

Newsletter

Dezember 2009

Zum Ende des Jahres informieren Sie Cöster & Partner über aktuelle Rechtsprechung aus den Bereichen des Wettbewerbsrechts, des Marken- und Internetrechts, des Bauvertragsrechts und des Familienrechts. Wir wünschen Ihnen eine besinnliche Weihnachtszeit und einen erfolgreichen Start ins Jahr 2010.

Inhalt:

Wettbewerbsrecht: "Jeder 100. Einkauf gratis"
Werbehinweis auf eingetragene Marke

Markenrecht: Rechtserhaltende Benutzung von Marken
Verwendung fremder Marken und Firmenbezeichnungen in der Internetwerbung

IT-Recht: Kaufrecht bei IT-Projektverträgen
Computerfax

Bauvertragsrecht: Bauverträge und „die VOB“
Bestimmtheit von Bauverträgen

Familienrecht: Unterhalt wegen Kindesbetreuung
Begrenzung von Unterhaltszahlungen
Zugewinnausgleich

Impressum und Hinweise

Wettbewerbsrecht

1. "Jeder 100. Einkauf gratis"

Grundsätzlich ist für den Veranstalter von Gewinnspielen Vorsicht geboten, wenn die Teilnahme an dem Gewinnspiel damit verbunden ist, daß der Teilnehmer Ware kaufen muß. Dabei geht der Gesetzgeber in der einschlägigen Vorschrift des § 4 Nr. 6 UWG jedoch davon aus, daß die typische und verbotene Konstellation darin besteht, daß der Teilnehmer (Verbraucher) zunächst eine entgeltliche Leistung in Anspruch nehmen muß, bevor er an dem Gewinnspiel teilnehmen kann. Eine solche Konstellation ist regelmäßig unzulässig.

Als zulässig beurteilte der Bundesgerichtshof jetzt diesen Fall: Die Kunden tätigen ganz "normal" ihren Einkauf. Dafür wurde den Kunden kein gesonderter Gewinn versprochen. Die Verbraucher mußten vor allem nicht etwas Konkretes kaufen, um an dem Gewinnspiel teilnehmen zu können. Es kam nicht darauf an, welche Artikel die Verbraucher kauften. Das Gewinnspiel bestand allein darin, daß unter bestimmten, zufälligen Voraussetzungen die gesamte, zum Kauf vorgesehene Warenmenge nicht bezahlt zu werden brauchte. Jeder 100. Kunde erhielt die gesamte, von ihm eigentlich zum bezahlten Kauf vorgesehene Warenmenge geschenkt.

Der BGH verneinte auch die Gefahr, daß die Verbraucher dann im Hinblick auf die Aussicht, gerade der 100. Kunde zu sein, besonders viel kaufen und auf diese Weise unlauter beeinflusst werden. Die durchgeführte Aktion "Jeder 100. Einkauf gratis" war vielmehr zulässig (BGH NJW 2009, 2750).

2. Werbehinweis auf eingetragene Marke

Wer eine eingetragene Marke besitzt, möchte darauf oftmals zu Werbezwecken hinweisen. Der Hinweis kann durch das Wort "Schutzmarke", "eingetragene Marke" oder vielfach einfach durch ® erfolgen. Grundsätzlich muß dabei die mit dem Schutzrechtshinweis versehene Bezeichnung identisch mit der Registereintragung im Markenregister übereinstimmen. Wer also z. B. nur eine Wortbildmarke (Kombination aus Wort- und Bildbestandteil) besitzt, darf nicht den Schutzrechtshinweis in einer solchen Weise hinter dem bloßen Wort anbringen, daß für die beteiligten Verkehrskreise der Eindruck entsteht, das Wort als solches sei als Marke geschützt.

Diesen Grundsatz der Übereinstimmung zwischen dem Registereintrag auf der einen Seite und der mit dem Schutzrechtshinweis versehenen Bezeichnung auf der anderen Seite hat der BGH in einer neuen Entscheidung bestätigt:

Eingetragen war eine Marke "Termorol"; der Werbende verwendete stattdessen das Zeichen "Thermoroll ®"; er behauptete also einen Markenschutz für "Thermoroll". Diese Abweichung von "Termorol" zu "Thermoroll" hielt der Bundesgerichtshof für so wesentlich, daß nicht mit dem Schutzrechtshinweis hinter der nicht eingetragenen Bezeichnung "Thermoroll" geworben werden durfte. Nur geringfügige Abweichungen sind unschädlich. Anderenfalls und wie auch in dem entschiedenen Fall ist der Markeneintragungshinweis irreführend gemäß §§ 3, 5 UWG (BGH GRUR 2009, 888 "Thermoroll").

