



C&P NEWSLETTER

Juni 2012

Cöster & Partner informieren Sie über aktuelle Entwicklungen im E-Commerce und bei den „brand“-Domains sowie über aktuelle Entscheidungen im Wettbewerbsrecht und Patentrecht.

INHALT

- **E-Commerce**.....Seite 2
Wichtige Info für Online-Shop-Betreiber: Ab 01.08.2012
gilt die sog. Button-Lösung
- **Wettbewerbsrecht**.....Seite 5
Eine Nummer für alle Fälle – aber nicht für Werbung
- **Patentrecht**.....Seite 6
Transrapid-Strecke in Shanghai
Verletzung eines deutschen Patents durch Ingenieur-
Dienstleistungen in Deutschland und Produktion im Ausland?
- **Domainrecht**.....Seite 9
Neue Entwicklungen zur „brand“-Domain
- **Aus unserer Kanzlei**.....Seite 9
Lexikon IT-Recht 2012
unter der Mitarbeit von Frau Dr. Kropp erschienen
- **Impressum und Hinweise**.....Seite 10



Dr. Renate Kropp

Rechtsanwältin und
Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz

Wichtige Info für Online-Shop-Betreiber:

Ab 1. August 2012 gelten erweiterte Informationspflichten im Online-Shop und die sog. „Button“-Lösung.

Am 01.08.2012 tritt das „Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuches zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr und zur Änderung des Wohnungseigentumsgesetzes“ in Kraft. Hinter dieser langen Gesetzesbezeichnung verbirgt sich ein Gesetz, das Verbraucher insbesondere vor „Abo-Fallen“ im Internet schützen soll, aber auch generelle Beachtung bei Betreibern von Online-Shops erfordert, da es für diese die bereits bestehenden Informationspflichten ausweitet.

Änderungen durch das Gesetz

Für Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr sind bereits umfangreiche Informationspflichten gesetzlich normiert. Diese Informationspflichten werden durch den neuen § 312g Abs. 2 BGB erweitert. Der Verbraucher muss nun unmittelbar vor Abgabe seiner kostenpflichtigen Bestellung klar, verständlich und in hervorgehobener Weise über die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung, die Mindestlaufzeit des Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt

hat, den Gesamtpreis einschließlich aller Preisbestandteile und Steuern sowie Versand- und sonstige Kosten informiert werden.

Die zweite neue Regelung ist die Einführung einer Schaltfläche, die die Kostenpflicht des Angebots vor Auslösen der Bestellung klar erkennen lassen muss (sog. **Button-Lösung**).

Die erweiterten Informationspflichten

Unmittelbar vor der Abgabe der Erklärung, die Waren oder Dienstleistungen kostenpflichtig erwerben zu wollen, müssen dem Verbraucher künftig - zusätzlich zu den bereits bestehenden Informationspflichten - klar, verständlich und in hervorgehobener Weise folgende Informationen zur Verfügung gestellt werden:

- **Produktbeschreibung:** Hierunter fallen alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung. Dabei dürfte eine bloße Artikelkurzbezeichnung, wie sie bisher häufig in Online-Shops in der Bestellübersicht erfolgt ist, wohl nicht mehr ausreichen. Es muss hier vielmehr die Artikelbeschreibung wiedergegeben

werden. Unklar ist, ob ein Link auf den jeweiligen Artikel im Shop ausreichend ist, um dieser Pflicht nachzukommen. Sicherer ist es in jedem Fall, die Artikelbeschreibung in der Bestellübersicht unmittelbar wiederzugeben.

