

# C&P Newsletter

## **FEBRUAR 2018**

In diesem Newsletter informieren wir Sie über aktuelle Entwicklungen im Markenrecht sowie über Neues aus dem Bereich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

### **Inhalt**

Markenrecht

**Unionsgewährleistungsmarke – Gewähr für Qualität? 2**

Vertragsrecht

**BGH: Es gilt das gesprochene Wort! 5**

**Impressum und Hinweise 7**



**Dr. Enno Cöster**, Rechtsanwalt  
Fachanwalt für  
Gewerblichen Rechtsschutz



**Maria Herzog**, Rechtsanwältin  
Fachanwältin für  
Gewerblichen Rechtsschutz

## Markenrecht

### **Unionsgewährleistungsmarke – Gewähr für Qualität?**

1. **Individualmarke:** Wenn Sie bisher Ihre Marke angemeldet oder verteidigt haben, war dies zu 99 % eine „normale“ Marke, die im Fachjargon „Individualmarke“ genannt wird. Die Hauptfunktion und Bedeutung einer solchen Marke besteht darin, die Waren/Dienstleistungen des Markeninhabers von denjenigen seiner Wettbewerber zu unterscheiden (sogenannte Herkunftsfunktion).
2. **Kollektivmarke:** Daneben gab es bisher schon die Möglichkeit, eine sogenannte Verbands- oder Kollektivmarke anzumelden. Die (EU-weite) Unionskollektivmarke konnte und kann auch weiterhin von Verbänden angemeldet werden, und der Verband stellt die Marke seinen Mitgliedern zur Benutzung zur Verfügung. Mehrere, dem Verband angeschlossene Unternehmen benutzen dieselbe Marke und unterscheiden damit ihre Waren nicht untereinander, sehr wohl aber von den Waren/Dienstleistungen anderer, nicht dem Verband angehöriger Unternehmen (Art. 66 Abs. 1 UnionsmarkenVO). Beispiele: die Verbandsmarke „Champagner“ für die in der Champagne ansässigen Sekthersteller; ebenso das Bildzeichen „Wollsiegel“.
3. **Gewährleistungsmarke:** Zum 01.10.2017 wurde eine neue Markenform eingeführt, die es bislang noch nicht gab: die Unionsgewährleistungsmarke.

Die Gewährleistungsmarke soll nicht die Herkunft von Waren/Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen oder von

Mitgliedern eines bestimmten Verbandes anzeigen. Die neue Gewährleistungsmarke hat in diesem Sinne überhaupt keine Bedeutung als Herkunftshinweis. Sie soll ausschließlich Qualität gewährleisten. Sie ist gemäß Art. 74a der Unionsmarkenverordnung (UMV):

„eine Unionsmarke, die ... geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen, für die der Inhaber der Marke das Material, die Art und Weise der Herstellung der Waren oder der Erbringung der Dienstleistungen, die Qualität, Genauigkeit oder andere Eigenschaften gewährleistet, von solchen (Waren/Dienstleistungen) zu unterscheiden, für die keine derartige Gewährleistung besteht“.

Durch diese Markenform können also Gütesiegel angemeldet werden, welche die Einhaltung eines gewissen Qualitätsstandards der darunter geschützten Waren oder Dienstleistungen sichern sollen.

Früher wurden solche Gütesiegel als „normale“ Wort- oder Bildmarke oder als Kollektivmarke angemeldet, das sind z.B. Fair-Trade- oder Trusted-Shop-Siegel. Anmelden durfte die Marke jedermann, also auch der Hersteller solcher Waren, deren Qualität durch das Gütesiegel beworben werden soll. Das ändert sich bei der Unionsgewährleistungsmarke. Deren Anmelder/Inhaber darf gemäß Art. 74a Abs. 2 UMV keine gewerbliche Tätigkeit ausüben, welche die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, für die eine Gewährleistung besteht, umfasst. Das soll für eine gewisse Neutralität des Markeninhabers sorgen, der so nicht unmittelbarer Wettbewerber der Unternehmer ist und sich keinen eigenen Vorteil verschaffen kann.

Bei der Gewährleistungsmarke muss dem Markennamen zusätzlich zu der herkömmlichen Markenmeldung eine Satzung vorgelegt werden. In dieser Satzung müssen der Kreis der benutzungsberechtigten Personen und die durch die Marke gewährleisteten Eigenschaften (Material, Art und Weise der Herstellung oder Erbringung der unter der Marke angebotenen Dienstleistungen) beschrieben werden. In der Satzung angegeben werden müssen ferner die Nutzungsbedingungen samt Sanktionen für Verstöße. Die Satzung wird aus Gründen der Transparenz im Markenregister veröffentlicht.