© Dr. Enno Cöster, Rechtsanwalt - Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz

Markenrecht

I. **Rechtserhaltende Benutzung der Marke**

Breiten Raum in der markenrechtlichen Rechtsprechung nehmen weiterhin die Entscheidungen zur rechtserhaltenden Benutzung einer Marke ein. Bekanntlich kann der Markeninhaber einer länger als fünf Jahre eingetragenen Marke dann keine Rechte aus seiner Marke

mehr herleiten, wenn er die Marke in der Vergangenheit nicht rechtserhaltend benutzt hat (§§ 25, 26 MarkenG). Dieses Erfordernis wird von den Markeninhabern oft unterschätzt.

1. Anbringung der Marke auf Werbeartikeln

Die Anbringung der Marke auf Werbeartikeln reicht unter folgenden Umständen nicht aus, um die rechtserhaltende Benutzung der Marke darzulegen und die Marke vor Löschung zu schützen:

Fall: Ein Hersteller von Bekleidungsstücken war Inhaber einer für "Bekleidungsstücke" und "Getränke" eingetragenen Marke "WELLNESS". Um den Verkauf der Bekleidungsstücke zu fördern, wurden alkoholfreie Getränke in Flaschen mit der Aufschrift "WELLNESS-DRINK" verteilt. Die Verteilung der Getränke erfolgte unentgeltlich und sollte den Abverkauf der Textilwaren fördern.

Es ging um die Frage, ob die Marke "WELLNESS" für "Getränke" rechtserhaltend benutzt ist. Dies verneinte der EuGH (GRUR 2009, 410). Zu der bloßen Anbringung der Marke auf der Ware (hier auf den Getränkeflaschen) muß nämlich für die Bejahung einer rechtserhaltenden Benutzung noch hinzukommen, daß der Markeninhaber gerade für diese Waren (hier die alkoholfreien Getränke) einen Absatzmarkt erschließen oder sichern will (EuGH a.a.O. Rdn. 18). - Dabei ist nicht von vornherein schädlich, daß die Getränkeflaschen unentgeltlich abgegeben wurden; denn auch das unentgeltliche Verteilen von Waren kann eine markenmäßige Benutzung darstellen, wenn gerade für diese Waren der Absatzmarkt erschlossen oder gesichert werden soll (z. B. in einem Sportstadion werden von einem Getränkehersteller Original-Getränkeflaschen verschenkt; dann will der Getränkehersteller den Absatz und letztlich den Verkauf dieses Getränkes fördern. Ebenso kann ein gemeinnütziger Verein, welcher seine Dienstleistungen unentgeltlich anbietet, sich einen entsprechenden "Absatzmarkt" sichern. Die Unentgeltlichkeit des Warenvertriebs oder der Dienstleistungserbringung als solche ist also nicht schädlich für die rechtserhaltende Benutzung der Marke).

In dem "WELLNESS"-Fall beabsichtigte das Bekleidungsunternehmen aber zu keinem Zeitpunkt, sich einen Absatzmarkt für alkoholfreie Getränke zu erschließen, sondern der Unternehmenszweck bestand allein in dem Absatz von Bekleidungsstücken. Daher war die Marke "WELLNESS" für "alkoholfreie Getränke" unbenutzt und insoweit löschungsreif.

2. Keine rechtserhaltende Benutzung der Wortmarke "Puppenkiste" durch Bezeichnung "Augsburger Puppenkiste"

Es klagte das Marionettentheater "Augsburger Puppenkiste" gegen die Bezeichnung "Leipziger Puppenkiste" eines Geschäfts, in welchem Puppen, Puppenhäuser und dazugehörige Einrichtungen angeboten werden. Die Klägerin wollte der Beklagten die Bezeichnung "Leipziger Puppenkiste" verbieten und berief sich auf ihre eingetragene Wortmarke "Puppenkiste". Damit scheiterte die Klägerin, weil diese Wortmarke "Puppen-

kiste" in Alleinstellung nicht benutzt war. Die Klägerin benutzte lediglich die Wortkombinationen "Augsburger Puppenkiste" und den Domainnamen "shop.puppenkiste.de". Wenn durch die Hinzufügung eines Wortes (hier "Augsburger") die tatsächliche Benutzung von der eingetragenen Bezeichnung abweicht und im markenrechtlichen Sinne dadurch der kennzeichnende Charakter der Marke verändert wird, liegt keine rechtserhaltende Benutzung vor (BGH WRP 2009, 971, 975 "Augsburger Puppenkiste").

