

Abmahnung Marke

Bei Markenrechtsverletzungen sind Abmahnungen sehr wichtig. Abmahnungen sollen auch im Markenrecht gerichtliche Auseinandersetzungen verhindern. Viele Streitigkeiten um Marken werden in der Praxis auch ohne Gerichtsverfahren geklärt. Da häufig nur schwer voraussehbar ist, ob ein Gericht auch wirklich eine Markenverletzung sieht, vermeidet eine Abmahnung, die zu einer Unterlassungserklärung des Abgemahnten oder zu einer außergerichtlichen Einigung führt, unnötige Risiken.

Allerdings lassen sich wirtschaftlich schwache Abgemahnte - wegen der hohen Streitwerte und des hohen Kostenrisikos von Gerichtsverfahren im Markenstreit - häufig von einer Abmahnung einschüchtern und geben vorschnell eine Unterlassungserklärung ab.

Wegen der schwer kalkulierbaren Folgen einer Unterlassungserklärung sollte aber jede Abmahnung sorgfältig geprüft werden, ob wirklich eine Markenrechtsverletzung denkbar ist und ob es nicht Alternativen zur geforderten Unterlassungserklärung gibt. Eine Markenverletzung kann ausgeschlossen sein, wenn überhaupt kein Handeln im geschäftlichen Verkehr vorliegt (§ 14 Abs. 2 MarkenG), eine Marke als beschreibende Angabe genutzt wird (§ 23 MarkenG), die Rechte an der Marke erschöpft sind (§ 24 MarkenG) oder markenrechtliche Ansprüche wegen Nichtbenutzung der Marke ausgeschlossen sind (§ 25 MarkenG).

Hilfe vom Anwalt bei Abmahnung Marke

- Beratung und Vertretung nach Erhalt einer Abmahnung, zu Unterlassungserklärung, Schadensersatz und Auskunft
- Prüfung, ob eine Markenrechtsverletzung vorliegt und ob der Abmahner berechtigt ist
- Beratung und Vertretung von Markeninhabern bei Verletzung ihrer Marke

FAQ - Häufige Fragen bei Abmahnungen im Markenrecht

1. Wann verletzt eine Domain eine Marke?

Wird für eine gewerbliche Domain ein Begriff gewählt, der als Marke geschützt ist oder mit dieser Marke verwechselt werden kann, kann dies eine Markenrechtsverletzung sein.

Eine Markenverletzung führt dann zu Unterlassungsansprüchen, zumindest für bestimmte Nutzungen der Domain, Schadensersatz- und Auskunftsansprüchen. Schwerer durchsetzbar ist

eine Löschung oder Freigabe einer Domain. Die Löschung einer Domain kann man nur verlangen, wenn jede denkbare Nutzung eine Markenrechtsverletzung ist. Da häufig nur bestimmte Inhalte auf der Domain zu einer Markenrechtsverletzung führen, ist eine Löschung einer Domain, die sich nur auf Markenrecht stützt, die Ausnahme.

2. Wie hoch sind die Kosten der Abmahnung wegen Markenrechtsverletzung?

Abmahnungen aus einer Marke werden normalerweise durch Anwälte ausgesprochen. Ist eine Abmahnung wegen einer Markenrechtsverletzung berechtigt, können auch die für den Anwalt entstandenen Kosten verlangt werden.

Erstattet werden müssen nur Kosten, die sich aus den gesetzlichen Gebühren aus dem Gegenstandswert ergeben. Der Gegenstandswert (der dem Streitwert im gerichtlichen Verfahren entspricht) ist in „normalen“ Markensachen 50.000 Euro. Bei bekannten Marken können die Werte aber viel höher sein.

Für eine Abmahnung entstehen bei normalem Aufwand und einem Gegenstandswert von 50.000 Euro Anwaltskosten von 1531,90 Euro (Vergütung 1511,90 Euro und 20 Euro Auslagenpauschale – die darauf entfallende Mehrwertsteuer kann wegen des Vorsteuerabzugs nicht vom Abgemahnten gefordert werden).

3. Ist die Verwendung von Marken für Satire oder Kritik erlaubt?

Wird eine Marke erkennbar nicht als Herkunftshinweis verwendet, weil sie in satirischer Weise oder in kritischer Auseinandersetzung mit der Marke genutzt wird, ist dies keine kennzeichenmäßige Verwendung der Marke. Eine solche Markennennung führt nicht zu einer Verwechslungsgefahr.

Allerdings wird eine solche Markennutzung immer nur eine bekannte Marke betreffen, sonst würde die Satire oder Kritik niemand verstehen. Und bei bekannten Marken ist auch deren Wertschätzung geschützt. Fraglich ist bei einer solchen Markennutzung immer, ob etwa der Rechtfertigungsgrund der Meinungs- und Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Grundgesetz besteht.

Der Inhaber der bekannten Marke „Milka“ und der eingetragene Farbmarke „Lila“ konnte sich beispielsweise nicht gegen den Verkäufer einer Postkarte, mit der Aufschrift „Muh!“ auf einer violetten Grundfarbe durchsetzen. Der BGH (Urteil vom 03.02.05, Az.: I ZR 159/02) bejahte

GRUNDMANN HÄNTZSCHEL URHEBERRECHT

Gustav-Adolf-Straße 17
04105 Leipzig
Telefon: 0341/2 15 39 46
Telefax: 0341/2 15 39 84
post@hgra.de
www.hgra.de

zwar eine Markenverletzung, diese war aber wegen der Kunstfreiheit nach Art. 5 Abs. 3 GG erlaubt. Die Kunstfreiheit schützt damit auch eine kommerziell vertriebene Postkarte, in der die Eindrücke des Künstlers von bekannten Marken und deren Werbung mit Kühen (lila Milka-Kuh) humorvoll-satirisch aufgegriffen werden.

In einem neuen Urteil des Bundesgerichtshofs zum Markenschutz vom 02.04.2015, AZ I ZR 59/13, Pudel ./ PUMA, hat das Gericht bekräftigt, dass es zwar zulässig ist, eine bekannte Marke satirisch nachzuahmen, aber unzulässig ist, die satirische Version der bekannten Marke als eigenständige Marke eintragen zu lassen.

Hintergrund des Gerichtsstreits war Anmeldung einer Marke für die Darstellung eines Designers, in der die bekannte Marke PUMA als springenden Pudel dargestellt.

Diese neue Marke mit dem Pudel muss gelöscht werden. Erlaubt ist aber weiter der Vertrieb von Merchandise-Artikeln, die die Satire der Marke PUMA in Pudelform tragen.

Eine solche Markennutzung ist aber jedenfalls verboten, wenn es ausschließlich um eine Diffamierung der Marke geht, eine sogenannte „Schmähkritik“. Ein schönes Beispiel dafür ist „DEUTSCHE PEST“ als Beschriftung an einem gelben Transporter als Anlehnung an das Kennzeichen „Deutsche Post“. Das war rechtswidrig nach einer Entscheidung des Landgerichts Hamburg vom 27.10.1999 - 315 O 423/99.