseitigung eines geschaffenen Störungszustands, wenn allein dadurch dem Unterlassungsgebot entsprochen werden kann. Wenn ein Unternehmen etwa eine markenverletzende oder wettbewerbswidrige Werbung im Internet veröffentlicht und von einem Gericht verpflichtet wird, eine solche Werbung zukünftig zu unterlassen, dann bedeutet dies, dass das Unternehmen nicht nur von der Schaltung derartiger Anzeigen in Zukunft absehen muss. Es muss auch die im Internet bereits veröffentlichte Werbung aktiv entfernen.

Umstritten war aber, ob die Pflichten eines Unterlassungsschuldners auch so weit reichen, rechtsverletzende

Produkte oder rechtsverletzendes Werbematerial aus den Vertriebswegen zurückzuholen. Die früher in der anwaltlichen Beratung häufig verwendete Faustformel „Was raus ist, ist raus“ galt in dieser pauschalen Form nicht in allen OLG-Bezirken. Vielerorts war aber nach wie vor anerkannt, dass die Pflichten eines Unterlassungsschuldners nur so weit reichen, wie auch sein rechtlicher Einflussbereich reicht. War rechtsverletzende Ware bereits an externe Dritte abverkauft, so war der Unterlassungsschuldner nicht verpflichtet, die Ware von diesen zurückzuholen.

Die Entscheidungen Hot Sox und Rescue Tropfen

Bereits im November 2015 hat der BGH eine andere Auffassung vertreten (Urteil vom 19. November 2015, Az. I ZR 109/14 – Hot Sox). Eher beiläufig und ohne nähere Auseinandersetzung bemerkte der BGH, dass eine Verfügung, die dem Schuldner die Verwendung urheberrechtlich geschützter Bilder auf einem Produkteinleger untersagt, den Schuldner nicht nur verpflichtet, die Verwendung des Fotos in Zukunft zu unterlassen, sondern auch alle „zumutbaren Anstrengungen zu unternehmen, dafür Sorge zu tragen, dass der Produkteinleger bei bereits ausgelieferter Ware ausgetauscht wird“.

Nachdem zunächst noch etwas Unsicherheit geherrscht hatte, ob dieser

Teil des Urteils Hot Sox verallgemeinerungsfähig war, stellte der BGH in seiner Entscheidung vom 29. September 2016 (Az. I ZB 34/15 – Rescue Tropfen) nun klar: Wird ein Unternehmen zur Unterlassung des Vertriebs rechtsverletzender Produkte verpflichtet, muss es durch einen Produktrückruf dafür Sorge tragen, dass bereits ausgelieferte Produkte von den Abnehmern nicht weiter vertrieben werden. Zu den Pflichten des Unterlassungsschuldners gehöre auch, auf Dritte einzuwirken, deren Handeln dem Schuldner wirtschaftlich zugutekommt. Wenn einem Schuldner untersagt worden sei, ein Produkt mit einer bestimmten Aufmachung zu vertreiben, müsse er grundsätzlich durch einen Rückruf des Produkts dafür sorgen, dass bereits ausgelieferte Produkte von seinen Abnehmern nicht weiter vertrieben werden.

Zwar sei die Verletzungshandlung mit der Auslieferung der Produkte an Händler abgeschlossen. Diese Verletzungshandlung habe jedoch die Gefahr begründet, dass die Händler (im Streitfall die Apotheken) die Produkte bewerben und vertreiben und weiter in Verkehr bringen. Diese Gefahr bestehe fort, solange die ausgelieferten Produkte im Handel erhältlich sind. Unter diesen Umständen sei der Schuldner verpflichtet, alle ihm möglichen und zumutbaren Maßnahmen zu ergreifen, um den Weitervertrieb der Produkte zu ver-

hindern, und zwar selbst dann, wenn dem Schuldner nach Abwicklung der entsprechenden Kaufvorgänge keine rechtliche Handhabe mehr zur Verfügung stehe, um die Rückgabe der Produkte zu verlangen. Er müsse zumindest die Händler zur Rückgabe der noch vorhandenen Produkte auffordern.

Kritik

Diese allgemeine Rückrufpflicht als Folge einer Unterlassungsverpflichtung ist dogmatisch äußerst fragwürdig. So ist z. B. unklar, wie sich der Unterlassungsanspruch bei einer Rückrufpflicht des Unterlassungsschuldners noch sinnvoll vom Beseitigungsanspruch abgrenzen lässt. Bei beiden handelt es sich nach ständiger Rechtsprechung um selbstständige Ansprüche mit grundsätzlich unterschiedlicher Zielrichtung. Der BGH setzt sich mit diesem Einwand nur äußerst kurz auseinander: Habe der Schuldner einen andauernden Verletzungszustand hervorgerufen, bestünden beide Ansprüche nebeneinander und der Gläubiger habe die Wahl, ob er den einen oder den anderen Anspruch oder beide Ansprüche gleichzeitig geltend macht. Diese Argumentation überzeugt spätestens dann nicht mehr, wenn der Gläubiger seine Ansprüche im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes verfolgt: Hier würde ein Beseitigungsanspruch in Form eines Produktrückrufs regelmäßig an dem Verbot der Vorwegnahme der Hauptsache scheitern. Die Konsequenz der Entscheidung Rescue Tropfen ist nun, dass der Gläubiger dieses Ergebnis einfach umgehen kann, indem er allein den Unterlassungsanspruch geltend macht – denn dieser umfasst ohne jede Erwähnung im Antrag oder Tenor nun auch den Rückruf.

Auch stellt sich die Frage, ob die BGH-Rechtsprechung zu den Handlungspflichten des Unterlassungsschuldners nicht nur im Wettbewerbsrecht, sondern auch für die gewerblichen Schutzrechte gilt. Es ist zwar kein überzeugender Grund erkennbar, warum die Rechtsprechung nicht

übertragbar sein soll (zumal sich die relevante Passage in der Entscheidung Hot Sox auf eine Urheberrechtsverletzung und nicht auf das Wettbewerbsrecht bezieht). Dann aber bleibt unklar, wie es sich mit den speziellen Rückrufansprüchen (z. B. in § 18 Markengesetz) verhält, wenn sich die Rückrufpflicht bereits aus dem Unterlassungsanspruch ergibt.

Schließlich ist fraglich, wie weit die Pflichten des Unterlassungsschuldners noch ausgedehnt werden sollen, wenn es laut BGH irrelevant ist, ob der Unterlassungsschuldner noch eine rechtliche Handhabe hat, um die Händler zu einer Rückgabe der Ware zu verpflichten. Es wäre sowohl in der praktischen Umsetzung als auch in dogmatischer Hinsicht überzeugender, die Pflichten des Unterlassungsschuldners nicht weiter zu spannen, als sein rechtlicher Einfluss reicht.

Konsequenzen der Entscheidung

Nachdem der BGH seine Auffassung nun in zwei Entscheidungen innerhalb von kurzer Zeit bekräftigt hat, ist jedoch nicht davon auszugehen, dass es sich um einen Ausnahmefall handelt oder dass der BGH seine Rechtsprechung in absehbarer Zeit ändert. Für die Praxis hat dies wichtige Folgen:

Unternehmen, denen der Vertrieb eines Produkts per Unterlassungsverfügung untersagt wird, müssen zukünftig rechtsverletzende Ware aus den Vertriebswegen zurückrufen. Selbst wenn die Ware an selbstständige Drittunternehmen – z. B. Großhändler –, auf die der Verkäufer keinen rechtlichen Einfluss hat, bereits abverkauft worden ist, muss er zumindest alle zumutbaren Maßnahmen ergreifen und seine Abnehmer auffordern, die Ware zurückzugeben. Tut er dies nicht, verstößt er (im Regelfall) gegen die Unterlassungspflicht, sodass im Falle einer gerichtlichen Verfügung ein Ordnungsgeld, im Falle einer Unterlassungserklärung eine Vertragsstrafe fällig ist.

Dies dürfte übrigens nicht nur für Vertriebsverbote, sondern auch für Verbote rechtsverletzender Werbung gelten. Denn die Begründung des BGH, dass der Unterlassungsschuldner mit dem Verkauf rechtsverletzender Ware einen Störungszustand geschaffen habe, weil die Gefahr bestehe, dass die Produkte weiter beworben und vertrieben werden, lässt sich auf den Fall der Abgabe rechtsverletzender Werbematerialien unmittelbar übertragen. Daher ist bis auf Weiteres davon auszugehen, dass auch rechtsverletzende Werbung von der Rückrufpflicht umfasst ist.

In welcher Form, Dringlichkeit und Häufigkeit die Aufforderung zur Rückgabe von Ware oder Werbematerialien erfolgen muss, ist leider unklar. Der Schuldner muss alle „ihm möglichen und zumutbaren Maßnahmen“ ergreifen. Geschützt wird er (nur) durch den Verhältnismäßigkeitsgrundsatz. Man wird davon ausgehen können, dass der Verkäufer seine Abnehmer mindestens einmal, eindringlich und – jedenfalls aus Nachweisgründen – schriftlich (wobei Textform und E-Mail ausreichen dürften) bitten muss, die Ware ggf. gegen Erstattung des Kaufpreises zurückzugeben. Aus einer Randbemerkung des BGH in den Urteilsgründen der Entscheidung Rescue Tropfen lässt sich schlussfolgern, dass eine solche Aufforderung nur dann entbehrlich sein kann, wenn der Unterlassungsschuldner davon ausgehen darf, dass sie offensichtlich keinen Erfolg haben würde. Dies dürfte jedoch nur in sehr seltenen Ausnahmefällen zutreffen. Denn auch wenn ein Händler Ware bereits bezahlt hat, hat er in aller Regel kein Interesse, möglicherweise rechtsverletzende Produkte zu vertreiben und dadurch selbst in Anspruch genommen zu werden.