Die Klägerin besaß auch die Wortmarke "Augsburger Puppenkiste". Diese Marke war jedoch nur als Unternehmenskennzeichen benutzt und nicht als Bezeichnung für konkret vertriebene Produkte. Daher fehlte es an einer rechtserhaltenden Benutzung auch bei der Klagemarke "Augsburger Puppenkiste". Der BGH verwies auf seine Entscheidung zur Löschung von zahlreichen Marken des "OTTO"-Versandes, wo die Bezeichnungen "OTTO", "OTTO find ich gut" etc. immer nur zur Bezeichnung des Versandunternehmens und nicht zur Bezeichnung konkreter Waren verwendet worden waren.

Für länger als fünf Jahre eingetragene Marken ist daher sorgfältig zu prüfen, ob die Art und Weise der Benutzung rechtserhaltend ist; dabei ist die rechtserhaltende Benutzung für jede der eingetragenen Waren gesondert zu prüfen.

© Dr. Enno Cöster, Rechtsanwalt - Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz



II. **Verwendung fremder Marken und Firmenbezeichnungen in der Internetwerbung**

Suchmaschinen-Marketing (SEM) hat sich zu einem der wichtigsten Bestandteile des Marketings entwickelt. Täglich suchen Millionen von Internet-Nutzern mit Suchmaschinen wie Google oder Yahoo nach Informationen über Firmen und Produkte. Die ersten Treffer auf den Ergebnisseiten ziehen die größte Aufmerksamkeit auf sich. Für Unternehmen ist es damit entscheidend, mit ihrem Angebot unter den Ersten einer Trefferliste zu erscheinen.

Vor diesem Hintergrund ist es verständlich, daß Unternehmen versuchen, die Ergebnisanzeige der Suchmaschinen so zu beeinflussen, daß ihr Unternehmen oder ihre Produkte auch dann erscheinen, wenn der Internet-Nutzer nach einem Wettbewerber und dessen Angebot sucht. In den letzten drei Jahren haben verschiedene Formen des SEM mit fremden Kennzeichen den Bundesgerichtshof (BGH) beschäftigt.

1. Meta-Tag als Kennzeichenverletzung

Im Mai 2006 befasste sich der BGH in der „Impuls“-Entscheidung (Az.: I ZR 183/03) mit der Zulässigkeit der Verwendung eines fremden Firmenschlagworts als Meta-Tag. Ein Meta-Tag ist eine Angabe im Quelltext einer Internet-Seite, die für den Nutzer nicht sichtbar ist, von den Suchmaschinen aber gelesen werden kann.

In dem vom BGH zu entscheidenden Fall hatte ein Unternehmen das Firmenschlagwort „Impuls“ eines Wett-

bewerbers als Meta-Tag auf seiner Internetseite benutzt. Der BGH sah darin eine Verletzung des Kennzeichenrechts. Nach Ansicht des Gerichts wird durch den Meta-Tag das Ergebnis des Auswahlverfahrens der Suchmaschinen beeinflusst. Der Internet-Nutzer, der das Firmenschlagwort „Impuls“ als Suchbegriff eingegeben hat, wird so auf die entsprechende Internetseite des Wettbewerbers geführt. Werden dort die gleichen Leistungen angeboten wie vom Kennzeicheninhaber, so besteht die Gefahr, daß der Internet-Nutzer dieses Angebot mit dem des Kennzeicheninhabers verwechselt.

2. „Weiß-auf-Weiß-Schrift“ als Markenverletzung

In der „AIDOL“-Entscheidung vom Februar 2007 (Az.: I ZR 77/04) war eine „Weiß-auf-Weiß-Schrift“ auf einer Internetseite Gegenstand des Rechtsstreits. Ein Unternehmen verwendete auf seiner Internet-Seite die für einen Wettbewerber eingetragene Marke „AIDOL“ als Weiß-auf-Weiß-Schrift. Diese ist für das menschliche Auge nicht zu erkennen, wird aber von den Suchmaschinen gelesen.

