



# C&P NEWSLETTER

## November 2013

In diesem Newsletter stellen wir Ihnen unsere Kollegin und frischgebackene Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz, Frau Rechtsanwältin Höfler, vor. Weiter warnen wir vor einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnfalle und erläutern die Unterschiede zwischen einem einstweiligen Verfügungsverfahren und dem regulären Klageverfahren. In der Rubrik „Gastbeitrag“ informiert Herr Rechtsanwalt Carlos Galaniuk von Galaniuk Law über rechtliche Gesichtspunkte einer Expansion in die USA:

---

## INHALT

- **Aus unserer Kanzlei**..... Seite 2  
Vom "Quelle"-Model zur Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz  
  
Lehrauftrag "Patent-, Schutz- und Urheberrechte" ..... Seite 3  
  
IHK-Vortrag mit Frau Dr. Kropp am 13.11.2013
- **Wettbewerbsrecht**..... Seite 4  
Achtung Abmahnfalle:  
Unzureichende Identitätsangaben in der Werbung sind irreführend
- **Gastbeitrag**..... Seite 7  
Expansion in die USA
- **Prozeßrecht**..... Seite 10  
Prozesse führen als einstweiliges Verfügungsverfahren oder als Klageverfahren?
- **Impressum und Hinweise** ..... Seite 12



## Vom "Quelle"-Model zur Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz

Als sie im "Quelle"-Katalog gute Figur machte und Werbung für Kasperletheater und Puppenküchen, kannten wir Maria Höfler noch nicht. Wir lernten sie aber in einer Referendar-Arbeitsgemeinschaft kennen, welche Herr Dr. Cöster regelmäßig im Zivilprozeßrecht unterrichtet.

Frau Höfler trat dann zum 01.06.2009 als Rechtsanwältin in unsere Kanzlei ein und blieb der Werbung treu, nur daß sie diese jetzt aus der Sicht des Gewerblichen Rechtsschutzes ausübte: Von Anfang an war ihr Interesse dem Recht der Werbung und dem Markenrecht gewidmet. Frau Höfler berät Mandanten insbesondere bei der Gestaltung von Werbung sowie bei der Anmeldung und Verteidigung von nationalen, europäischen und internationalen Marken. Auf diese Weise erfüllten sich die strengen Voraussetzungen für den Erwerb des Titels "Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz" quasi von

selbst. Die Fachanwaltsordnung verlangt zum einen, daß der Antragsteller dieses Titels besondere theoretische Kenntnisse nachweist (Lehrgang und 3 fünfständige Klausuren). Außerdem muß der Bewerber während 3 Jahren als Rechtsanwalt mindestens 80 Fälle des Gewerblichen Rechtsschutzes selbstständig betreut haben, darunter 30 gerichtliche und sogenannte rechtsförmliche Verfahren. An letzterem scheitern manche Antragsteller, wenn sie nämlich den attraktiven Titel gerne führen wollen, aber nicht die praktische Erfahrung von 80 Fällen im Dreijahreszeitraum nachweisen können.

Mit Frau Rechtsanwältin und Fachanwältin Maria Höfler stehen unseren Mandanten jetzt drei Rechtsanwälte zur Verfügung, welche auf alle Fragen der Werbung, der Marken und Unternehmenskennzeichnungen sowie des Patent- und Designrechts spezialisiert sind.

### **Lehrauftrag "Patent-, Schutz- und Urheberrechte"**

An der TH Nürnberg hat das Wintersemester 2013/14 begonnen. Im Fachbereich Allgemeinwissenschaften hören die Studenten wieder dienstags ab

14.00 Uhr die Vorlesung "Patent-, Schutz- und Urheberrechte" bei Herrn Rechtsanwalt Dr. Cöster als Lehrbeauftragten.

### **IHK-Vortrag mit Frau Dr. Kropp am 13.11.2013**

Unter dem Titel "Copy & Paste- Was ist erlaubt im Internet? Urheberrechtliche Fallstricke beim Internetauftritt" findet am 13.11.2013 bei der IHK Nürnberg ein Vortrag von Frau Rechtsanwältin Dr. Kropp statt.

Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern einen Überblick zu urheberrechtlichen Aspekten bei der Gestaltung ihres Internetauftritts zu geben. Frau Dr. Kropp wird an Hand von Beispielen erläutern, welche Elemente eines Internetauftritts urheberrechtlich geschützt sind, was bei der Nutzung

von fremdem Material zu beachten ist, wie Inhalte fremder Internetseiten rechtlich zulässig in den eigenen Internetauftritt eingebunden werden können (Links und Framing) und was beim Hochladen von Inhalten auf Plattformen wie YouTube oder Amazon-Marketplace zu berücksichtigen ist.

Angesichts der großen Nachfrage (es konnten aus Kapazitätsgründen nicht alle Anmeldungen berücksichtigt werden) ist für den **11.02.2014** ein Wiederholungstermin geplant. Wir werden Sie rechtzeitig informieren.



Dr. Renate Kropp

Rechtsanwältin und  
Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz

## Achtung Abmahnfalle:

### Unzureichende Identitätsangaben in der Werbung sind irreführend

Viele Unternehmen werben für ihr Waren- und Dienstleistungsangebot mit Prospekten oder Zeitungsanzeigen. Dabei wird jedoch nicht immer die gesetzliche Pflicht des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, über die Identität und die Anschrift des werbenden Unternehmens zu informieren, beachtet. Eine Vielzahl von aktuellen Gerichtsentscheidungen ist für uns Anlass, diese Bestimmung einmal genauer unter die Lupe zu nehmen. Nachfolgend informieren wir Sie über die gesetzlichen Anforderungen an die Identitätsangabe, damit Sie eine kostenpflichtige Abmahnung durch Wettbewerber oder einen Wettbewerbsverband vermeiden können.

Die gesetzliche Bestimmung des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG lautet:

*„Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten folgende Informationen als wesentlich im Sinne des Absatzes 2, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben:*

1. ...

2. *die Identität und die Anschrift des Unternehmers, gegebenenfalls die Identität und die Anschrift des Unternehmers, für den er handelt“*

### Welche Werbung wird von § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG erfasst?

Damit § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG überhaupt zur Anwendung kommen kann, muss es sich um eine **Werbung gegenüber Verbrauchern** handeln. Richtet sich die Werbung ausschließlich an Unternehmer, so ist diese gesetzliche Bestimmung nicht zu beachten.

Eine weitere Voraussetzung ist, dass in der Werbung die **Produkt- bzw. Dienstleistungsmerkmale und der Preis** in einer Art und Weise angegeben sind, dass der Verbraucher auf Grund dieser Angaben eine geschäftliche Entscheidung treffen kann. Hierbei stellt die Rechtsprechung jedoch keine hohen Anforderungen. So wurde es z. B. bei einer Werbung für ein Reiseangebot als ausreichend angesehen, wenn nur ein Zeitraum genannt wird, innerhalb dessen die Reise angetreten werden kann, und ein

„Ab“-Preis angegeben wird. - Wird ein Produkt in einem Prospekt abgebildet und mit einer Preisangabe beworben, so handelt es sich stets um ein Angebot, das die Informationspflicht des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG auslöst. Damit fallen Angebotsflyer von Verbrauchermärkten, Konsumenten-Kataloge, Angebote in Zeitungsanzeigen, aber auch die Speisekarte eines Restaurants in den Anwendungsbereich der Vorschrift. Eine reine Image- oder Erinnerungswerbung wird hingegen nicht erfasst.

### Welche Identitätsangaben sind erforderlich?

Fällt eine Werbung in den Anwendungsbereich des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, so stellt sich die Frage, welche Angaben sind erforderlich, um die Informationspflicht zu erfüllen.

Anzugeben sind der **vollständige Name** des werbenden Unternehmens sowie dessen **vollständige Anschrift** (Straße mit Hausnummer, Postleitzahl und Ort). Handelt es sich bei dem Unternehmen um eine Gesellschaft oder einen im Handelsregister eingetragenen Kaufmann, so ist auch der **Rechtsformzusatz** anzugeben. Bei einem Angebot der Mustermann GmbH ist es somit nicht ausreichend, wenn als Firmenbezeichnung nur „Mustermann“ ohne den Zusatz „GmbH“ angegeben wird. Das Erfordernis, auch den Rechtsformzusatz anzugeben, hat der BGH in seiner Entscheidung vom 18.04.2013 (Az.: I ZR 180/12 – Brandneu von der IFA) bestätigt. Den in dem dortigen Verfahren angestellten Überlegungen des Berufungsgerichts, dass der Rechtsformzusatz entbehrlich sein kann, wenn eine Verwechslung mit einem anderen Unternehmen ausgeschlossen ist, erteilte der BGH eine klare Absage.