Nicht ganz klar ist auch, wie weit die Rückrufpflicht in der Vertriebskette reicht: Muss der Schuldner nur seine unmittelbaren Abnehmer zur Rückgabe auffordern oder auch deren Kunden? Viel spricht dafür, dass der Unterlassungsschuldner



weitere Händler in der Vertriebskette nicht zur Rückgabe auffordern muss. Denn laut BGH ist der Unterlassungsschuldner „nur“ gehalten, auf Dritte einzuwirken, deren Handeln ihm wirtschaftlich zugutekommt und auf die er zudem rechtliche und tatsächliche Einflussmöglichkeiten hat. Es ist sehr zweifelhaft, ob weitere Abnehmer in der Vertriebskette noch unter diese Gruppe fallen. Abschließend geklärt ist dies jedoch nicht.

Aber auch für Unterlassungsgläubiger hat die BGH-Rechtsprechung wichtige praktische Konsequenzen, insbesondere bei einstweiligen Verfügungen: Nach § 945 ZPO ist der Gläubiger einer einstweiligen Verfügung verschuldensunabhängig zum Schadensersatz verpflichtet, wenn sich die Verfügung später als unberechtigt erweist und aufgehoben wird. Der möglicherweise zu ersetzende Schaden ist aber ungleich größer, wenn der Schuldner nach Zustellung der Unterlassungsverfügung und vor deren Aufhebung einen Produktrückruf durchgeführt hat. Daher muss bei der Beantragung einer einstweiligen Verfügung, die auf einen Vertriebs- oder Werbe-

stopp gerichtet ist, sorgfältig abgewogen werden, ob die Vorteile eines Rückrufs im Verhältnis stehen zum Risiko, dass die Verfügung wieder aufgehoben wird und sich der Gläubiger erheblichen Schadensersatzforderungen ausgesetzt sieht. Will der Gläubiger dieses Risiko vermeiden, muss er dies zukünftig bereits bei der Antragstellung ausdrücklich klarstellen und gezielt einen engen Antrag formulieren, der den Rückruf aus den Vertriebswegen ausdrücklich ausklammert.

Fazit

Mit der Entscheidung Rescue Tropfen hat der Bundesgerichtshof die umstrittene Frage, ob der Schuldner eines Vertriebsverbotes auch verpflichtet ist, Ware aus den Vertriebswegen zurückzurufen, geklärt. Zukünftig müssen sich Schuldner einer Unterlassungsverpflichtung bemühen, rechtsverletzende Ware sowie rechtsverletzende Werbematerialien aus den Vertriebswegen zurückzuholen, selbst wenn ihnen dafür gegenüber ihren Abnehmern keine rechtliche Handhabe zur Verfügung steht. Wie weit diese Rückrufpflicht reicht und insbesondere wie intensiv der Schuld-

ner versuchen muss, die Ware oder Werbung zurückzuholen, ist leider noch offen. Aus Sicht des Unterlassungsschuldners empfiehlt es sich aber vorerst, größtmögliche Anstrengungen zu unternehmen und die eigenen Abnehmer – je nach den Umständen des Einzelfalls – auch mehrfach zur Rückgabe aufzufordern. Aus Sicht des Unterlassungsgläubigers muss insbesondere bei der Beantragung von Eilmaßnahmen sorgfältig abgewogen werden, ob der Rückrufanspruch geltend gemacht oder aus dem Unterlassungsantrag lieber ausgeklammert werden sollte. ■



Dr. Nikolas Gregor, LL.M. (Boston)

Maitre en droit

Rechtsanwalt im Geschäftsbereich

Gewerblicher Rechtsschutz bei

CMS in Hamburg.

E nikolas.gregor@cms-hs.com

BGH: wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz trotz abgelaufenen Patents und nichtiger 3D-Marke

Der wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz bietet sich immer dann als Rechtsposition an, wenn der Schutz eines Erzeugnisses durch die Schutzrechte des geistigen Eigentums wie Patente, Marken oder Designs nicht erreichbar oder bereits abgelaufen ist. Dass ein bereits abgelaufener Schutz eines Erzeugnisses durch ein Patent der Geltendmachung wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes nicht entgegensteht, hat der BGH bereits in der Vergangenheit hervorgehoben (Urteil vom 22. Januar 2015, Az. I ZR 107/13 – Exzenterzähne). In einer aktuellen Entscheidung (Urteil vom 15. Dezember 2016, Az. I ZR 197/15 – Bodendübel) geht der BGH noch einen Schritt weiter und lässt den Schutz grundsätzlich auch dann zu, wenn eine das Erzeugnis abbildende dreidimensionale Marke für nichtig erklärt wurde, weil die Gestalt des Erzeugnisses zur Erreichung seines technischen Zwecks erforderlich ist.

Der Sachverhalt

Die Klägerin stellt seit dem Jahr 1984 Bodendübel her. Für diese bestand bis zum Mai 2006 Patentschutz. Die Bodendübel waren zudem als dreidimensionale Gemeinschaftsmarke (jetzt: Unionsmarke) eingetragen. Das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (jetzt: EUIPO) hat diese Marke nach Art. 7 Abs. 1 lit. e) Unionsmarkenverordnung für nichtig

erklärt. Sämtliche Gestaltungsmerkmale des Zeichens seien erforderlich, um den technischen Zweck, mit den Dübeln ein Erzeugnis am Boden zu befestigen, zu erfüllen.

Die Klägerin stützte ihre Klage gegen den Vertrieb ähnlich gestalteter Bodendübel durch die Beklagte zuletzt auf Ansprüche aus wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz. Das Berufungsgericht hat diesen Anspruch mit der Begründung abgelehnt, die Gewährung wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes sei in diesem Fall nicht mit dem Auslaufen des Patentschutzes und dem markenrechtlichen Ausschlussstatbestand nach Art. 7 Abs. 1 lit. e) Unionsmarkenverordnung vereinbar. Nach dieser Vorschrift sind äußere Gestaltungen eines Erzeugnisses vom Markenschutz ausgeschlossen, die zur Erreichung einer technischen Wirkung erforderlich sind. Der Monopolisierung technischer Innovationen durch den wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz müsse vorgebeugt werden.

Die Entscheidung des BGH

Der BGH sieht dies anders: Die Bodendübel der Klägerin seien wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz grundsätzlich zugänglich. Da der lauterkeitsrechtliche Nachahmungsschutz sich nach Schutzzweck, Voraussetzungen und Rechtsfolgen vom Patentschutz grundsätzlich unterscheidet, liege gerade keine unzulässige Monopolisierung technischer Innovation vor. Dies

folge vor allem daraus, dass beim lauterkeitsrechtlichen Nachahmungsschutz als Anspruchsvoraussetzung noch ein besonderes Unlauterkeitsmerkmal (Herkunftstäuschung, Rufausbeutung) hinzutreten müsse. Auch der Ausschluss des Markenschutzes durch das EUIPO stehe einem lauterkeitsrechtlichen Nachahmungsschutz nicht grundsätzlich entgegen. Ob eine technisch zwingende Lösung vorliege, die auch einen wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz für ein Erzeugnis ausschließt, müsse nach anderen Maßstäben als im Markenrecht überprüft werden. Das Bestehen technisch gleichwertiger Varianten sei zudem nicht – wie es das Berufungsgericht annahm – auf solche Lösungen zu reduzieren, die auf dem erloschenen Patent aufbauen. Maßgeblich sei, ob es Lösungen gebe, die denselben technischen Zweck erfüllen.

Praxishinweis

Die Entscheidung des BGH wiederholt zunächst den vom BGH im Urteil Exzenterzähne aufgestellten Grundsatz, dass ein durch Zeitablauf erloschenes Patent kein Hindernis darstellt, für das gleiche Erzeugnis wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz geltend zu machen. Für Unternehmen stellt dies einen zusätzlichen Anreiz dar, ihre Schutzrechte aktiv und konsequent am Markt durchzusetzen, da nur so ein wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz aufgebaut und erhalten werden kann. Besteht ein solcher Schutz auch im Hinblick auf Teile

des Erzeugnisses, die zur technischen Lösung beitragen, sind Konkurrenten bei einer nahezu identischen Nachahmung darauf verwiesen, auf eine andere angemessene technische Lösung auszuweichen, mit der etwa eine Herkunftstäuschung vermieden wird. Ob eine solche Lösung existiert, kann die entscheidende Streitfrage sein und muss im Zweifel meist durch Sachverständigengutachten geklärt werden.

Interessant ist, dass der BGH die Möglichkeit einer anderen technischen Lösung in Betracht zieht, obwohl eine korrespondierende dreidimensionale Unionsmarke wegen des aus Sicht des EUIPO technisch zwingenden Charakters der Gestal-

tung gelöscht wurde. Der BGH lässt damit Raum für wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz, wo das EUIPO die Eintragung einer Marke nicht mehr zulässt. Eine entsprechende Entscheidung des EUIPO oder – im Falle einer deutschen Marke – des DPMA gibt aber dem Konkurrenten Argumente an die Hand, mit denen er das Vorhandensein einer ihm zumutbaren technischen Lösung bestreiten kann. Auch insofern kommt es entscheidend darauf an, den Sachverhalt genau zu analysieren und flankierende lauterkeitsrechtliche Argumente anzubringen. Die Bündelung von technischem und rechtlichem Sachverstand ist in derartigen Konstellationen des Lauterkeitsrechts unabdingbar. ■



Paetrick Sakowski
Rechtsanwalt im Geschäftsbereich
Gewerblicher Rechtsschutz bei
CMS in Düsseldorf.
E paetrick.sakowski@cms-hs.com

Kartellrecht

Rekordsanktion gegen Facebook: Falsche oder irreführende Angaben in der Fusionskontrolle können teuer werden

Unrichtige oder irreführende Angaben in der Fusionskontrollanmeldung können teuer werden. Dies beweist das viel beachtete Zusammenschlussvorhaben Facebook/WhatsApp aus dem Jahr 2014. Die Europäische Kommission verhängte vor Kurzem gegen Facebook wegen unrichtiger bzw. irreführender Angaben im Fusionskontrollverfahren eine Geldbuße in Höhe von EUR 110 Mio.

