

Internet im Spannungsfeld von Wettbewerbs- und Markenrecht: Risiken · Fallstricke · Lösungen

Onlineseminar in Zusammenarbeit mit dem BFD
03.11.2009

Referenten:

RA Wolfgang Wentzel, Dresden

RA Dagmar Schneider, Dresden

Kurzvorstellung

Die Referenten:

Dagmar Schneider und Wolfgang Wentzel beraten im Internet handelnde Unternehmen in den Bereichen des Wettbewerbs, Urheber- und Markenrechts und sind darüber hinaus als Berater des Bundesverbandes Onlinehandel e.V. (BVOH) tätig. Beide sind Vertragsanwälte von it-recht-PLUS.

it-recht-PLUS vermittelt ausgewählte Anwälte, die über besondere Expertise in den Bereichen IT-Recht, Internetrecht, Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht oder Datenschutzrecht verfügen. Des weiteren vergibt das Unternehmen ein Rechtssiegel für anwaltlich geprüfte Internetangebote.

it-recht [+]
www.it-recht-plus.de

onlinehandelsrecht.de
Rechtsanwalt Wolfgang Wentzel
Rechtsanwältin Dagmar Schneider

Wettbewerbs- und Markenrecht im Internet

- Es gibt kein Spannungsfeld „zwischen“ Wettbewerbsrecht und Markenrecht, vielmehr sind beide zentralen Rechtsgebiete Stellvertreter für eine Vielzahl rechtlicher Spannungsfelder rund um (Verkaufs-) Auftritte im Internet.
- Die Fallstricke entsprechen der Normenflut und den häufigen Gesetzesänderungen.
- Das Risiko schlechthin für gewerblich Handelnde im Internet ist das der wettbewerbsrechtlichen (markenrechtlichen) Abmahnung.
- Die Lösung ist die Inanspruchnahme rechtlicher Beratung. Der Fokus von Neueinsteigern richtet sich oft nur auf kaufmännische und steuerrechtliche Aspekte.

Ziel des Seminars

- Das Seminar möchte einige wesentliche Punkte zur Vermeidung von Abmahnungen und deren Folgen ansprechen, ohne eine diesbezügliche Beratung ersetzen zu können (Fallspezifika, Haftung).
- Spezieller Fokus: Die „Homepage“ (Verkaufshomepage, Onlineshop, eBay, Amazon ...) als
 - Vertriebskanal
 - Werbeträger
 - Newsletterversender

I. Der „Normenrichter“ im Onlinerecht

Bürgerliches Kaufrecht und Handelsrecht werden „nach unten enger werdend“ eingeschränkt von

- Fernabsatzrecht
- Verbraucherschutzrecht
- AGB-Recht
- Preisangabenrecht (Grundpreisangabe)
- speziellen Normen für bestimmte Bereiche (Textilkennzeichnung, Batterien, Weißgeräte – Effizienzklassen)

Hinzu kommen Markenrecht, Geschmacksmusterrecht, Gebrauchsmusterrecht und Urheberrecht (Produktfotografien).

II. Grundlagen des Wettbewerbsrechts

- Gesetzlicher Ausgangspunkt: Das UWG
- Grundlagen beim Verkaufen im Internet
- Impressum
- Widerrufsbelehrung
- Pflichtinformationen nach BGB-InfoV

III. Das Impressum

Umfang der Erfüllung der Impressumspflicht:

- Name (Vor- und Zuname, keine Abkürzungen)
- ladungsfähige Anschrift
- Gesellschaftsverhältnisse
- Vertretungsverhältnisse
- Registerangaben
- steuerliche Angaben
- Kommunikation: Telefon, Fax, eMail
- Unterschiede zu anderen Belehrungen:
Das Telefonnummernphänomen

IV. Die Widerrufsbelehrung

- Das derzeit geltende gesetzliche Muster:
Geplante Änderungen per 11.06.2010
- Sonderproblem eBay:
1 Monat Widerrufsfrist
Kein Wertersatz für die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme
Grund: Die grundsätzlich andere Vertragsschlusslogik bei eBay gegenüber dem Onlineshop
- Sonderproblem Wertersatzentscheidung des EuGH:
Was hat der EuGH überhaupt entschieden?
Auswirkungen auf das gesetzliche Muster?
Auswirkungen auf die nationale Rechtsprechung?
- Inpflichtnahme des nationalen Gesetzgebers