- **Mindestlaufzeit:** Handelt es sich bei dem Angebot um einen Vertrag mit einer dauernden oder wiederkehrenden Leistung (z. B. Softwaremiete, kostenpflichtige Anzeigenportale, Zeitungs-Abo), so muss die Mindestlaufzeit des Vertrages in der Bestellübersicht angegeben werden.
- **Gesamtpreis:** Bei der Angabe des Gesamtpreises muss nun zwingend ein Hinweis auf die im Preis enthaltene Mehrwertsteuer erfolgen.
- **Versand- und sonstige Kosten:** Auch die Versand- und etwaige Zusatzkosten müssen in der Bestellübersicht zwingend angegeben werden. Bei einem Versand in das EU-Ausland muss der Verbraucher nun auch darauf hingewiesen werden, dass für ihn weitere Zölle, Steuern und Gebühren anfallen können, die er an die im Lieferland zuständigen Behörden zahlen muss.

Alle diese Informationen müssen zum Schluss eines Bestellvorgangs in räumlicher Nähe zur Schaltfläche, mit welcher der Bestellvorgang abgeschlossen wird, wiedergegeben werden. Auch wenn diese Informationen bereits am Beginn oder im Verlauf des Bestellvorgangs erfolgt sind, so müssen diese nochmals zusammengefasst werden. Es empfiehlt sich, die Bestellübersicht so zu gestalten, dass die

Informationen stets vor der Schaltfläche, mit welcher die Bestellung abgeschlossen wird, wiedergegeben werden und diese möglichst ohne Scrollen auf dem Bildschirm erscheinen. Die Zusammenfassung in einem gesondert herunterladbaren Dokument oder durch Betätigen eines Links ist nicht ausreichend.

Die meisten der bisherigen Online-Shops werden diese Anforderungen, insbesondere was die Artikelbeschreibung betrifft, gegenwärtig noch nicht erfüllen, so dass hier dringender Handlungsbedarf besteht. Die erweiterten Informationspflichten gelten auch für Angebote auf Auktionsplattformen oder bei Apps für mobile Geräte.

Die Button-Lösung

Um dem Verbraucher klar vor Augen zu führen, dass er einen kostenpflichtigen Vorgang auslöst, schreibt das neue Gesetz auch vor, dass die Schaltfläche zur Abgabe der Bestellung mit den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer anderen entsprechend eindeutigen Formulierung versehen sein muss. Statt „zahlungspflichtig bestellen“ können auch die Formulierungen „kostenpflichtig bestellen“, „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“ und „kaufen“ verwendet werden. Bei Auktionsplattformen kann „Gebot abgeben“ und „Gebot bestätigen“ weiter genutzt werden.

Nicht ausreichend sind die Angaben „Anmeldung“, „weiter“, „bestellen“ oder „Bestellung abgeben“.

Dieser „Kaufen“-Button muss in dem Online-Angebot so platziert sein, dass der Verbraucher diesen erst betätigen kann, wenn er zuvor alle Informationen, die nach der neuen Regelung in der Bestellübersicht enthalten sein müssen (siehe oben) zur Kenntnis genommen hat. Der „Kaufen“-Button schließt also auch räumlich die Bestellung ab.

Folgen bei Nichtbeachtung der neuen Bestimmungen

Werden die erweiterten Informationspflichten nicht erfüllt oder die Button-Lösung nicht umgesetzt, so drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen von Wettbewerbern, Wettbewerbsverbänden oder Verbraucherschutzorganisationen.

Ist der Button nicht richtig beschriftet, führt dies auch dazu, dass mit dem Verbraucher kein wirksamer Vertrag zustande kommt und der Händler vom Verbraucher kein Entgelt verlangen kann. Der Händler ist dann aber auch nicht verpflichtet, die Ware zu liefern und er kann bereits gelieferte Ware zurückverlangen. Es ist jedoch fraglich, ob diese nach dem deutschen

Recht gegebene Rechtsfolge, dass der Händler nicht liefern muss, mit EU-Recht konform ist. Die EU-Richtlinie zum Verbraucherschutz sieht vielmehr vor, dass nur der Verbraucher nicht an den Vertrag gebunden ist. Diese Richtlinie muss zwar erst bis Ende 2013 vom deutschen Gesetzgeber umgesetzt werden, es wird jedoch vertreten, dass diese bereits zur Auslegung des neuen Gesetzes herangezogen werden muss. Damit wäre der Händler zur Lieferung verpflichtet, ohne einen Anspruch auf das Entgelt zu haben.