Zum Hintergrund

Unter bestimmten Voraussetzungen unterliegen Transaktionen der Fusionskontrolle. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, müssen die Zusammenschlussbeteiligten eine Fusionskontrollanmeldung bei den zuständigen Kartellbehörden einreichen. Die

Einreichung der Fusionskontrollanmeldung löst Fristen aus, in denen die Kartellbehörden über das Zusammenschlussvorhaben zu entscheiden haben. Notwendige Voraussetzung für eine fristgemäße und rechtmäßige Entscheidung über das angemeldete Zusammenschlussvorhaben sind richtige und nicht irreführende Angaben. Das Kartellrecht sieht daher vor, dass die Kartellbehörde ein Bußgeld verhängen kann, wenn die Zusammenschlussbeteiligten im Fusionskontrollverfahren irreführende oder unrichtige Angaben machen.

Abschreckendes Beispiel Facebook

Die Europäische Kommission warf Facebook vor, dass das Unternehmen sowohl in der Fusionskontrollanmeldung als auch in einer Antwort auf

ein Auskunftsverlangen unrichtige bzw. irreführende Angaben gemacht habe. Facebook hatte im Rahmen des Fusionskontrollverfahrens zweimal mitgeteilt, dass ein zuverlässiger automatischer Abgleich zwischen den Benutzerkonten bei Facebook und bei WhatsApp technisch nicht möglich sei.

Als WhatsApp im Jahr 2016 seine Nutzungsbedingungen und Datenschutzbestimmungen änderte und seinen Nutzern die Möglichkeit bot, die Telefonnummer der WhatsApp-Nutzer mit den Kontakten auf Facebook zu verknüpfen, leitete die Europäische Kommission Ermittlungen gegen Facebook ein. Im Rahmen der Ermittlungen fand die Europäische Kommission heraus, dass Facebook die technischen Möglichkeiten zum zuverlässigen automatischen Ab-

gleich bereits zur Zeit der Fusionskontrollanmeldung besaß. Dies soll den Facebook-Mitarbeitern schon damals bekannt gewesen sein. Facebook müsse somit, so die Europäische Kommission, im Fusionskontrollverfahren bewusst unrichtige bzw. irreführende Angaben gemacht haben.

Aus diesem Grund erließ die Europäische Kommission einen Bußgeldbescheid, setzte eine Geldbuße in Höhe von EUR 110 Mio. gegen Facebook fest und begründet dies wie folgt: Beide Angaben im Fusionskontrollverfahren seien als zwei selbstständige und schwerwiegende Zuwiderhandlungen gegen das Verbot, unrichtige oder irreführende Angaben im Fusionskontrollverfahren zu machen, zu werten. Damit habe die Europäische Kommission nicht über alle für die Prüfung des Zusammenschlussvorhabens relevanten Informationen verfügt. Mit der Festsetzung der Höhe der Geldbuße solle auch eine abschreckende Wirkung für die Zukunft sichergestellt werden.

Keine Auswirkungen auf die Freigabe

Die Europäische Kommission stellte klar, dass die unrichtigen bzw. irreführenden Angaben keine Auswirkungen auf die Freigabeentscheidung haben. In der Freigabeentscheidung wurde die Möglichkeit des zuverlässigen automatischen Abgleichs der Benutzerkonten zwischen Facebook und WhatsApp berücksichtigt. Die Freigabeentscheidung beruhe daher nicht auf den unrichtigen bzw. irreführenden Angaben von Facebook.

Sorgfalt ist in jedem Fall geboten

Dieses Praxisbeispiel veranschaulicht, dass bei der Anmeldung jedes kontrollpflichtigen Zusammenschlussvorhabens äußerste Sorgfalt geboten ist. Die an die Kartellbehörden zu

übermittelnden Angaben müssen der Wahrheit entsprechen. Wenn die Kartellbehörde nach Erteilung der Freigabe erfahren sollte, dass die Angaben im abgeschlossenen Fusionskontrollverfahren unrichtig waren, erscheint die Argumentation, man hätte es zur damaligen Zeit nicht besser gewusst, kaum glaubwürdig. Man wird den Vorwurf der Fahrlässigkeit in solchen Fällen nur schwer entkräften können.

Neben der Europäischen Kommission besitzt bspw. auch das Bundeskartellamt die Befugnis, allein wegen falscher oder unrichtiger Angaben in der Fusionskontrollanmeldung gegen die Zusammenschlussbeteiligten ein Bußgeld festzusetzen. Sollten die unrichtigen Angaben in der Absicht abgegeben worden sein, die Freigabe des Bundeskartellamts zu erschleichen, kann nach deutschem Kartellrecht sogar ein Bußgeld von bis zu 10 % des konzernweiten Gesamtumsatzes des letzten abgeschlossenen Geschäftsjahres festgesetzt werden.

Freigabefähigkeit oder Komplexität ist für das Bußgeld irrelevant

Die materielle Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens ist für die Bußgeldsanktion bei unrichtigen oder irreführenden Angaben ohne Bedeutung. Für die Festsetzung des Bußgeldes ist es irrelevant, ob hochkomplexe Ausführungen in der Fusionskontrollanmeldung gemacht werden müssen (z. B. zur Marktabgrenzung oder zu den Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf die Marktstruktur) oder ob man sich in der Fusionskontrollanmeldung auf eine langjährige Praxis der Kartellbehörde berufen kann und die Freigabe von Beginn an evident ist. „Einfach“ gelagerte Zusammenschlussvorhaben dürfen daher nicht zu mangelnder Sorgfalt im Hinblick auf das Fusionskontrollverfahren verleiten.

Fazit

Das Zusammenschlussvorhaben Facebook/WhatsApp hat seinen Platz in den Geschichtsbüchern des Kartellrechts sicher. Es war der Auslöser der Diskussionen um die nun durch die 9. GWB-Novelle eingeführte Transaktionsschwelle für eine fusionskontrollrechtliche Anmeldepflicht in Deutschland. Zudem hat es einen Fokus auf die Wirkungen der Digitalisierung auf Fusionskontrollverfahren gelegt. Nun wird durch die Festsetzung der Geldbuße gegen Facebook wegen unrichtiger bzw. irreführender Angaben ein weiteres Kapitel hinzugefügt. Hier ist das erste Mal auf Grundlage der geltenden EG-Fusionskontrollverordnung für unrichtige bzw. irreführende Angaben eine Geldbuße verhängt worden. Jedoch ergingen bereits auf Grundlage der nicht mehr geltenden EG-Fusionskontrollverordnung von 1989 ähnliche Entscheidungen.

Unternehmen sollten im Rahmen der Erstellung der Fusionskontrollanmeldung und der Beantwortung der Nachfragen der Kartellbehörden größte Sorgfalt walten lassen. Fehler bei der Übermittlung von Angaben an die Kartellbehörden könnten sich als nicht „lässliche“ Sünden erweisen. ■



Martin Cholewa
Rechtsanwalt im Geschäftsbereich
Kartellrecht bei CMS in Stuttgart.
E martin.cholewa@cms-hs.com

Die Mitwirkungsmöglichkeiten von Markenrechtsinhabern im Strafverfahren

Durch Produktpiraterie entstehen Unternehmen Schäden in Milliardenhöhe. Die OECD beziffert den weltweit entstehenden Schaden durch Produktpiraterie auf rund USD 461 Mrd. pro Jahr – Tendenz steigend (vgl. <http://www.oecd.org/industry/global-trade-in-fake-goods-worth-nearly-half-a-trillion-dollars-a-year.htm>). Für Unternehmen, die ihren Umsatz vor allem über den mühselig aufgebauten Markennamen generieren, stellt dies eine bedrohliche Entwicklung dar, die sie nachhaltig auch mit den Mitteln des Strafrechts bekämpfen. Die konsequente Mitwirkung von Markenrechtsinhabern am Strafverfahren kann nicht nur individuell zur Aufklärung beitragen oder generell abschreckend wirken, sondern insbesondere auch zur privilegierten Geltendmachung und Durchsetzung zivilrechtlicher Ansprüche führen. Der vorliegende Beitrag soll einen Überblick über einen erkennbar werdenden Trend geben, sich auch der Mittel des Strafrechts zur Durchsetzung der geschützten Marken zu bedienen.

Einführung

Markenrechtsverletzungen sind strafbar. Das ist nicht neu und dürfte mittlerweile allgemein bekannt sein. Ebenfalls nicht neu sind die vielfältigen Mitwirkungsmöglichkeiten von Markenrechtsinhabern im Strafverfahren. Dabei erfährt das Markenstrafrecht in der Praxis nicht nur von den

Ermittlungsbehörden eine gewisse Zurückhaltung, sondern auch von den Markenrechtsinhabern selbst. Dies mag zum einen daran liegen, dass für die Markenrechtsinhaber vor allem die Geltendmachung ihrer zivilrechtlichen Ansprüche im Vordergrund steht, zum anderen mag es aber auch seinen Ursprung in der mangelnden Erfahrung der Wirtschaftsunternehmen und ihrer Berater mit markenstrafrechtlichen Sachverhalten haben. Dabei sind die Mitwirkungsmöglichkeiten der Markenrechtsinhaber im Strafverfahren vielfältig. Vor allem ist bei der Geltendmachung zivilrechtlicher Ansprüche nicht – wie man etwa intuitiv der Meinung sein könnte – strikt zwischen Zivil- und Strafverfahren zu trennen, denn Rechteinhabern stehen im Strafverfahren nicht konkurrierende, sondern zusätzliche Mittel der Rechtsdurchsetzung zur Verfügung.