Hat ein Unternehmen verschiedene **Filialen**, so ist es nach der Rechtsprechung **nicht ausreichend**, wenn nur die Anschrift der einzelnen Filialen angegeben wird. Es ist vielmehr erforderlich, den vollständigen Namen und die Geschäftsanschrift des die Filialen betreibenden Unternehmens anzugeben. Dies gilt auch, wenn mehrere Werbetreibende eine gemeinschaftliche Werbung betreiben, wie dies bei Franchise-Unternehmen vorkommt. Handelt es sich um jeweils rechtlich selbständige Unternehmen, so muss von allen die vollständige Firmierung und Anschrift angegeben werden.

Soweit ein **Dritter für das Angebot eines Unternehmens wirbt**, ist dieser verpflichtet, die vollständige Firma und Anschrift des Unternehmens anzugeben, das die Leistung erbringt bzw. die Ware verkauft. Wirbt also ein Hersteller unter Angabe eines Preises für ein Produkt, das bei seinen Vertragshändlern erworben werden kann, so ist er verpflichtet, die vollständigen Namen und Anschriften aller Vertragshändler in der Werbung anzugeben. Gleiches gilt für die Werbung eines Franchise-Gebers; dieser muss alle Franchise-Nehmer mit vollständiger Firma und Anschrift benennen, bei denen das Produkt erworben werden kann. Die Rechtsprechung hat auch entschieden, dass ein Gutscheinformal im Internet verpflichtet ist, Name und Anschrift des Unternehmens anzugeben, bei dem der Gutschein eingelöst werden kann.

### Wie muss die Angabe erfolgen?

Nachdem der Platz in Anzeigen und Werbeflyern begrenzt ist, sind Unternehmen versucht, die Angaben möglichst klein wiederzugeben oder nur eine Internetadresse anzugeben, unter der die Informationen abgerufen

werden können. Nach überwiegender Rechtsprechung ist die **bloße Angabe einer Internetadresse nicht geeignet**, die Informationspflicht zu erfüllen. Etwas anderes gilt nach der Rechtsprechung des OLG Frankfurt (Beschluss vom 21.05.2013 – 6 U 60/13) jedoch, wenn in der Anzeige ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass unter einer Internetadresse die Namen und Anschriften der jeweiligen Unternehmen abgerufen werden können. Der beklagte Franchise-Geber, der über 300 Reisebüros als Franchise-Nehmer hatte, hätte in dem vom OLG Frankfurt entschiedenen Fall in der Anzeige darauf hinweisen können, dass die Namen und Anschriften der Reisebüros, bei denen die angebotene Reise gebucht werden konnte, im Internet abrufbar sind.

Die Angaben müssen für den Verbraucher auch **leicht erkennbar** sein. Dieses Erfordernis ist z. B. nicht erfüllt, wenn die Angaben in einer Schrift, die kleiner ist als die kleinste Schrift, die sonst in der Anzeige verwendet wird, und vertikal von rechts unten nach oben in schwarzer Farbe auf blauem Untergrund erfolgt (so LG Berlin, Urteil vom 01.11.2012 – 91 O 118/12).

Um kostenpflichtige Abmahnungen zu vermeiden, raten wir Ihnen, die erforderlichen Informationen in Ihre Anzeigenwerbung aufzunehmen. Gerne prüfen wir auch, ob Ihre Werbung den gesetzlichen Erfordernissen entspricht.