Mit der Umsetzung der neuen Bestimmungen sollte bereits jetzt begonnen werden, um ab dem 1. August 2012 über einen rechtskonformen Online-Shop zu verfügen. Bei Fragen zu diesem Thema oder einer Prüfung Ihres Shops stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

© Dr. Renate Kropp, Rechtsanwältin und Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz



Maria Höfler

Rechtsanwältin

Eine "Nummer für alle Fälle" - aber nicht für Werbung

Es ist mittlerweile gängige Praxis von Kfz-Werkstätten, ihre Kunden anzurufen, nachdem diese ihr Auto dort reparieren haben lassen. Durch diese Anrufe sollen die Kunden nach ihrer Zufriedenheit mit den Serviceleistungen der Werkstatt befragt werden.

Obwohl in solchen Anrufen "nur" die Kundenzufriedenheit abgefragt wird, ist darin eine Werbung durch das Unternehmen zu sehen, urteilte das OLG Köln (WRP 2012, 725 "Telefonische Kundenzufriedenheitsabfrage"). Die Frage nach der Zufriedenheit vermittelt dem Kunden nämlich den Eindruck, der Unternehmer bemühe sich auch nach Abschluß des Geschäftes weiter um ihn, so daß das Gespräch gleichzeitig der Absatzförderung des Unternehmens dient.

© Maria Höfler, Rechtsanwältin

Für Werbeanrufe ist aber gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG eine ausdrückliche Einwilligung des Adressaten erforderlich. Ohne diese sind Werbeanrufe unzulässig. Gibt der Kunde seine Telefonnummer an, nachdem das Unternehmen ihn darum "für den Fall der Fälle" gebeten hat, stellt dies keine wirksame Einwilligung dar. Die Überlassung der Handynummer diene in diesem Fall erkennbar nur dem Zweck, den Kunden vor und während der Reparatur für Rückfragen, welche die Reparatur selbst betreffen, erreichen zu können.

Unternehmer sollten also unbedingt eine schriftliche Einwilligung ihrer Kunden einholen, die sie zu Werbeanrufen berechtigt, auch wenn man die Kunden nur nach ihrer Zufriedenheit befragen möchte. Anderenfalls drohen Abmahnungen von Konkurrenten oder Verbraucherverbänden.



Dr. Enno Cöster

Rechtsanwalt und
Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz

Transrapid-Strecke in Shanghai

Verletzung eines deutschen Patents durch Ingenieur-Dienstleistungen in Deutschland und Produktion im Ausland?



Sachverhalt:

Im Juli 2000 besuchten der chinesische Ministerpräsident und der Oberbürgermeister der Stadt Shanghai während ihres Deutschlandaufenthaltes die Transrapid-Versuchsanlage im Emsland. Dort ist für die Magnetschwebbahn (Transrapid) eine Versuchsstre-

cke aufgebaut. Die Fahrstrecke ist aufgeständert auf Trägern, die im wesentlichen aus Beton und Stahl bestehen. In der Bundesrepublik Deutschland war bekanntlich einmal geplant, eine solche Magnetschwebbahn, welche die Höchstgeschwindigkeit von 400 km/h

erreichen kann, zwischen Hamburg und Berlin zu bauen. Dazu kam es jedoch nicht, und auch die geplante Magnetschwebebahn zwischen München-Hbf und München-Flughafen wurde aus finanziellen Gründen nicht gebaut.