Von Markenrechtsverletzungen besonders betroffen sind oftmals Unternehmen aus der Mode- und Elektronikindustrie. Die international agierenden Fälscherringe beschränken sich jedoch nicht auf diese beiden Industriezweige, sondern haben das lukrative Geschäft mit gefälschten Gütern auch im großen Stil auf Arzneimittel und in jüngerer Zeit vermehrt auch auf Lebensmittel ausgeweitet. Für die Fälscherringe und die mit diesen kooperierenden Händler vor Ort hat sich der Handel mit Komplettfälschungen zu einem lukrativen und vor allem hochprofessionalisierendem Geschäft entwickelt.

Mitwirkung an der Strafverfolgung

Die Anzeige einer Straftat führt beim Bestehen eines Anfangsverdachts stets zur Aufnahme von Ermittlungen der Staatsanwaltschaft. Die Mitwirkungsmöglichkeiten von Rechteinhabern beginnen daher bereits vor dem Ermittlungsverfahren und damit noch vor der eigentlichen Tätigkeit der Staatsanwaltschaft selbst. Bei Verdacht von markenrechtsverletzenden Handlungen können Markenrechtsinhaber diesen Verdacht den Ermittlungsbehörden anzeigen und damit das Ermittlungsverfahren ins Rollen bringen.

Es empfiehlt sich dabei, selbst dann einen Antrag auf Strafverfolgung zu stellen, wenn den Ermittlungsbehörden Verdachtsmomente schon bekannt sind und Ermittlungen bereits laufen. Mit der förmlichen Mitteilung, dass das betreffende Ereignis behördlich untersucht und strafrechtlich verfolgt werden soll, entstehen weitere Rechte des Verletzten. Beispielsweise hat die Ermittlungsbehörde nach einer Einstellung des Verfahrens den Verletzten gem. § 171 S. 2 StPO qualifiziert, über die Möglichkeit der Anfechtung zu bescheiden. Diesem steht nach Einstellung des Verfahrens gem. § 172 StPO die Beschwerde und sodann das Klageerzwingungsverfahren zur Verfügung – ein in der Praxis zugegebenermaßen jedoch eher stumpfes Schwert.

Neben der Möglichkeit, das Ermittlungsverfahren in Gang zu setzen, können Markenrechtsinhaber aber

auch bei der Sachverhaltsaufklärung mitwirken. Die ureigene Aufgabe der Staatsanwaltschaft und ihrer Ermittlungsbeamten zur Identifizierung der Täter und Aufklärung der konkreten Tatumstände können die Rechteinhaber zwar nicht übernehmen. Bei der Verifizierung der Markenrechtsverstöße können sie aber die markenrechtswidrigen Objekte selbst oder deren Lichtbilder in Augenschein nehmen und sie auf Echtheit überprüfen und so gemeinsam mit den Ermittlungsbehörden das Strafverfahren vorantreiben.

Markenrechtinhaber können als Verletzte einer Straftat zudem die Nebenklage gem. § 395 StPO erheben. Die vielfältigen in § 397 StPO aufgeführten Verfahrensrechte des Nebenklägers werden für Wirtschaftsunternehmen zumeist zwar nur von untergeordnetem Interesse sein, bei geständigen Angeklagten könnte aber beispielsweise das Fragerecht gem. § 240 Abs. 2 StPO zur weiteren Aufklärung beitragen. Darüber hinaus kann in der Hauptverhandlung der Sitzplatz neben der Staatsanwaltschaft mitunter auch zu einer Erhöhung der Vergleichsbereitschaft der Angeklagten führen.

All dies sind Möglichkeiten, die Strafverfolgungsbehörden aktiv zu unterstützen und die Strafverfolgung zu fördern. Nicht zu unterschätzen sind jedoch vor allem auch die strafrechtlichen Mittel von Markenrechtinhabern, ihre aus der Straftat erwachsenen zivilrechtlichen Ansprüche im Strafverfahren geltend zu machen und durchzusetzen.

Geltendmachung und Durchsetzung zivilrechtlicher Ansprüche

Bereits im Stadium des Ermittlungsverfahrens kann die Möglichkeit eines Täter-Opfer-Ausgleiches für Beschuldigte und Verletzte gleichermaßen interessant sein. Für den Verletzten bedeutet es die Möglichkeit einer zügigen Schadenswiedergutmachung – ohne einen langwierigen Gerichtsprozess anstrengen zu müssen. Für den Beschuldigten hingegen führt der Täter-Opfer-Ausgleich zur Strafmaßreduzierung.

Vielfach unterschätzt wird die Möglichkeit von Verletzten, im Wege des Adhäsionsverfahrens gem. § 403 StPO zivilrechtliche Ansprüche im Strafverfahren geltend zu machen. Das Strafgericht entscheidet dann in seinem Strafurteil über einen zivilrechtlichen Anspruch und verschafft dem Verletzten unmittelbar einen vollstreckbaren Titel. Eines gesonderten zivilrechtlichen Erkenntnisverfahrens bedarf es dann nicht mehr. Auch wenn es zur Ablehnung des Adhäsionsantrages oder zum Freispruch des Angeklagten kommt, ist der Zivilrechtsweg für den Verletzten weiterhin eröffnet. Als Mittel des Strafverfahrens unterliegt das Adhäsionsverfahren zudem – was nicht zu unterschätzen sein sollte – dem strafverfahrensrechtlichen Amtsermittlungsgrundsatz gem. § 244 Abs. 2 StPO. Anders als im Zivilverfahren sichert, erforscht und wertet das Strafgericht damit selbstständig die Beweise aus, vernimmt beispielsweise Zeugen und gibt Gutachten in Auftrag.

Insbesondere im Rahmen der zivilrechtlichen Zwangsvollstreckung bietet das Strafverfahren besondere Möglichkeiten zur Rechtsdurchsetzung. Vielfach sehen sich Markenrechtinhaber mit ihrem (im Wege des Zivil- oder Strafverfahrens erwirkten) Titel der Situation ausgesetzt, dass nach Durchführung der staatsanwaltlichen Sicherungsmaßnahmen keine Vermögenswerte mehr verbleiben, in die sie die Zwangsvollstreckung betreiben können. Im Wege der strafprozessualen Rückgewinnungshilfe ist es dem Verletzten dann aber möglich, privilegiert auf die von der Staatsanwaltschaft im Ermittlungsverfahren gem. § 111 b Abs. 1 StPO gesicherten Vermögenswerte zuzugreifen. Bei gewerblich handelnden Tätern internationaler

Fälschungsringe kann es sich bei den Sicherstellungen mitunter um beträchtliche Vermögenswerte handeln (insbesondere Bargeld, gepfändete Konten und Grundstücke). Aufgrund der durch die Sicherstellung begründeten relativen Unwirksamkeit von Vollstreckungsmaßnahmen Dritter hätte der Verletzte normalerweise keinen unmittelbaren Zugriff auf diese gesicherten Vermögenswerte. Die relative Unwirksamkeit gegenüber dem staatlichen Verfallsanspruch kann jedoch durch Zulassung (§§ 111 g StPO) und Rangrücktritt (§ 111 h StPO) gegenüber dem Verletzten aufgehoben werden. Der Verletzte kann sodann mit seinem vollstreckbaren Titel ungehindert die Zwangsvollstreckung in die gesicherten Vermögenswerte betreiben.

Die Mitwirkungsmöglichkeiten des Markenrechtinhabers sind also vielfältig: von der Mitwirkung bei der Strafverfolgung bis hin zur Durchsetzung zivilrechtlicher Ansprüche im Strafverfahren. Dabei sind sowohl das Adhäsionsverfahren als auch die Rückgewinnungshilfe wirksame und effiziente Mittel, zivilrechtliche Ansprüche aus einer Straftat geltend zu machen und durchzusetzen. Ob diese Möglichkeiten von den Markenrechtinhabern in der Zukunft vermehrt genutzt werden, bleibt abzuwarten. Jedenfalls ist Zurückhaltung im Umgang mit diesen zusätzlichen strafverfahrensrechtlichen Mitteln nicht angebracht. ■



Dr. Ashkan Rahmani
Rechtsanwalt im Geschäftsbereich
Gewerblicher Rechtsschutz bei
CMS in Hamburg.
E ashkan.rahmani@cms-hs.com

Verzögerung auf der Zielgeraden – wann kommt das europäische Einheitspatent?

Noch im März 2017 schien der Start des einheitlichen Patentgerichts (UPC) und damit auch des europäischen Patents mit einheitlicher Wirkung (nachfolgend: europäisches Einheitspatent) zum Greifen nahe. Das Preparatory Committee hatte bereits den Dezember 2017 als voraussichtlichen Starttermin angekündigt, nun aber auf unbestimmte Zeit verschoben. Die Ratifikation des Übereinkommens über die Schaffung des einheitlichen Patentgerichts (UPC) hat sich in Deutschland und dem Vereinigten Königreich überraschend verzögert. Bislang wird noch erwartet, dass das einheitliche Patentgericht (UPC) im Frühjahr 2018 seine Arbeit aufnehmen wird, obwohl das Preparatory Committee dies noch nicht offiziell bestätigt hat.

Der gegenwärtige Stand der Ratifikation

Das europäische Einheitspatent wurde durch die EU-Verordnung Nr. 1257/2012 geschaffen. Damit diese EU-Verordnung in Kraft treten kann, muss das Übereinkommen über die Schaffung des einheitlichen Patentgerichts (UPC) in Kraft treten. Hierfür ist die Ratifikation des Übereinkommens sowie des Privilegien- und Immunitäten-Protokolls (PPI)

durch mindestens 13 Mitgliedsstaaten erforderlich, darunter zwingend Frankreich, das Vereinigte Königreich und Deutschland. Derzeit haben Frankreich und elf weitere Mitgliedsstaaten das gesamte Paket zur Schaffung des einheitlichen Patentgerichts (UPC) ratifiziert. Die Ratifikation in Estland und Slowenien ist zudem weit vorangeschritten. Letztlich nützen diese positiven Entwicklungen jedoch nichts, solange die Ratifikation in Deutschland und dem Vereinigten Königreich nicht abgeschlossen wird.