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



### Carlos Galaniuk

---

Herr Galaniuk ist ein gebürtiger US-Amerikaner, welcher sowohl in den USA, wie auch in Deutschland als Rechtsanwalt eine Zulassung besitzt. Für die Beratung mittelständischer Unternehmen bei deren grenzüberschreitenden Tätigkeiten ist er daher in besonderer Weise qualifiziert. ([www.galaniuklaw.com](http://www.galaniuklaw.com))

## GASTBEITRAG Expansion in die USA

Mittelständische Unternehmen expandieren seit Jahren zunehmend und mit großem Erfolg auch in die USA. Gleichwohl scheuen viele Unternehmen noch immer die Entscheidung für eine solche internationale Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeit. Zu Unrecht. Bei einem geeigneten Unternehmen, sorgfältiger Vorbereitung und guter Beratung überwiegen die Chancen einer solchen unternehmerischen Entscheidung die damit verbundenen Risiken bei weitem.

Die nachfolgenden Ausführungen stellen exemplarisch einige der bei einer Expansion in die USA zu berücksichtigenden Umstände dar. Sie sollen ein Gefühl dafür vermitteln, dass die Anforderungen an ein unternehmerisches Tätigwerden in den USA handhabbar und nicht so fremd sind, wie es häufig vermutet wird.

### Kooperation mit einem US-Partner

Sehr häufig verfolgen mittelständische Unternehmen ihre strategischen Ziele in den USA durch langfristige Kooperationen mit Partnern vor Ort. Die Präsenz und die Kenntnisse des amerikanischen Partners über den US-Markt sind regelmäßig eine gute Grundlage für einen Erfolg der gemeinsamen Unternehmung.

Bei der Anbahnung solcher Kooperationen muss der deutsche Partner dem anvisierten US-Partner sehr frühzeitig sein geistiges Eigentum (Know-how, Technologie, Produktinnovationen, etc.) mitteilen, um das Potential einer Zusammenarbeit evaluieren zu können. Dabei und gegebenenfalls auch im Rahmen einer Kooperation ist es wichtig, den Schutz des geistigen Eigentums des deutschen Partners sicherzustellen. Das US-amerikanische Recht stellt dafür hinreichende Möglichkeiten zur Verfügung. Grundlage ist der „Uniform Trade Secrets Act“ (UTSA), welcher von allen 50 US-Bundesstaaten eingeführt worden ist. In vertraglicher Hinsicht ist darüber hinaus der Abschluss einer Vertraulichkeitsvereinbarung erforderlich. Anders als im deutschen Recht, ist es dabei allerdings nicht möglich, Vertragsstrafen zu vereinbaren, denn im US-amerikanischen Recht sind Vertragsstrafen (anders als Schadenspauschalierung oder „liquidated damages“) unzulässig. Dafür bietet das UTSA im Falle einer Rechtsverletzung durch den US-Partner aber die Möglichkeit, diesen auf Schadensersatz in Anspruch zu nehmen, der den ermittelten Schaden um das Doppelte übersteigen kann (sogenannte „exemplary damages“).

## Handelsvertreter

Üblich ist auch die Beauftragung von Handelsvertretern (Sales Agent) oder Vertragshändlern (Distributor) durch das expansionswillige deutsche Unternehmen in den USA. In diesem Zusammenhang wird häufig die Frage nach Ausgleichsansprüchen und Karenzentschädigungen im Falle einer Beendigung der Zusammenarbeit mit dem Sales Agent oder Distributor gestellt.

Insoweit kann festgestellt werden, dass die Regelung des US-amerikanischen Rechts für den beauftragenden Unternehmer sogar günstiger sind, als die Regelungen des deutschen Rechts. Nach US-amerikanischem Recht gibt es weder einen mit § 89b HGB vergleichbaren Ausgleichsanspruch, noch eine mit § 90a Abs. 1 HGB vergleichbare, zwingende Karenzentschädigung im Falle der Vereinbarung eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbots. Findet auf den Handelsvertreter- oder Vertragshändlervertrag deutsches Recht Anwendung, kann bei einem Tätigwerden in den USA die Anwendbarkeit der entsprechenden deutschen Schutzvorschriften vertraglich ausgeschlossen werden.