Dennoch interessierte sich die chinesische Delegation für die deutsche Transrapid-Technik, und die chinesische Seite entschloß sich zum Bau dieses aus Stahl und Beton bestehenden Fahrwegs für die etwa 35 km lange Transrapid-Strecke Pudong-Airport - Longyang Road Station in Shanghai. Diese Strecke wurde gebaut in den Jahren 2001/2002. Der Bau erfolgte durch die chinesische Seite, jedoch mit technischer Unterstützung eines deutschen Unternehmenskonsortiums, dabei war federführend eine deutsche Bauunternehmung, welche umfangreiche Erfahrung im Betonbau und Stahlbau besitzt und jetzt von unserer Kanzlei vertreten wurde. Der Beitrag der Bauunternehmung zu der Transrapid-Strecke in Shanghai bestand im we-

sentlichen in der Zurverfügungstellung von Know-how und in der Schulung von chinesischen Ingenieuren und Arbeitern.

Seit dem Frühjahr 2010 machte eine Ingenieurgesellschaft gegen unsere Mandantin Schadensersatz wegen angeblicher Verletzung ihres deutschen Patents geltend, welches auf die Ausgestaltung des Magnetschwebebahn-Fahrwegträgers gerichtet war. Dieser Patentschutz bestand nur in Deutschland und nicht in China. Es kam daher darauf an, ob die Wissensvermittlung und Schulungsleistungen ein das deutsche Patent verletzendes "Anbieten" oder "Herstellen" der in China gebauten Fahrwegträger darstellten (§ 9 Nr. 1 PatG). Die Ingenieurgesellschaft verlangte zunächst einen siebenstelligen Schadensersatzbetrag und klagte dann bei dem LG Düsseldorf auf Zahlung eines Betrages von € 500.000,- wegen angeblicher Verletzung ihres deutschen Patents durch die deutsche Bauunternehmung.



Rechtslage:

Grundsätzlich kann ein deutsches Patent verletzt sein, wenn zwar die Produktion des patentgeschützten Gegenstandes im Ausland erfolgt, jedoch maßgebliche Handlungen zur Unterstützung der ausländischen Herstellung in Deutschland erfolgen. Der Inhaber eines deutschen Patents ist exklusiv berechtigt, den Gegenstand des Patents in Deutschland herzustellen oder anzubieten, und es stellte sich die Frage, ob ein solches inländisches "Herstellen" oder "Anbieten" vorliegt, wenn eine Unterstützung des in Shanghai gebauten Transrapid-Fahrwegs von Deutschland aus stattfindet. Ein patentverletzendes "Anbieten" setzt nicht voraus, daß das betreffende Erzeugnis (der Fahrweg für die Magnetschwebebahn in Shanghai) im Zeitpunkt des Angebots bereits körperlich existiert oder sich im Schutzbereich des Patents(in Deutschland) befindet. Ein "Anbieten" von Deutschland aus und damit eine Verletzung des deutschen Patents wäre durchaus in Betracht gekommen, wenn die deutsche Bauunternehmung angeboten hätte, von Deutschland aus den Fahrweg zu bauen. Dies hätte theoretisch durch Lieferung von vorgefertigten Bauteilen nach China erfolgen können oder auch dadurch, daß die deutsche Bauunterneh-

mung die maßgebliche Regie des Bauvorhabens in Shanghai durchgeführt hätte. Beides war vorliegend nicht der Fall. Die Fahrwegträger und der gesamte Fahrweg in Shanghai wurden ausschließlich von chinesischer Seite hergestellt. Das deutsche Bauunternehmen stellte lediglich Konstruktionsunterlagen und sein Know-how zur Verfügung, indem u. a. chinesische Ingenieure in Deutschland geschult wurden. Darin lag kein "Anbieten" eines patentverletzenden Erzeugnisses, weil nur Wissen und Konstruktionsunterlagen weitergegeben wurden.