Ratifikation im Vereinigten Königreich erst nach der Sommerpause

Bedingt durch die überraschend angesetzten Neuwahlen zum Unterhaus kam es im Vereinigten Königreich zu einer weiteren Verzögerung der Ratifikation im Kontext des Brexits. Das britische Unterhaus hat in seiner abschließenden Sitzung der einzig noch ausstehenden Gesetzgebungsmaßnahme, der Ratifikation des PPI, keine Priorität eingeräumt und den erforderlichen Gesetzgebungsprozess nicht fortgesetzt. Entgegen der Hoffnung von Theresa May haben die Neuwahlen am 8. Juni 2017 nicht zu einer stärkeren Mehrheit der Konservativen im Unterhaus, sondern sogar zum Verlust der absoluten Mehrheit geführt. Zwar sind die Konservativen

weiterhin die mit Abstand stärkste Partei. Es gibt bislang auch kein Anzeichen dafür, dass sich die im November 2016 bekundete Absicht zur Ratifikation geändert hat. Dennoch wird die für die Verabschiedung von Gesetzen erforderliche Mehrheit künftig nur unter erschwerten Bedingungen gebildet werden können. Es lässt sich auch nicht ausschließen, dass das Wahlergebnis noch zu personellen Veränderungen in der britischen Regierung oder sogar zu wiederholten Neuwahlen führt. Jedenfalls ist aufgrund der schwierigen Regierungsbildung davon auszugehen, dass die Ratifikation des PPI erst nach der Sommerpause erneut auf den Weg gebracht wird. Wegen der einzuhaltenden Vorlagefristen ist dann eine Verabschiedung wohl erst im Oktober/November 2017 zu erwarten. Schließlich ist nicht auszuschließen, dass die am 19. Juni 2017 aufgenommenen Verhandlungen über den Brexit ebenfalls noch Einfluss auf den Ratifikationsprozess bekommen können.

Verfahren vor dem Bundesverfassungsgericht sorgt auch in Deutschland für Verzögerung

Seit Mitte Juni 2017 ist bekannt, dass das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) den Bundespräsidenten gebeten hat, die bereits vom Bundestag und Bundesrat verabschiedeten

deutschen Umsetzungs- und Ratifikationsgesetze nicht auszufertigen. Hintergrund ist, dass das BVerfG so ausreichend Zeit hat, einen gegen die Gesetze anhängigen Eilantrag zu prüfen. Ob das Gericht eine mündliche Verhandlung ansetzen oder im Beschlussweg entscheiden wird, ist offen. Die Bedeutung der Angelegenheit spricht aber eher für eine mündliche Verhandlung. Eine Entscheidung über den Eilantrag innerhalb der kommenden Monate ist denkbar.

Gegenstand der anhängigen Verfassungsbeschwerde und des korrespondierenden Eilantrags dürften Bedenken gegen die Rechtsstaatlichkeit der Verfahren vor dem Europäischen Patentamt (EPA) sein, das auch für die Erteilung der europäischen Einheitspatente und hiergegen eingelegte Einsprüche zuständig sein wird. Indem die EU-Verordnung zum europäischen Einheitspatent, das Übereinkommen über das einheitliche Patentgericht und die deutschen Ausführungsgesetze an die Organisation des EPA anknüpfen, setzen sie sich derselben verfassungsrechtlichen Kritik aus, die bereits Gegenstand mehrerer Verfassungsbeschwerden gegen Entscheidungen des EPA ist. Von diesen werden noch in diesem Jahr vier vor dem BVerfG verhandelt. Das BVerfG wird sich wahrscheinlich darüber hinaus mit den Implikationen des Brexits für das UPC beschäftigen, die Gegenstand weiterer Verhandlungen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich sein werden.

Dass das EPA als seit Jahrzehnten funktionierende supranationale Einrichtung nicht mit dem Grundgesetz vereinbar sein soll, mag zunächst erstaunen. Die Beschwerdekammern des EPA, zuständig u. a. für Beschwer-

den gegen Entscheidungen der Prüf- und Einspruchsabteilungen, stehen besonders im Fokus der verfassungsrechtlichen Auseinandersetzung. Nach Ansicht der Kritiker stellen diese kein unabhängiges Gericht dar. Der Präsident, der an der Spitze der Verwaltung und des Gerichtsteils des EPA steht, habe personell und sachlich Einfluss auf die Spruchkörper. Entscheidungen des EPA seien damit nicht durch ein unabhängiges Gericht überprüfbar. Bemängelt wird auch, dass ein Patentinhaber, dessen Patent von der Beschwerdekammer widerrufen wird, hiergegen keine weiteren Rechtsschutzmöglichkeiten hat, während gegen den Bestand eines Patents nach dem Einspruchsverfahren noch Nichtigkeitsklagen vor den nationalen Gerichten erhoben werden können. Eine Reform des EPA aus dem letzten Jahr wird von den Kritikern als rein kosmetische Maßnahme gewertet. Zudem bietet der derzeit amtierende Präsident des EPA mit seiner kontroversen Amtsführung Kritikern zusätzliche Angriffsfläche. Einem Beschwerdekammermitglied hat er vor Jahren ein Hausverbot erteilt. Den Eindruck richterlicher Unabhängigkeit erwecken solche Zustände nicht.

Ausblick

Der bisherige Zeitplan für das UPC und das europäische Einheitspatent ist Makulatur. Zu den politisch bedingten Verzögerungen im Vereinigten Königreich sind überraschend die Verfahren vor dem BVerfG hinzugekommen. Die Bitte des BVerfG, die Ausfertigung der Umsetzungsgesetze auszusetzen, lässt erkennen, dass es den gestellten Eilantrag nicht für von vornherein völlig aussichtslos hält. Sollte das BVerfG den Eilantrag in einigen Monaten ablehnen, könnten

Deutschland und das Vereinigte Königreich nach der Sommerpause und den Bundestagswahlen das Abkommen ratifizieren und ein Start des einheitlichen Patentsystems im Frühjahr 2018 wäre denkbar. Sollte hingegen die Ausfertigung der Gesetze bis zu einer Entscheidung in der Hauptsache ausgesetzt werden, würde die daraus resultierende Verzögerung das Projekt ernsthaft gefährden. Die Brexit-Gespräche wären bis dahin eventuell auf ihrem Höhepunkt oder der Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU sogar bereits vollzogen. Ob das politische Klima die Teilnahme des Vereinigten Königreichs dann noch zulässt oder ggf. das Projekt doch noch vor dem Aus steht, ist völlig offen. ■



Dr. Thomas Hirse

Partner im Geschäftsbereich
Gewerblicher Rechtsschutz bei
CMS in Düsseldorf.
E thomas.hirse@cms-hs.com



Paetrick Sakowski

Rechtsanwalt im Geschäftsbereich
Gewerblicher Rechtsschutz bei
CMS in Düsseldorf.
E paetrick.sakowski@cms-hs.com

Kennzeichnung beim Influencer Marketing – Unternehmen und Blogger haften auch bei Eigenkauf des Produkts

Ein verbreiteter Irrglaube in der Influencer Community ist, dass man Produktpräsentationen auf seinen Social-Media-Kanälen nicht als Werbung o.Ä. kennzeichnen müsse, wenn man das Produkt selbst gekauft hat. Das stimmt nicht. Solange der Post klar werblich ist, kommt es nicht darauf an, ob das Produkt vom Unternehmen zur Verfügung gestellt oder selbst erworben wurde.

Kennzeichnungspflichten beim Influencer Marketing oder Native Advertising sind aktuell in aller Munde. Erst langsam setzt sich die Erkenntnis durch, dass Unternehmen und Blogger dann, wenn sie Produkte auf ihren Social-Media-Kanälen werblich präsentieren, ihr Angebot auch als Werbung kennzeichnen müssen. Nach den Vorschriften des Rundfunkstaatsvertrages (§ 58 RStV) gilt dies u. a. dann, wenn der Blogger für seine Tätigkeit ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erhalten hat. Offen ist bislang die Frage, ob der Influencer bei der werblichen Präsentation von Produkten, die er selbst gekauft hat, kennzeichnen muss. Dies ist der Fall.

Zwar ist § 58 RStV i. V. m. § 2 Abs. 2 Nr. 7 RStV in diesem Punkt nicht eindeutig und erwähnt als Voraussetzungen der Kennzeichnungspflicht neben den Fällen, in denen der Blog-