## Joint Venture

Eine Alternative zu den vorgenannten Vorgehensweisen ist die Gründung eines Joint Ventures mit dem US-Partner. Der deutsche Partner kann im Rahmen eines solchen Joint Ventures nach dem „Visa Waiver Program“ bzw. mit einem B1 Visum unter erleichterten Bedingungen in die USA einreisen. Kontrolle über eine im Rahmen eines Joint Ventures gemeinsam gegründete Gesellschaft erhält der deutsche Partner, über die mit der Gesellschafterstellung verbundenen

Stimm- und Verwaltungsrechte hinaus, sofern er Mitglied des „board of directors“ wird. Ein solches „board of directors“ kann außer bei einer US-Corporation auch bei Gesellschaften in der Rechtsform der LLC installiert werden. Für den Fall, dass sich die Kooperation mit dem US-Partner nicht wie erhofft entwickelt, können in der Satzung oder in einer Gesellschaftervereinbarung Kauf- oder Andienungsoptionen vereinbart werden, die sicherstellen, dass der deutsche Partner entweder sämtliche Anteile an der gegründeten Gesellschaft erwerben oder sich zu vorher definierten Bedingungen für eine Desinvestition entscheiden kann.

## Bedeutung der Vertragsgestaltung

Für welchen Durchführungsweg der Unternehmer sich auch entscheidet, Grundlage einer größtmöglichen Rechtssicherheit des Engagements in den USA wird stets eine umfassend durchdachte Vertragsgestaltung sein. Rechtsbeziehungen auf der Grundlage anglo-amerikanischen Rechts müssen stets durch Verträge gestaltet werden, die möglichst wenig Auslegungsspielraum zulassen. Dies hängt zum Teil mit dem auslegungsfreudigen Fallrecht des Common Law zusammen. In der Praxis werden auch von Rechtsanwältinnen gestaltete Verträge diesen Anforderungen nicht immer gerecht. Dadurch verursachte Rechtsstreitigkeiten können mit erheblichen Kosten verbunden sein.

## Steuern

Für die Besteuerung unternehmerischer Tätigkeiten deutscher Unternehmen in den USA ist das Doppelbesteuerungsabkommen USA - Deutschland von großer Bedeutung. Allerdings sind die Finanzbehörden der einzelnen US-Bundesstaaten hiervon nicht un-



mittelbar betroffen. Dies kann z. B. dazu führen, dass eine steuerlich relevante Betriebsstätte vorliegt, obwohl auf US-Bundesebene gemäß des DBA eine Betriebsstätte ausgeschlossen ist. Insoweit bedarf es einer sorgfältigen Planung des beabsichtigten Engagements in steuerlicher Hinsicht.

Beim Auslandsgeschäft gilt das Zitat von Sir Francis Bacon (1561 - 1626)

“Knowledge is power” einmal mehr. Auch kleine mittelständische Unternehmen können sich das notwendige Wissen verschaffen, um diese Aufgabe erfolgreich zu meistern. Der Schritt in die USA, mit den Vorteilen der Marke „Made in Germany“ und „Managed in Germany“, steht daher auch diesen Unternehmen offen.

© Carlos Galaniuk, Rechtsanwalt



**Dr. Enno Cöster**

Rechtsanwalt und  
Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz

## Prozesse führen als einstweiliges Verfügungsverfahren oder als Klageverfahren?

Oft tragen Mandanten an uns einen Sachverhalt heran, welcher eine eindeutige Rechtsverletzung durch einen Dritten zum Inhalt hat. Ein Drittunternehmen verletzt z. B. die Marken-, Patent- oder Geschmacksmusterrechte des Mandanten oder handelt in seiner Werbung eindeutig wettbewerbswidrig. Dann kann dem Wunsch nach sofortiger Unterbindung der Rechtsverletzung nur entsprochen werden, wenn die Voraussetzungen eines gerichtlichen Eilverfahrens (einstweiligen Verfügungsverfahrens) gegeben sind; ein Klageverfahren dauert regelmäßig ein oder mehrere Jahre. Daher kurz die Vorteile und Risiken des einstweiligen Verfügungsverfahrens:

### 1. Voraussetzungen

Ganz wesentliche Voraussetzung ist, daß der Mandant die Angelegenheit selbst bisher eilig betrieben hat. Nach Kenntnis von dem Verletzungsfall muß sofort agiert werden, insbesondere darüber entschieden werden, ob der Verletzer abgemahnt wird oder nicht. Ein Eilverfahren kann auch ohne vorherige Abmahnung bei Gericht beantragt werden.