Der BGH urteilte, daß Weiß-auf-Weiß-Schrift wie ein Meta-Tag zu betrachten ist und damit die Markenrechte des Klägers verletzt werden. Hätte das beklagte Unternehmen auf der Internet-Seite, auf welcher die unsichtbare Schrift verwendet wurde, jedoch Original-Waren der Marke „AIDOL“ beworben, so wäre die Verwendung der Weiß-auf-Weiß-Schrift zulässig gewesen.

C&P

3. Fremdes Kennzeichen bei „Google Adwords“ als Markenverletzung?

Die Verwendung eines fremden Kennzeichens als Keyword bei „Google Adwords“ war Gegenstand von drei Verfahren, die der BGH im Januar 2009 verhandelte. Bei „Google Adwords“ ist es möglich, verschiedene Keywords zu buchen, bei deren Eingabe als Suchbegriff in der Suchmaschine von Google am oberen oder rechten Rand der Trefferliste eine Werbeanzeige des Keyword-Buchers erscheint, die auch als solche gekennzeichnet ist.

- a) Im Fall „pcb“ (Az.: I ZR 139/07) hatte ein Anbieter von Leiterplatten das Keyword „pcb“ gebucht und die Option „weitgehend passende Keywords“ gewählt. Dies hatte zur Folge, daß die Anzeige dieses Unternehmens auch dann erschien, wenn ein Internet-Nutzer in die Suchmaschine den Begriff „PCB-POOL“ eingab. „PCB-POOL“ ist eine eingetragene Marke eines konkurrierenden Unternehmens. In der Anzeige selbst erschien „PCB-POOL“ aber nicht.

Hier stellte der BGH darauf ab, daß zwischen der Eingabe des Suchworts „PCB-POOL“ und der Anzeige des Beklagten für den suchenden Internet-Nutzer keine Verknüpfung erkennbar ist. Ferner ist die Angabe „pcb“ eine gängige Abkürzung des englischen Begriffs „printed circuit board“ (Leiterplatte) und damit eine beschreibende Angabe für das Angebot des Beklagten. Eine beschreibende

Verwendung von markenrechtlich geschützten Begriffen ist nach dem Markengesetz zulässig. Hieran ändert auch die Wahl der Option „weitgehend passende Keywords“ nichts. Eine Verletzung der Marke „PCB-POOL“ wurde damit vom BGH verneint.

- b) Der BGH sah in dem Fall „Beta Layout“ (Az.: I ZR 30/07) auch in der Verwendung des Firmenkennzeichens eines Wettbewerbers als Keyword keine Verletzung der Rechte an diesem Firmenkennzeichen. Er stellte darauf ab, daß die Anzeige deutlich als solche gekennzeichnet ist und das Kennzeichen dort nicht selbst verwendet wird.
- c) Ob die Buchung der Marke eines Dritten als Keyword eine Markenverletzung darstellt, hat der BGH (Az.: I ZR 125/07 „Bananabay“) nicht abschließend entschieden. Nachdem das Markenrecht auf europäischem Recht basiert, hat er den Europäischen Gerichtshof um eine Vorabentscheidung gebeten. Diese steht noch aus.

4. Vorsicht ist weiterhin geboten

Bei der Werbung mit fremden Kennzeichen im Rahmen des Suchmaschinen-Marketings ist damit weiterhin Vorsicht geboten. Die Nutzung fremder Kennzeichen als Meta-Tags oder als „Weiß-auf-Weiß-Schrift“ ist unzulässig, sofern nicht auf der jeweiligen Internetseite Original-Waren des Kennzeicheninhabers beworben werden.

Zulässig ist es hingegen, das Firmenkennzeichen eines Wettbewerbers als Suchbegriff bei Google Adwords mit der Option „weitgehend passende Keywords“ zu buchen. Handelt es sich bei dem als Keyword gebuchten Begriff um eine beschreibende Angabe, muss der Inhaber einer entsprechenden Marke dies hinnehmen.