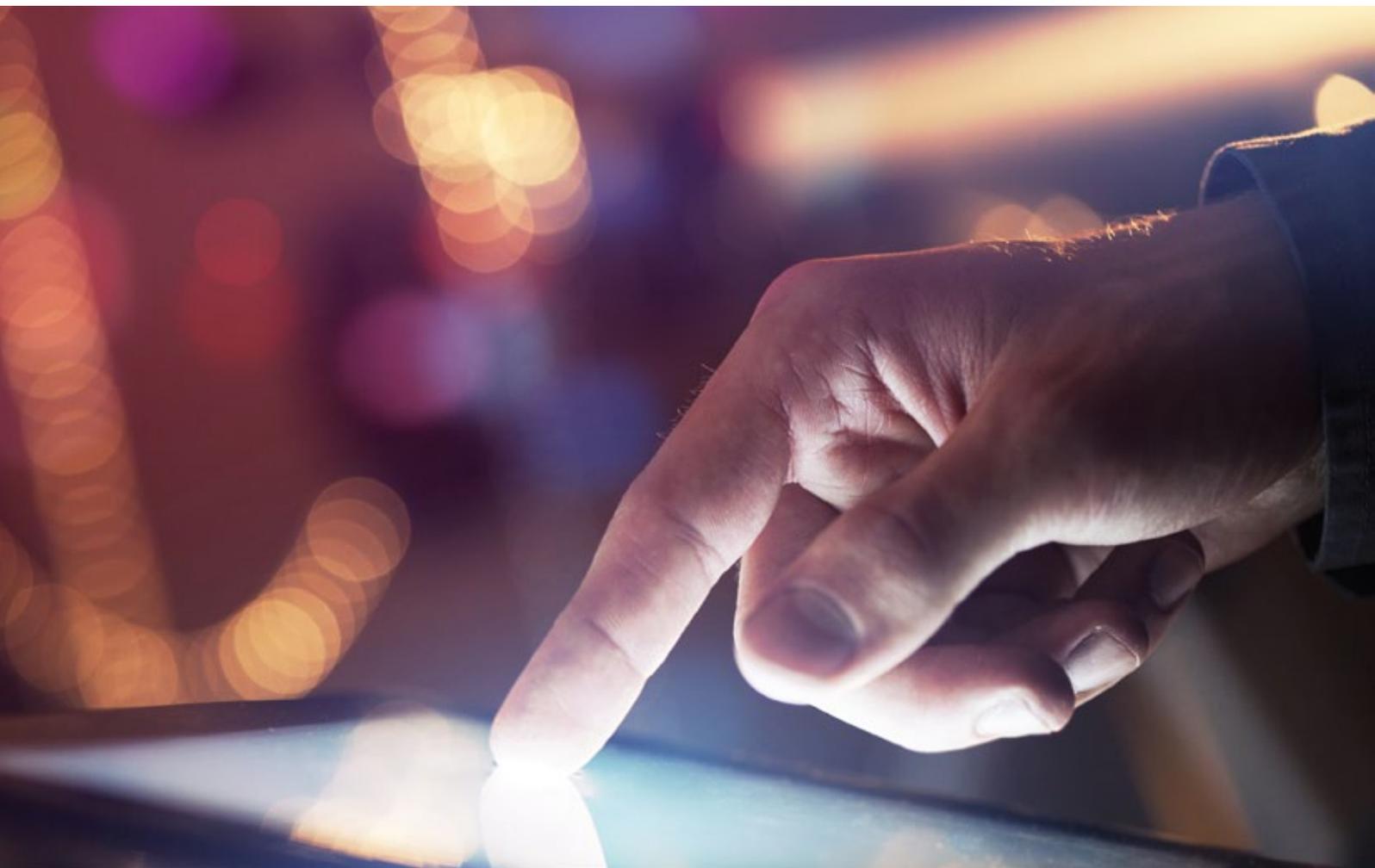
ger ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung (z. B. Testprodukt) vom Unternehmen erhalten hat, den Fall, dass er im Rahmen der unentgeltlichen Eigenwerbung das Produkt präsentiert. Eigenwerbung liegt beim Eigenkauf aber in der Regel nicht vor, weil der Blogger für die Eigenwerbung eigene Produkte bewerben muss. Die kritischen Fälle sind vielmehr die, in denen der Blogger fremde Produkte kauft und diese anschließend werblich in seinem Post erwähnt. Nur dann, wenn der Blogger das fremde Produkt in Zusammenhang mit dem Verkauf des eigenen Produkts oder eigener Dienstleistungen bringt, kann man wohl von Eigenwerbung sprechen, die dann kennzeichnungspflichtig wäre. Beispiel: Die Fitness-Bloggerin stellt eine Hantel vor, die sie zuvor selbst gekauft hat, und weist darauf hin, dass man diese gut bei ihren Trainingsvideos, die man käuflich erwerben kann, verwenden könne. Dies wäre Eigenwerbung, die gekennzeichnet werden müsste.

Aber auch ohne Eigenwerbung kann beim Eigenkauf eine Kennzeichnung notwendig sein. § 58 RStV erfasst nämlich auch Schleichwerbung. Der Post des Bloggers kann Schleichwerbung enthalten, wenn darin Produkte positiv dargestellt werden und die werbliche Absicht nicht gekennzeichnet ist (§ 2 Abs. 2 Nr. 8 RStV). Je höher der werbliche Charakter

des Posts, desto eher wird die werbliche Absicht angenommen. Dies gilt sowohl für Videoblogs als auch konsequenterweise für andere Telemedien, wie z. B. Instagram. Dass das Produkt ohne Veranlassung des Herstellers durch den Blogger selbst gekauft wurde, ist für die Annahme der Schleichwerbung unschädlich. Nach Ansicht des EuGH ist Schleichwerbung auch ohne ein entsprechendes Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung möglich, wenn ansonsten alle Kriterien der Schleichwerbung erfüllt sind (EuGH WRP 2011, 1052 Rn. 34 – ALTER CHANNEL). Bislang allerdings gehen die Landesmedienanstalten, die die Hoheit über den RStV haben, in Fällen des Eigenkaufs – soweit ersichtlich – noch nicht gegen Blogger oder Unternehmen vor und bezeichnen den Eigenkauf sogar in ihren FAQs als unproblematisch.

Selbst wenn das nach dem RStV so sein sollte, gilt dies jedenfalls nicht für § 5a UWG. Die nicht gekennzeichnete Erwähnung selbst gekaufter Produkte kann eine unlautere und somit abmahnfähige Handlung im geschäftlichen Verkehr darstellen. Aktuell mahnen etliche Verbraucherschutzverbände genau diesen Verstoß ab.

Nach § 5a Abs. 6 UWG handelt unlauter, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht



kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Die positive Erwähnung oder Darstellung von Produkten in Posts ist eine geschäftliche Handlung mit kommerziellem Zweck zugunsten eines anderen Unternehmens, wenn sie einen werbenden Inhalt hat und der Absatzförderung dient. Die Erwähnung in einem Blog stellt keinen Umstand dar, aus dem sich der kommerzielle Zweck dem Verbraucher zweifellos aufdrängt. Im Vordergrund der Posts steht aus Sicht des Verbrauchers eine private Meinungsäußerung des Bloggers. Derart getarnte Werbung, also die mangelnde Kennzeichnung des kommerziellen Zwecks, ist

stets geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung (Kauf) zu veranlassen. Die Tarnung von Werbung als private Äußerung ist eine nach § 5 a Abs. 6 UWG unlautere geschäftliche Handlung, weil der kommerzielle Zweck gegenüber dem Verbraucher verschleiert wird. Wer unter dem Deckmantel einer eigenständigen Aussage als Privatperson Werbebotschaften eines Unternehmens verbreitet, betreibt Schleichwerbung. Auch hier ist das Vorliegen eines Entgelts oder einer ähnlichen Gegenleistung vonseiten des Unternehmens keine notwendige Voraussetzung der Schleichwerbung.

Es gilt also Vorsicht bei der werblichen Präsentation von Produkten, die man selbst gekauft hat. Entscheidend ist nicht der Kauf des Produkts oder die Überlassung von Dritten, sondern die Frage, ob die Botschaft, die der

Blogger oder das Unternehmen übermittelt, getarnte Werbung darstellt, also sich als private, scheinbar neutrale Äußerung geriert, obwohl sie tatsächlich Werbung ist. Hierüber muss der Verbraucher aufgeklärt werden, nicht darüber, ob Anlass der Werbung die Zuwendung seitens eines Unternehmens oder ein Eigenkauf des Produkts ist. ■



Dr. Martin Gerecke, M.Jur. (Oxford)

Rechtsanwalt im Geschäftsbereich

Gewerblicher Rechtsschutz bei

CMS in Hamburg.

E martin.gerecke@cms-hs.com

Ungesunde Energie – EuGH zur Unzulässigkeit gesundheitsbezogener Angaben zu Glucose

Nach einer aktuellen Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) können gesundheitsbezogene Angaben auch dann unzulässig sein, wenn sie wissenschaftlichen Tatsachen entsprechen. Aus Sicht des Gerichts können demnach allgemein anerkannte Ernährungs- und Gesundheitsgrundsätze der Zulassung solcher Angaben zuwiderlaufen.

Hintergrund

Dextro Energy, ein deutscher Hersteller von fast vollständig aus Glucose (Traubenzucker) bestehenden Produkten, hatte Ende 2011 beim Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit die Zulassung von fünf gesundheitsbezogenen Angaben, darunter „Glucose wird im Rahmen des normalen Energiestoffwechsels verstoffwechselt“ oder „Glucose unterstützt die körperliche Betätigung“, beantragt. Die für die europaweite Risikobewertung zuständige European Food Safety Authority (EFSA) kam zu dem Ergebnis, dass die beantragten Angaben wissenschaftlichen Tatsachen entsprechen. Man sollte meinen, der erforderlichen Zulassung durch die Kommission hätte danach nichts mehr im Wege gestanden. Allerdings verweigerte diese Anfang 2015 mit Verordnung (EU) 2015/8 die Auf-

nahme der beantragten Angaben in die Liste zugelassener Angaben der Europäischen Union gem. Art. 13 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 (sog. Health-Claims-VO). Dies begründete die Kommission damit, dass die Angaben ein widersprüchliches und verwirrendes Signal an die Verbraucher senden würden, da zum Verzehr von Zucker aufgerufen werde, obwohl nationale und internationale Behörden aufgrund allgemein anerkannter wissenschaftlicher Ernährungs- und Gesundheitsgrundsätze den Verbrauchern eine Verringerung des Verzehrs empfehlen. Die Angaben entsprächen daher nicht Art. 3 Abs. 2 lit. a) Health-Claims-VO, demzufolge keine mehrdeutigen oder irreführenden Angaben verwendet werden dürfen. Daran ändere auch der Umstand nichts, dass die beantragten Health-Claims den wissenschaftlichen Tatsachen entsprächen.

Dextro Energy erhob daraufhin Klage vor dem Europäischen Gericht (im Folgenden: EuG) auf Nichtigerklärung der Verordnung (EU) 2015/8. Gerügt wurden u. a. Verstöße gegen Art. 18 Abs. 4 Health-Claims-VO, den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit und den Grundsatz der Gleichbehandlung.

Das EuG entschied zugunsten der Kommission. Diese sei in ihrer Feststellung rechtsfehlerfrei davon aus-

gegangen, dass die Health-Claims für Glucose irreführend seien. Dextro Energy legte gegen die Entscheidung Rechtsmittel ein. Zur Begründung wird neben den vorgenannten Rügen zudem angeführt, das EuG habe die Ermessensausübung der Kommission vollständig überprüfen müssen.