Eine etwaige Abmahnung muß nicht nur sofort erfolgen, sondern muß in der Unterlassungsforderung identisch über-

einstimmen mit einem späteren Verfügungsantrag. Schon bei der Abmahnung ist daher eine Vertretung durch einen Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz angeraten.

Insgesamt darf der Zeitraum seit Kenntnis des Verletzungssachverhaltes bis zur Beantragung einer einstweiligen Verfügung keinen Tag länger dauern als einen Monat (so die strenge Rechtsprechung der Bayerischen Gerichte). Wenn die Frist überschritten ist, kommt ein Verbot durch eine einstweilige Verfügung nicht mehr in Betracht.

Die Vorteile des Verfügungsverfahrens gegenüber einem Klageverfahren bestehen darin, daß das Gericht regelmäßig ohne mündliche Verhandlung innerhalb von zwei Tagen das Verbot ausspricht, welches dann nach entsprechender formeller Zustellung sofort wirksam wird. Demgegenüber dauert es bei einem Klageverfahren erfahrungsgemäß bis zu sechs Monaten oder länger, bis überhaupt eine mündliche Verhandlung anberaumt ist. Das gerichtliche Endurteil liegt dann manchmal erst nach einem Jahr vor.



© Cöster & Partner  
Justizpalast Fürther Str. 110, Nürnberg; Sitz des  
Amtsgerichts Nürnberg, des Landgerichts Nürnberg-Fürth  
und des Oberlandesgerichts Nürnberg

Zwischenergebnis: Bei eindeutigen Rechtsverletzungen sollten nach Möglichkeit eine einstweilige Verfügung beantragt werden. Diese führt zu einem schnell wirkenden Verbot.

## 2. Risiken des Verfügungsverfahrens

Wenn sich eine vom Gericht erlassene einstweilige Verfügung in höherer Instanz oder in einem späteren Hauptsacheverfahren als unberechtigt erweist, haftet der Antragsteller des einstweiligen Verfügungsverfahrens für den Schaden, welcher bei dem vermeintlichen "Rechtsverletzer" durch das sofortige Verbot entstanden ist. Daher sollten nur eindeutige Rechtsverletzungen zum Gegenstand eines Verfügungsverfahrens gemacht werden. Wenn außerdem der Sachverhalt tatsächlich oder rechtlich so kompliziert ist, daß umfangreiche Ausführungen in dem Antragschriftsatz erforderlich sind, ist die Angelegenheit besser geeignet für ein Klageverfahren. Schriftsätze von 20 Seiten oder mehr gehören nicht in ein Eilverfahren.

Wenn auch die meisten Verfügungsverfahren mit einem schnellen Ergebnis (zugunsten des

Antragstellers) enden, ist nicht ausgeschlossen, daß sich der angegriffene Mitbewerber nachhaltig verteidigt. Der Mitbewerber seinerseits kann parallel zu dem Verfügungsverfahren ein Klageverfahren erzwingen, und der Antragsteller des Verfügungsverfahrens muß dann, ob er will oder nicht, seinen Verfügungsanspruch auch in einem normalen Klageverfahren verteidigen. Dann sind zwei Gerichtsverfahren anhängig mit entsprechendem Aufwand und Kostenrisiko.



© Cöster & Partner

## 3. Praxistipp

Für denjenigen, dem als vermeintlichen Rechtsverletzer eine einstweilige Verfügung zugestellt wird: Übergeben Sie dem Fachanwalt das Ihnen vom Gerichtsvollzieher zugestellte Verfügungskonvolut so, wie es ist und ohne Blätter auseinanderzunehmen, damit dieser die strengen Formalien einer wirksamen Verfügungszustellung prüfen kann. Wenn der Antragsteller bei der Verfügungszustellung einen Formfehler begangen hat, führt allein dieser Zustellungsfehler zur Aufhebung des Verfügungsverbots. Der von dem Verbot Betroffene gewinnt das einstweilige Verfügungsverfahren wegen dieses Formfehlers und unabhängig von der eigentlichen Rechtslage.

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, Theodorstr. 9, 90489 Nürnberg

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, erbit-ten wir Ihren Hinweis.