V. Pflichtinformationen nach BGB-InfoV

- Definition und Abgrenzung von (sonstigen) allgemeinen Geschäftsbedingungen
- Schier unendlicher Umfang der Pflichtinformationen – Probleme im Umgang mit der BGB-InfoV
- Ein vernünftiger Kanon an Pflichtinformationen und seine Umsetzung
- Die technischen Schritte, die zum Vertragsschluss führen
- WAP-fähigkeit von eBay – Angeboten

VI. Brauche ich AGB? Und wenn ja wie viele?

Ähnlich wie für ein Testament oder einen Ehevertrag gilt auch für AGB die Lehre von der Abweichung vom Gesetz durch Vereinbarung.

- Frage: Was will ich? Wie erreiche (regele) ich es?

Voraussetzungen:

- Dispositives (nachgiebiges) Recht – AGB gegenüber Verbrauchern
- Kein Entgegenstehen zwingenden Rechts
- Regelungsbedürftigkeit
- Regelungseffizienz (Ist die Regelung, dass keine Regelung gilt, eine Regelung?) – 40 EUR Regelung
- Die Legitimität deklarierender Regelung
- Beispiel: AGB: „Es gilt die gesetzliche Gewährleistung“

VII. „Es gilt die gesetzliche Gewährleistung“ und die Werbung mit Selbstverständlichkeiten

- Das Verbot der Werbung mit Selbstverständlichkeiten
- Die notwendige Aussagehöhe von Werbemitteilungen
- Spannungsfeld: Pflichtangabe = verbotene Werbung mit Selbstverständlichkeiten
- Beispiele: „Original“ – aber: „Original Dresdner Christstollen“
CE - Zeichen

Unzumutbare Belästigung, § 7 UWG

- § 7 Abs. 1, 2 UWG regelt die Unzulässigkeit von Werbung. Das Unverlangtsein und die Unerwünschtheit werden gesetzlich vermutet. Deshalb regelt § 7 Abs. 3 UWG, wann Werbung ausnahmsweise nicht unerwünscht und/oder unverlangt ist, nämlich bei Einwilligung.
- Werbung: absatzfördernde Beeinflussung (Manipulation), nicht-individualisiert und massenhaft
- Spam: Unverlangte und/oder unerwünschte Mitteilungen, die häufig werbenden Inhalts sind. Es ist die umgangssprachliche Bezeichnung von dem, was § 7 UWG regelt, nämlich unzumutbare Belästigung durch unerwünschte/unverlangte Werbung.
- unverlangt = ich habe es nicht bestellt
- unerwünscht = ich will es nicht haben

VIII. Reizwort „Newsletter“: Über die Unzulässigkeit von Spam

Was genau ist eigentlich Spam?

Notwendigkeit und Versuch einer Definition

- Die Bewerbung bestimmter entgeltlichen Kaufangebote?
- Die nur ungebetene Zusendung irgendwelchen Informationsmaterials ohne kommerziellen Hintergrund?
- Kundenbetreuung?

In diesem Zusammenhang: kalte und heiße Akquise

- Unter welchen Voraussetzungen sind Kundenanschriften überhaupt noch zulässig?

VIII. Reizwort „Newsletter“: (Gegen)-Beispiele von Spam

- Die Landeshochwasserzentrale (LHZ) sendet an örtlich betroffene Mobilfunkinhaber Hochwasserwarnungen per SMS. Die Provider fühlten sich zur Herausgabe der Daten polizeirechtlich verpflichtet.
- Abwandlung: Die LHZ räumt die Möglichkeit ein, ihr Telefonnummern mitzuteilen, deren Inhaber dann bei Hochwassergefahr eine SMS erhalten.
- Ein Verein zur Warnung vor Abmahngefahren verschickt personalisierte Mails zur individuellen Warnung vor einer Abmahngefahr.

IX. Markenrechtliche Fragestellungen und Urheberrecht

- Reichweite des Markenschutzes
- unautorisierte Parallelimporte
- aktuelle Fallbeispiele
- Produktfotografien
- Produktbeschreibungen
- Kein urheberrechtlicher Schutz von Homepages (BGH)
- aber: wettbewerbsrechtliches Nachahmungsverbot (Hintertürchen UWG)

X. Die Abmahnung und ihre Folgen: Die materielle Berechtigung einer Abmahnung

Die Frage der materiellen Berechtigung einer Abmahnung ist immer eine Frage der Einzelfallprüfung.