Entscheidung des EuGH

Der EuGH lehnte das Rechtsmittel ab und bestätigte damit die Entscheidung des EuG: Entgegen der Auffassung von Dextro Energy sei der Kommission in Bereichen, die komplexe politische, wirtschaftliche und soziale Entscheidungen verlangen, generell ein weiterer Ermessensspielraum zu gewähren. Maßstab für die Überprüfung von Entscheidungen der Kommission sei daher auch hier nur das Vorliegen offensichtlicher Ermessensfehler. Solche seien nicht zu erkennen.

Kein Verstoß gegen Art. 18 Abs. 4 Health-Claims-VO

Dextro Energy hatte vor allem mehrere Verstöße gegen Art. 18 Abs. 4 Health-Claims-VO gerügt, die der EuGH überwiegend als offensichtlich unzulässig zurückwies. In Art. 18 Abs. 4 Health-Claims-VO ist das Verfahren im Zulassungsverfahren für gesundheitsbezogene Angaben beschrieben, das sich einem positiven

Votum der EFSA anschließt. Danach entscheidet die Kommission, nachdem sie die Mitgliedsstaaten konsultiert hat, über den Antrag, „wobei sie die Stellungnahme der Behörde, alle einschlägigen Vorschriften des Gemeinschaftsrechts und sonstige für die betreffende Angelegenheit relevante legitime Faktoren berücksichtigt“.

Inhaltlich betont der EuGH, dass eine Angabe nicht schon deshalb zugelassen ist, weil die Angabe wissenschaftlich zutreffend sei. Stattdessen sei auch eine wissenschaftlich erwiesene Angabe stets im Verhältnis zu den sonstigen Zielen der Verordnung zu beurteilen. Das in Erwägungsgrund 18 der Health-Claims-VO zum Ausdruck kommende Gebot, Angaben abzulehnen, die allgemein akzeptierten Ernährungs- und Gesundheitsgrundsätzen zuwiderlaufen oder zum übermäßigen Verzehr eines Lebensmittels verleiten oder diesen gutheißen oder den Verbraucher von vernünftigen Ernährungsgewohnheiten abbringen, sei ein solch legitimes Ziel. Im Hinblick auf den Einwand von Dextro Energy, es sei zu Unrecht unberücksichtigt geblieben, dass sich die in Rede stehenden Angaben auf die Zielgruppe „gut trainierter Männer und Frauen“ beziehe, bestätigt der EuGH zudem, dass die Auffassung des EuG korrekt war: Da die Claims nach Zulassung unterschiedslos für Lebensmittel verwendet werden dürften, die sich an die gesamte Bevölkerung und nicht nur besonders trainierte Teile davon richteten, habe das EuG rechtsfehlerfrei angenommen, dass es nicht nur auf die genannte Zielgruppe ankomme.

Keine Ungleichbehandlung

Zur gerügten vermeintlichen Ungleichbehandlung bestätigt der EuGH, dass eine Ungleichbehandlung vergleichbarer Sachverhalte nicht dargetan worden war. Das EuG hatte die angebliche Vergleichbarkeit von Glucose mit Vitaminen und Mineralstoffen für welche die Angabe, dass diese „zu einem normalen Energiestoffwechsel beitragen“, zugelassen worden war, zurückgewiesen: Im Gegensatz zu Vitaminen und Mineralstoffen, die im Rahmen einer normalen Ernährung nur im begrenzten Maß zur Verfügung stünden, könne Glucose über eine Vielzahl von Lebensmitteln in ausreichendem Maße aufgenommen werden. Auch eine Vergleichbarkeit mit Fructose, für die ebenfalls eine gesundheitsbezogene Angabe zugelassen wurde, besteht nach Auffassung des EuGH nicht: Denn die dortige Angabe beziehe sich nur auf den Ersatz von Glucose und Saccharose in Lebensmitteln durch Fructose, die gegenüber diesen Stoffen zu einer Begrenzung des Anstiegs des Blutzuckergehalts führe. Aufgrund der Zulassung der Angaben zur Fructose stehe gerade nicht, wie hier, die Gefahr eines allgemein erhöhten Zuckerverzehrs im Raume.

Fazit

Der EuGH bestätigt mit seinem Urteil die Sicht von Kommission und EuG, dass es für die Zulassung von gesundheitsbezogenen Angaben nicht ausschließlich auf eine positive Entscheidung der EFSA ankommt. Gesundheitsbezogene Angaben müssen vielmehr auch den allgemeinen Anforderungen der Health-

Claims-VO entsprechen und dürfen den Verbraucher nicht irreführen. Ob dies der Fall ist, hängt letzten Endes davon ab, ob die jeweilige Angabe mit der allgemeinen europäischen Gesundheitspolitik in Einklang steht. Das mag man als Bevormundung empfinden, das Prinzip ist jedoch nicht neu: Bereits im Zusammenhang mit Claims zur Wirkung von Fett auf die normale Aufnahme fettlöslicher Vitamine bzw. von Natrium auf die Beibehaltung der normalen Muskelfunktion hatte die Kommission entgegen den Feststellungen der EFSA, wonach der behauptete kausale Zusammenhang jeweils nachgewiesen worden war, die Zulassung dieser gesundheitsbezogenen Angaben abgelehnt, vgl. Erwägungsgrund 12 VO (EU) 432/2012. ■



Antonia Witschel, LL. M.
Rechtsanwältin im Geschäftsbereich
Gewerblicher Rechtsschutz bei
CMS in Köln.
E antonia.witschel@cms-hs.com

Neues zur Angabe des Grundpreises bei Kosmetikprodukten

Bestimmte kosmetische Mittel dürfen ohne die Angabe des Grundpreises angeboten werden. Das OLG Celle stellt nun klar, dass diese Ausnahme eng auszulegen ist.

Beim Angebot von Waren im Verkehr mit Verbrauchern gilt in vielen Fällen, dass zwei Preise anzugeben sind. Man kennt das aus dem Supermarkt: Neben dem Gesamtpreis inklusive Umsatzsteuer (früher: Endpreis) wird vielfach der Preis pro Mengeneinheit, häufig pro Liter, Kilogramm, pro 100 Milliliter oder Gramm angegeben, der Grundpreis. Zu dessen Angabe ist der Handel nach § 2 der Preisangabenverordnung (PAngV) grundsätzlich verpflichtet.

Von diesem Grundsatz macht das Gesetz eine Ausnahme für bestimmte kosmetische Mittel, über die das Oberlandesgericht (OLG) Celle in einem aktuellen Urteil vom 7. März 2017 (Az. 13 U 158/16) zu entscheiden hatte.

Ausnahme für Kosmetika, die ausschließlich Färbung und Verschönerung dienen

Konkret ging es um ein Haarwuchstumsserum und eine Antifaltencreme, bei denen sich die Frage stellte, ob diese – wie es die Ausnahmeregelung des § 9 Abs. 5 Nr. 2 der Preisangabenverordnung (PAngV) fordert – „ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel dienen“.

Das Gericht kam anders als die Vorinstanz zu dem Schluss, dass die

Ausnahmenvorschrift restriktiv anzuwenden ist und daher nicht auf Produkte anwendbar ist,

- deren Effekt erst nach regelmäßiger Anwendung über einen längeren Zeitraum eintritt,
- deren Wirkung dadurch eintritt, dass sie zunächst körpereigene Funktionen anregen oder
- die (auch) die Pflege von Haut, Haar und Nägeln bezwecken.

Diese Voraussetzungen lägen bezogen auf das Haarserum und die Antifaltencreme nicht vor. Beide beinhalten nach Ansicht des OLG Celle jeweils auch eine pflegende Komponente. Zudem beruhe ihre Wirkung darauf, dass körpereigene Funktionen angeregt würden, und sie sei auch nicht kurzfristig zu erreichen. Die Wirkweise und den Hinweis auf die pflegende Wirkung entnahmen die Richter dabei aus der Produktbeschreibung selbst.

Ausnahmecharakter soll gewahrt bleiben

Das Landgericht Hannover hatte in der Vorinstanz noch vertreten, dass kosmetische Produkte nur dann nicht in den Anwendungsbereich der Ausnahmenvorschrift fallen, wenn sie zur medizinischen Behandlung von krankhaften Zuständen verwendet werden.

Dem tritt das OLG entgegen, indem es darauf verweist, dass die Kosmetika ausschließlich dekorativen und nicht auch pflegenden Zwecken dienen dürfen. Ansonsten würde die Ausnahme zur Regel werden. Dies

erwähnt das Gericht zwar eher nebenbei, gleichwohl kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass der Gedanke ausschlaggebend für die Entscheidung war.

Wann dienen Kosmetika ausschließlich der Färbung oder Verschönerung?

In der Tat kann man sich nun fragen, für welche kosmetischen Produkte die Anwendung des Ausnahmetatbestandes bei restriktiver Auslegung überhaupt noch in Betracht kommt. Schaut man sich in Drogerien um, wird schnell deutlich, dass viele Produkte zumindest nebenbei auch pflegen sollen: In Haarfarbe sind Öle enthalten; in Nagellack Substanzen, um die Nägel zu stärken; und in Lid-schatten pflegende Mineralien. Wenn aber diese Klassiker der Färbung bzw. Verschönerung nicht mehr ausschließlich dieser dienen, welche tun es dann? Und sollte die Norm dann derart restriktiv ausgelegt werden?

Sinn und Zweck – Verbraucherschutz

Das OLG Celle argumentiert damit, dass Hintergrund der Ausnahme sei, dass Verschönerungsmittel, die nur der sofortigen und kurzfristigen Änderung des Erscheinungsbildes dienen – als Beispiel werden Haarfärbemittel genannt –, in der Regel ohne Rücksicht auf die Menge gekauft würden. In diesen Fällen ist die Angabe eines Grundpreises gem. § 2 PAngV überflüssig, da der Verbraucher diesen nicht zum Preisvergleich benötigt.