Dementsprechend lag auch kein "Herstellen" eines patentverletzenden Erzeugnisses im Sinne von § 9 PatG vor. Auch die Prüfung des fertigen Fahrwegs oblag der chinesischen Seite, so daß auch hier kein Ansatz zu einer Schlußfolgerung bestand, die deutsche Bauunternehmung habe ein patentverletzendes Erzeugnis "hergestellt".

Die Klage gegen die von unserer Kanzlei vertretene Bauunternehmung wurde also in vollem Umfang abgewiesen, und das diesbezügliche Urteil des LG Düsseldorf ist soeben rechtskräftig geworden.

© Dr. Enno Cöster, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz
Bilder mit freundlicher Genehmigung der Max Bögl Bauunternehmung GmbH & Co. KG, Sengenthal



Dr. Renate Kropp

Rechtsanwältin und
Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz

Neues von der „.brand“-Domain

Am 13. Juni wurde nun der Schleier gelüftet und die Bewerbungen um die neuen „.brand“-Domains bekannt gegeben. Es kann nun jeder Markeninhaber anhand der von der ICANN veröffentlichten Liste prüfen, ob eine der Domains des Bewerbungsverfahrens seine Markenrechte verletzt.

Bei einer festgestellten Markenverletzung kann nun bis zum **13.01.2013** bei der WIPO ein Schiedsverfahren eingeleitet werden.

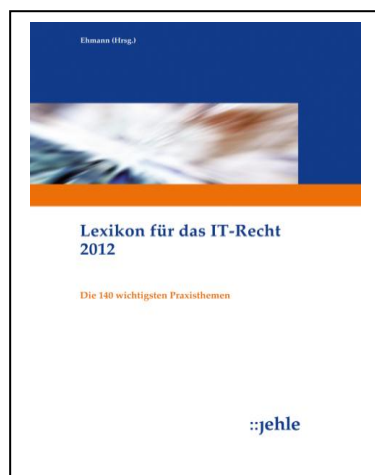
Auch das **Trademark Clearing House** wurde von ICANN zwischenzeitlich benannt. Es handelt sich um einen Zusammenschluß von Deloitte und IBM. Wann Marken bei dem Trademark Clearing House hinterlegt werden können und welche Kosten dadurch entstehen, steht jedoch noch nicht fest.

Nach den ersten Veröffentlichungen der ICANN bleibt es jedoch dabei, daß nur Wortmarken berücksichtigt werden können.

© Dr. Renate Kropp, Rechtsanwältin und Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz

AUS UNSERER KANZLEI

Lexikon für das IT-Recht 2012 unter Mitarbeit von Frau Dr. Kropp erschienen



Das Lexikon für das IT-Recht 2012, in welchem Frau Dr. Kropp die marken- und geschmacksmusterrechtlichen Themen bearbeitet, ist soeben im Verlag Hütting Jehle Rehm erschienen. Es behandelt die 140 wichtigsten Praxisthemen des IT-Rechts und bietet für Geschäftsführer, EDV-Verantwortliche und IT-Verantwortliche schnelle und präzise Basisinformationen.

Das Buch kann im Buchhandel zu einem Preis von € 39,95 erworben werden.

Dieser Newsletter wird herausgegeben von

Cöster & Partner
Rechtsanwälte
Theodorstr. 9
90489 Nürnberg

Tel.: 0911 / 53 00 670
Fax: 0911 / 53 00 67 53
info@coester-partner.de
www.coester-partner.de

V.i.S.d.P.: Dr. Enno Cöster

Dieser Newsletter ersetzt keine rechtliche Beratung im Einzelfall. Die Angaben dienen ausschließlich der allgemeinen Information. Für Ihre konkreten Fragen stehen wir Ihnen gerne persönlich zur Verfügung.

Sofern Sie den Newsletter künftig per E-Mail wünschen, teilen Sie uns dies bitte unter info@coester-partner.de mit. Falls Sie den Newsletter nicht mehr erhalten möchten, erbitten wir Ihren Hinweis.