- Unlauteres Handeln – Wettbewerbsverstoß
- Abmahnung von Rechtsansichten
- „Fliegender Gerichtsstand“

X. Die Abmahnung und ihre Folgen: Arten von Abmahnungen

- „Gießkannenabmahnung“
- „Schnäppchen WBZ/VZ“
- rechtsgebietsfremde Abmahnung
- aggressive Abmahnungen – vorgefertigter Antrag auf Einstweilige Verfügung
- Der Begriff „Abmahnanwalt“

Die Arten der Einteilung von Abmahnungen:

- nach ihrem Absender
- nach ihrer Anzahl und Streuweite
- natürlich: nach ihrem Inhalt

X. Die Abmahnung und ihre Folgen: „Legitime“ Abmahnungen oder Missbrauch?

- Ursprung des Rechtsmissbrauchsgedanken (Schikaneverbot)
- Umsetzung im UWG und Folge des Rechtsmissbrauchs

Wozu Abmahnungen tatsächlich eingesetzt werden:

- Existenzvernichtung
- Marktverdrängung
- Gewinnerzielung (Vertragsstrafe)

- Problem: Die überaus hohe Hemmschwelle der Rechtsprechung
- Eindämmungsversuche der Rechtsprechung über den Streitwert

X. Die Abmahnung und ihre Folgen: Reaktionsmöglichkeiten

- Unterlassungserklärung (Lizenz zum Gelddrucken)
- modifizierte Unterlassungserklärung (Risiko Vertragsstrafe, Einigungsgebühr)
- Zunahme von Vertragsstrafverfahren und ihre Ursachen
- Das Problem des Verschuldens
- Weitere Reaktionsmöglichkeiten:
 - Gegenabmahnung, negative Feststellungsklage, ...
- Abmahnkaskaden (Die Gegengegenegenabmahnung)
- Die eigentlich zulässige aber dann doch unbegründete negative Feststellungsklage

X. Die Abmahnung und ihre Folgen:

- Das Umgehen mit Prozess- und Kostenrisiko
- Rechtsmissbräuchlichkeit (Unzulässigkeit der Anspruchsdurchsetzung) und Regressmöglichkeiten
 - Restitutionsklage
 - Schadensersatz
 - Folgen der Rechtsmissbräuchlichkeit für den Umfang der Haftung
- Unterlassungserklärung, wann überhaupt noch?
 - Marken- und Urheberrecht
 - Die vorbeugende Unterlassungserklärung

Résumé

- Nur die präventive rechtliche Beratung schützt Sie vor wettbewerbs- oder markenrechtlichen Abmahnungen und deren Folgen.
- Je intensiver Sie das Internet für vertriebliche und werbliche Aktivitäten nutzen, umso mehr rücken Sie in den Fokus des Wettbewerbs.
- Sie profitieren doppelt davon, wenn Sie rechtlich auf der sicheren Seite sind: Sie handeln rechtmäßig und tragen dazu bei, dass Wettbewerb mit fairen Mitteln des Marktes ausgetragen wird.

Sind Sie sicher, dass Ihr Internetauftritt rechtssicher ist?

Falls nicht, bietet it-recht-PLUS den Seminarteilnehmern an, ihren Internetauftritt kostenfrei von seinen spezialisierten Vertragsanwälten analysieren zu lassen.

Kontaktieren Sie uns:

it-recht-PLUS

Altenkessler Str. 17 / B4

66115 Saarbrücken

Tel. 0681-959 17 87

Fax. 0681-959 17 88

E-Mail: info@it-recht-plus.de

www.it-recht-plus.de

it-recht [+]
www.it-recht-plus.de

onlinehandelsrecht.de

[Rechtsanwalt Wolfgang Wentzel](#)
[Rechtsanwältin Dagmar Schneider](#)

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Dagmar Schneider und Wolfgang Wentzel
Rechtsanwälte in Bürogemeinschaft

Altkleinzschachwitz 3

D - 01259 Dresden

Tel. +49 351 20 25 08 40

Fax +49 351 20 25 08 46

ra.wentzel@onlinehandelsrecht.de

ra.schneider@onlinehandelsrecht.de

www.onlinehandelsrecht.de

it-recht [+]
www.it-recht-plus.de

onlinehandelsrecht.de

[Rechtsanwalt Wolfgang Wentzel](#)
[Rechtsanwältin Dagmar Schneider](#)