Demgegenüber komme es dem Verbraucher nach Auffassung des Gerichts bei Pflegeprodukten, die wiederholt angewendet werden müssen, auf die Menge an. Hier würden die Kunden verstärkt auf die typischen Preise achten und diese anhand der Grundpreise vergleichen.

Das Gericht beruft sich dabei auch auf die Vollzugshinweise des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie. In denen werden – nicht abschließend – diverse dekorative kosmetische Mittel, wie beispielsweise Make-up, Bräunungsmittel, Wimperntusche, Eye-Line-, Augenbrauen- und Abdeckstifte, Nagellack, Haarfärbemittel, färbende Lippenstifte und Theaterschminke, genannt. Eben diese Produkte sollen unter die Ausnahmevorschrift fallen. Allein die Produkte Make-up, Schönheitskleie, Gesichtspuder und Eye-Shadow sind dort mit dem Zusatz „wenn nicht auch pflegend“ versehen.

Entscheidung lässt Fragen offen – Grundpreis sollte sicherheitshalber genannt werden

Im konkreten Fall ist die Entscheidung des OLG Celle nachvollziehbar: Die Antifaltencreme dient

eindeutig vornehmlich der Pflege der Haut und auch bei einem Haarwuchsserum kann wohl nicht mehr von einer bloßen Verschönerung gesprochen werden.

Allerdings lassen das vom OLG gewählte Beispiel des Haarfärbemittels und die Liste in den Vollzugshinweisen des Bayerischen Wirtschaftsministeriums den Rechtsanwender ratlos zurück: Nimmt der Verbraucher bei Haarfärbemitteln eher einen Preisvergleich vor, wenn diese auch pflegende Komponenten enthalten? Sind für den Käufer von Produkten wie Bräunungsmitteln und Theaterschminke nicht vielleicht gerade die angebotene Menge und der Preis pro Mengeneinheit relevant? Gibt es überhaupt färbende Lippenstifte, die nicht zumindest auch pflegende Eigenschaften haben, und – wenn ja – benötigt der Verbraucher hier gar deshalb keine Grundpreisangabe, weil er von einem solchen Produkt möglichst wenig erwerben will?

Vor diesem Hintergrund erscheint das Abstellen darauf, ob kosmetische Mittel ausschließlich färbende und verschönernde Eigenschaften haben, nicht sachgerecht. Die Ratio der Norm, dass es dem Verbraucher bei verschönernden Kosmetika weniger

auf den Preis je Mengeneinheit ankommt, ist nicht von der Hand zu weisen.

Es fragt sich jedoch, ob diesem Zweck nicht eine Abgrenzung anhand des schwerpunktmäßigen Anwendungszwecks dienlicher wäre. Angesichts des eindeutigen Wortlauts der Norm und der regelmäßig restriktiven Auslegung durch die Rechtsprechung empfiehlt es sich, bei Kosmetika, die zwar färben oder verschönern, aber auch pflegende Bestandteile enthalten, den sichersten Weg zu wählen und den Grundpreis zu nennen. ■



Antonia Witschel, LL.M.
Rechtsanwältin im Geschäftsbereich
Gewerblicher Rechtsschutz bei
CMS in Köln.
E antonia.witschel@cms-hs.com



Aktuell

Veröffentlichungen

Michael Fricke, „BVerfG: Bildberichterstattung über Moderator Kachelmann auf öffentlicher Straße und im Innenhof einer Kanzlei“, GRUR-Prax 2017, S. 170

Michael Fricke, „Identifizierende Berichterstattung über ‚Panama-Papers‘“, GRUR-Prax 2017, S. 335.

Dr. Martin Gerecke, M.Jur. (Oxford), „Stoppschild für Fake News“, Deutscher AnwaltSpiegel, Ausgabe 10 vom 17. Mai 2017, S. 9

Dr. Martin Gerecke, M.Jur. (Oxford), „German Federal Court of Justice: ‚Freedom of panorama‘ includes non-stationary art“, Law-Now, 30. Mai 2017

Dr. Harald Kahlenberg/Dr. Lena Heim, „Das deutsche Kartellrecht in der Reform: Überblick über die 9. GWB-Novelle“, BB 2017, S. 1.155–1.163

Paetrick Sakowski, „Für Ausstellungsvarianten sind Gesamtpreise anzugeben“, GRUR-Prax 2017, S. 244

Paetrick Sakowski, „Kritik am Wettbewerber: lauterkeitsrechtliche Schranken“, GRUR-Prax 2017, S. 179

Paetrick Sakowski, „Strenge Anforderungen an die Haftung des Geschäftsführers“, GRUR-Prax 2017, S. 167

Paetrick Sakowski, „Unterlassen durch Rückruf – ‚Hot Sox‘ und ‚RESCUE-Produkte‘ und die Folgen“, GRUR-Prax 2017, S. 355

Paetrick Sakowski, „Kennzeichnungspflicht des Händlers für Herstellerangaben aus Gründen der Produktsicherheit“, GWR 2017, S. 123

Paetrick Sakowski, „BGH: Unterlassungspflicht kann Rückruf umfassen“, BB 2017, S. 274–276

Aktuell

Vorträge

Dr. Martin Gerecke, M.Jur. (Oxford), „Panel: Influencer – wandern Reichweite und Werbebudgets wirklich von den klassischen Medien ab?“, Publisher Business Conference Hamburg, 15. Juni 2017

Dr. Martin Gerecke, M.Jur. (Oxford), „Native Advertising und Plattform-Marketing: Legal Update“, New Platform Marketing Konferenz Hamburg, 2. August 2017

Prof. Dr. Gordian N. Hasselblatt, LL. M., „The EU Trademark Law after the Reform“, Universität Warschau, 27. April 2017

Prof. Dr. Gordian N. Hasselblatt, LL. M., „BREXIT – legal consequences for law firms and clients“, World Law Group Conference Lissabon, 30. September 2016

Ilse Rohr (zusammen mit Steve Rommel), „Webinar zum Thema 3D-Druck“, 10. Mai 2017; das Veranstaltungsvideo ist abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=uuUZFKZALYQ>

Impressum

Das Update Gewerblicher Rechtsschutz und Kartellrecht wird verlegt von CMS Hasche Sigle Partnerschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern mbB.

CMS Hasche Sigle | Lennéstraße 7 | 10785 Berlin

Verantwortlich für die fachliche Koordination:

Michael Fricke
CMS Hasche Sigle | Stadthausbrücke 1–3 | 20355 Hamburg

Konstantin Salz

CMS Hasche Sigle | Lennéstraße 7 | 10785 Berlin

C/M/S/ Law-Now™

Law . Tax

Ihr kostenloser juristischer Online-Informationsdienst.

E-Mail-Abodienst für Fachartikel zu vielfältigen juristischen Themen.

cms-lawnow.com

C/M/S/ e-guides

Law . Tax

Ihre juristische Online-Bibliothek.

Profunde internationale Fachrecherche und juristisches Expertenwissen nach Maß.

eguides.cmslegal.com

Dieses Dokument stellt keine Rechtsberatung dar und verfolgt ausschließlich den Zweck, bestimmte Themen anzusprechen. Es erhebt keinen Anspruch auf Richtigkeit oder Vollständigkeit und die in ihm enthaltenen Informationen können eine individuelle Rechtsberatung nicht ersetzen. Sollten Sie weitere Fragen bezüglich der hier angesprochenen oder hinsichtlich anderer rechtlicher Themen haben, so wenden Sie sich bitte an Ihren Ansprechpartner bei CMS Hasche Sigle.

CMS Hasche Sigle ist eine der führenden wirtschaftsberatenden Anwaltssozialitäten. Mehr als 600 Anwälte sind in acht wichtigen Wirtschaftszentren Deutschlands sowie in Brüssel, Hongkong, Moskau, Peking, Shanghai und Teheran für unsere Mandanten tätig. CMS Hasche Sigle ist Mitglied der CMS Legal Services EEIG, einer europäischen wirtschaftlichen Interessenvereinigung zur Koordinierung von unabhängigen Anwaltssozialitäten. CMS EEIG ist nicht für Mandanten tätig. Derartige Leistungen werden ausschließlich von den Mitgliedssozialitäten in den jeweiligen Ländern erbracht. CMS EEIG und deren Mitgliedssozialitäten sind rechtlich eigenständige und unabhängige Einheiten. Keine dieser Einheiten ist dazu berechtigt, im Namen einer anderen Verpflichtungen einzugehen. CMS EEIG und die einzelnen Mitgliedssozialitäten haften jeweils ausschließlich für eigene Handlungen und Unterlassungen. Der Markenname „CMS“ und die Bezeichnung „Sozialität“ können sich auf einzelne oder alle Mitgliedssozialitäten oder deren Büros beziehen.

CMS-Standorte:

Aberdeen, Algier, Amsterdam, Antwerpen, Barcelona, Belgrad, Berlin, Bogotá, Bratislava, Bristol, Brüssel, Budapest, Bukarest, Casablanca, Dubai, Düsseldorf, Edinburgh, Frankfurt/Main, Funchal, Genf, Glasgow, Hamburg, Hongkong, Istanbul, Kiew, Köln, Leipzig, Lima, Lissabon, Ljubljana, London, Luxemburg, Lyon, Madrid, Mailand, Manchester, Maskat, Medellín, Mexiko-Stadt, Monaco, Moskau, München, Paris, Peking, Podgorica, Prag, Reading, Rio de Janeiro, Rom, Santiago de Chile, Sarajevo, Sevilla, Shanghai, Sheffield, Singapur, Sofia, Straßburg, Stuttgart, Teheran, Tirana, Utrecht, Warschau, Wien, Zagreb und Zürich.

CMS Hasche Sigle Partnerschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern mbB, Sitz: Berlin, (AG Charlottenburg, PR 316 B), Liste der Partner: s. Website.

cms.law