Offen ist weiterhin die Frage, ob die Marke eines Wettbewerbers auch dann zulässig als Keyword gebucht werden kann, wenn diese keine beschreibende Angabe darstellt. Hier muss die Stellungnahme des EuGH abgewartet werden. Nachdem viele Firmen ihren Firmennamen auch als Marke schützen lassen, besteht also bei Firmennamen weiterhin das Risiko, daß die Buchung dieser Bezeichnung unter markenrechtlichen Aspekten unzulässig ist. Sobald eine Entscheidung des EuGH ergangen ist, werden wir Sie informieren.

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

IT - Recht

1. Kaufrecht bei IT-Projektverträgen

Seit längerem wird unter Fachleuten diskutiert, ob auf Verträge über die Lieferung angepasster Standardsoftware oder von Individualsoftware Kaufrecht oder Werkvertragsrecht anzuwenden ist. Bei Anwendung von Kaufrecht kann der Softwarelieferant nach Übergabe der Software an seinen Kunden die Kaufpreiszahlung verlangen. Müsste

man Werkvertragsrecht anwenden, würde die Zahlung erst nach einer sog. Abnahme fällig, wobei sich die Abnahme auch auf einen längeren Zeitraum des Überprüfens (Testens, Inbetriebnehmens) der Software erstrecken kann.

Im Zentrum der Diskussion steht die Regelung in § 651 BGB, die vorschreibt, dass Kaufrecht auch dann Anwendung findet, wenn die Kaufsache, und sei es mit individuellen Vorgaben, erst noch herzustellen oder zu erzeugen ist. Angesichts erheblicher planerischer Vorleistungen hat man bisher die Herstellung von Individualsoftware zu meist dem Werkvertragsrecht unterstellt. Mit seiner Entscheidung vom 23.07.2009 hat der Bundesgerichtshof ein Urteil des Oberlandesgerichts Nürnberg aufgehoben und geurteilt, dass Kaufrecht auf sämtliche Verträge mit einer Verpflichtung zur Lieferung herzustellender oder zu erzeugender beweglicher Sachen anzuwenden sei. Anders sei auch nicht zu urteilen, wenn Gegenstand des Vertrages zugleich Planungsleistungen sind, die der Herstellung vorausgehen haben und nicht notwendigerweise den Schwerpunkt des Vertrags bilden. Gegenstand des konkreten Rechtsstreits war die Lieferung von Anlageteilen. Das Urteil hat aber nach Ansicht von Experten unmittelbare Auswirkung auf Verträge, die sich mit herzustellender und vorher im Detail (z. B. mit Pflichtenheft) geplanter Software befassen. Dies wirft erhebliche Fragen auf, die auch unterschiedliche Gewährleistungsregelungen im Kauf- bzw. im Werkvertragsrecht betreffen. Die Praxis dürfte versuchen, durch Individualverträge die im Kaufvertrag unüblichen Testphasen für Software zu vereinbaren, eine daran anknüpfende Übergabe bzw. Fälligkeitsregelung zu finden, möglicherweise auch Nachbesserungsrechte des Softwareherstellers und eine Vorgehensweise bei vertragsändernden Wünschen des Auftraggebers festzulegen. Daher ist es empfehlenswert, für derartige Rechtsgeschäfte Rechtsrat einzuholen.

C&P

2. Computerfax

In einem Beschluss vom 14.01.2008 hat der Bundesgerichtshof die Versendung eines Computerfaxes mit eingescannter Unterschrift der Faxkopie mit eigenhändiger Unterschrift bei der anwaltlichen Einlegung von Rechtsmitteln gleichgestellt. Für die Mandantschaft ist dies von Vorteil, weil nicht selten sehr kurzfristig Rechtsmittel eingelegt werden müssen. Plötzlich auftretende Unzulänglichkeiten des Faxgeräts können also durch Computertechnik aufgefangen und Fristen eingehalten werden.

© Dr. Manfred Weidner, LL.M. (Rechtinformatik), Rechtsanwalt

Bauvertragsrecht

1. Bauverträge und „die VOB“

Bauunternehmer und Bauhandwerker legen sehr häufig ihren Verträgen mit Bauherren „die VOB“ zugrunde. Damit ist, genauer gesagt, die „Vergabe- und Vertragsordnung (früher: Verdingungsordnung) für Bauleistungen“ Teil B (VOB/B) gemeint. Sie enthält ein im Allgemeinen als ausgewogen empfundenes Regularium für die Abwicklung von Bauverträgen.