Die Amtsgebühren für die Anmeldung einer Unionsgewährleistungsmarke belaufen sich auf EUR 1.800 bzw. EUR 1.500 bei Online-Anmeldung, zuzüglich EUR 50 für die zweite Waren-/Dienstleistungs-kategorie und EUR 150 für jede weitere Klasse ab der dritten.

Die Gewährleistungsmarke grenzt sich von den anderen Markenarten durch ihren vordergründigen Zweck der Gewährleistungsfunktion im Vergleich zur Herkunftsfunktion (Kennzeichnung der Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen) ab. Sie ist daher vor allem für öffentliche Institutionen oder Interessenverbände geeignet, welche bestimmte Produkt- oder Dienstleistungsstandards etablieren und kontrollieren wollen.

© Dr. Enno Cöster und Maria Herzog,  
Rechtsanwälte und Fachanwälte für gewerblichen Rechtsschutz



**Dr. Renate Kropp**, Rechtsanwältin  
Fachanwältin für  
Gewerblichen Rechtsschutz

## Vertragsrecht

### **BGH: Es gilt das gesprochene Wort!**

Viele Verträge oder Allgemeine Geschäftsbedingungen enthalten sogenannte „doppelte Schriftformklauseln“. Ob diese Vorrang vor einer später mündlich getroffenen, individuellen Vereinbarung der Parteien haben, hatte der BGH im Januar 2017 zu entscheiden.

Häufig liest man in Verträgen oder Allgemeinen Geschäftsbedingungen folgende Formulierung:

„Sämtliche Nebenabreden, Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer rechtlichen Wirksamkeit der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung dieses Schriftformerfordernisses.“

Soweit eine solche Bestimmung individuell zwischen den Parteien vereinbart wurde, begegnet sie keinen Bedenken. Problematisch werden solche doppelte Schriftformklauseln jedoch in Verträgen, die als Allgemeine Geschäftsbedingungen einzustufen sind, also von einer Vertragspartei für eine Vielzahl von Fällen gestellt werden. Hierbei kommt es immer wieder zum Streit darüber, ob mündliche Vereinbarungen zwischen den Parteien, welche nicht anschließend schriftlich als Vertragsänderung niedergelegt wurden, wirksam sind.

Der BGH sprach sich nun in seinem Urteil vom 25.01.2017 (Az. XII ZR 69/16) dafür aus, dass solche doppelten Schriftformklauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, zu denen auch ein Gewerberaummietvertrag zählen kann, wirkungslos sind. Nach § 305b BGB haben individuelle Ver-

tragsabreden Vorrang vor Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Damit haben also auch mündlich getroffenen Vereinbarungen zwischen den Parteien, welche nicht schriftlich niedergelegt wurden, Vorrang vor den Bestimmungen der AGB.

Nach Ansicht des BGH kommt es nicht darauf an, ob die Parteien durch die individuelle Absprache eine Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen beabsichtigt haben oder sich einer Kollision mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen auch nur bewusst geworden sind. Ebenfalls unerheblich ist es, ob die Individualvereinbarung ausdrücklich oder stillschweigend getroffen wurde. Individuelle Vertragsabreden haben ohne Rücksicht auf die Form, in der sie getroffen wurden, Vorrang vor Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Das gilt auch für mündliche Abreden und auch dann, wenn durch eine AGB-Klausel bestimmt wird, dass mündliche Abreden unwirksam sein sollen. Dies gilt nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch im geschäftlichen Verkehr zwischen Unternehmern.

Für einfache Schriftformklauseln wurde diese Ansicht schon länger von den Gerichten vertreten. Nunmehr ist also auch geklärt, dass individuelle mündliche Absprachen Vorrang vor einer doppelten Schriftformklauseln haben. Der BGH sah zwischen einer einfachen und einer doppelten Schriftformklauseln keine maßgeblichen Unterschiede. Nach Ansicht der obersten Bundesrichter muss das Interesse des Klauselverwenders, nicht durch nachträgliche mündliche Absprachen eine langfristige beiderseitige Bindung zu gefährden, gegenüber dem von den Parteien später übereinstimmend Gewollten zurücktreten.

© Dr. Renate Kropp  
Rechtsanwältin und Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz

## **Impressum und Hinweise**

Dieser Newsletter wird herausgegeben von

Cöster & Partner  
Rechtsanwälte mbB  
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, unter oben genannter Anschrift

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