Es kommt allerdings immer wieder vor, dass im Vertragsformular nicht nur auf die Geltung der VOB/B verwiesen wird, sondern zusätzlich verschiedene inhaltliche Abweichungen von den in der VOB/B niedergelegten Regeln aufgenommen werden. Dies geschieht zumeist in der Hoffnung, eine für die eine Vertragspartei ungünstige Regel der VOB/B wieder zu entschärfen oder zu kompensieren. Nach der älteren Rechtsprechung wurde auf Einwand hin geprüft, welches Gewicht der Eingriff in die VOB/B hatte. Denn nur wesentliche Eingriffe in die VOB/B führten dazu, dass das nur in seiner Gesamtheit als ausgewogen angesehene Regelwerk der VOB/B nicht mehr als Ganzes vereinbart war.

Nach jüngeren Urteilen des BGH führt nun jede vertragliche Abweichung von der VOB/B dazu, dass diese nicht mehr als Ganzes vereinbart gilt. Liegt ein solcher Fall vor, wird jede einzelne Regelung der VOB/B als allgemeine Geschäftsbedingung betrachtet und daraufhin überprüft, ob sie gem. den §§ 305 ff BGB wirksam ist. Mehrere Klauseln halten einer Überprüfung nicht stand. Als Folge dieser Rechtsprechung ist zu erwarten, dass man entweder auf die VOB/B abändernde Formulierungen in den Verträgen verzichtet oder den Bauvertrag individuell erstellt. Dabei orientiert man sich an den Regelungen des BGB sowie an den durch die AGB-Rechtsprechung für zulässig erachteten Vertragsklauseln.

2. Bestimmtheit von Bauverträgen

C&P

Für die Wirksamkeit eines Bauvertrages ist - was man sicherlich als selbstverständlich ansehen möchte - die Festlegung von Preis und Leistung entscheidend. Gleichwohl hatte das Oberlandesgericht Zweibrücken kürzlich einen Fall zu entscheiden, in dem das übersehen war. Parteien eines Fertighausvertrages hatten von Beginn an eine von der Standardausstattung des Fertighauses abweichende Planung zugrunde gelegt. Statt eines im Untergeschoss vorgesehenen Funktionskellers sollte eine Einliegerwohnung erstellt werden. Es wurde allerdings unterlassen, die Bauweise der Einliegerwohnung näher zu konkretisieren. Lediglich der geschätzte Kostenrahmen hierfür wurde in den Bauvertrag aufgenommen.

Später kam es zwischen Bauherr und Baufirma zum Streit. Das Oberlandesgericht verwies schlicht auf die Regelungen in den §§ 154, 155 BGB und entschied zutreffend: Es besteht keine Bindung der Vertragsparteien, wenn eine Einigung über die endgültige Planung und den Endpreis nicht mehr zustande kommt. Ansprüche aus dem Bauvertrag selbst bestanden daher nicht.

© Dr. Manfred Weidner, LL.M., Rechtsanwalt – Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht

Familienrecht

1. Unterhalt wegen Kindesbetreuung

Die Unterhaltsrechtsreform mit Wirkung zum 01.01.2008 führte zu einer stärkeren Betonung des Grundsatzes der Eigenverantwortung nach Scheidung der Ehe, weshalb jeder Ehegatte grundsätzlich verpflichtet ist, selbst für seinen Unterhalt zu sorgen. Erzieht ein Ehegatte die gemeinsamen Kinder, ist er ganz oder zeitweise an einer eigenen Erwerbstätigkeit gehindert. Mit zurückgehender Intensität der

Betreuung wurde diesem Ehegatten angesonnen, eine Teilzeittätigkeit bzw. später eine Vollzeittätigkeit anzunehmen. Der Einfachheit halber wurde dies regelmäßig mit dem Erreichen eines bestimmten Alters des Kindes verknüpft (z. B. 8 Jahre für eine Teilzeittätigkeit und 14 Jahre für eine Vollzeittätigkeit). Von dieser Rechtsprechung hat sich der Bundesgerichtshof mit seinem Urteil vom 06.05.2009 recht deutlich verabschiedet.

Fortan kommt es darauf an, ob und in welchem Umfang die notwendige Betreuung der Kinder auf andere Weise als durch den Ehegatten gesichert ist oder in kindgerechten Betreuungseinrichtungen gesichert werden könnte. Man mag eine solche Rechtsprechung ablehnen mit der Begründung, dass ein zeitlich intensiveres Engagement des erziehenden Elternteils den Vorzug haben sollte vor einer Betreuung des Kindes in einem Kindergarten oder in einer Kindertagesstätte. Die erwähnte Rechtsprechung aber ist Realität. Daher wird es erforderlich, in jedem Einzelfall sehr konkrete Tatsachen dazu vorzutragen, weshalb trotz vorhandener Betreuungsplätze eine Berufstätigkeit des erziehenden Elternteils unzumutbar ist. Eine Rolle spielen hierbei die bisherige Gestaltung der Kinderbetreuung, die außerhalb des Elternhauses mögliche Betreuung oder spezifische und sehr individuelle Belange des Kindes.

2. Begrenzung von Unterhaltszahlungen

Reicht das Einkommen aus einer eigenen Erwerbstätigkeit des geschiedenen Ehegatten nicht aus, seinen gesamten Lebensbedarf zu decken, kann ein sog. Anspruch auf Aufstockungsunterhalt geltend gemacht werden. Schon vor der jüngsten Unterhaltsrechtsreform konnten solche Ansprüche sowohl der Zeit als auch der Höhe nach begrenzt werden. Entscheidender Gesichtspunkt war bis vor kurzem, ob eine lebenslange Beibehaltung des ehelichen Lebensstandards durch ungeschmälernte Unterhaltszahlungen zu billigen war. Kriterien hierfür waren z. B., ob die Ehe lange dauerte, ob der anspruchsberechtigte Ehegatte gemeinsame Kinder betreut oder betreut hat oder erhebliche berufliche Nachteile um der Ehe willen auf sich genommen hat.

Zwar hat der Bundesgerichtshof mit Inkrafttreten des neuen § 1578 b BGB diese grundsätzliche Rechtsprechung fortgeführt. Maßgebliches Kriterium soll aber nun sein, inwieweit durch die Ehe Nachteile eingetreten sind im Hinblick auf die Möglichkeit, für den eigenen Unterhalt zu sorgen. Dies soll dann der Fall sein, wenn der unterhaltsberechtigte Ehegatte wegen der Ehe nur eine weniger qualifizierte oder schlechter bezahlte Tätigkeit ausüben kann, wenn der Ehegatte wegen der Gestaltung der Ehe vorübergehend aus dem Berufsleben ausgeschieden ist und deshalb eine Rückkehr in den erlernten Beruf nicht mehr möglich oder wegen der fortgeschrittenen technischen Entwicklung und wegen der fehlenden Erfahrung nur zu schlechteren Einkommensbedingungen gelingt.

Genau betrachtet hat sich also nicht nur die Akzentuierung verändert. Dies entspricht letztlich den wachsenden Möglichkeiten und Wünschen zur Berufstätigkeit von Frauen bzw. Müttern. Entscheidender Anknüpfungspunkt ist die Sichtweise des Reformgesetzgebers, der dem Grundsatz der Eigenverantwortlichkeit nach seiner ausdrücklichen Begründung endlich zum Durchbruch verhelfen will.

3. Zugewinnausgleich

Eine seit 01.09.2009 geltende Änderung im Zugewinnausgleichsrecht ist darin zu sehen, dass bei der Bemessung des in der Ehe erzielten Zugewinns nun auch die Tilgung von in die Ehe mitgebrachten Schulden berücksichtigt wird. Dies war vorher nicht so. Ein bei Eheschließung verschuldeter Ehegatte wurde so behandelt, als habe er ein Vermögen von 0,00 € gehabt. Gelang ihm während der Ehezeit seine Schuldentilgung, wurde sein Vermögen am Ende der Ehezeit ebenfalls mit 0,00 € bewertet, so dass in der Zeit zwischen Beginn und Ende der Ehezeit kein Euro Zugewinn angenommen wurde. Wenn der andere Ehegatte sein eigenes Vermögen nur geringfügig mehren konnte, war er dem entschuldeten Ehegatten gegenüber – man muss schon sagen: skurrilerweise – ausgleichspflichtig. Die Gesetzesänderung hat nun zu einer gerechteren Beurteilung der Anspruchssituation geführt: Der Betrag der Schuldentilgung wird in die Zugewinnberechnung eingestellt, so dass im obigen Beispiel ausgleichspflichtig ist, wer die höheren wirtschaftlichen Vorteile in der Ehezeit erworben hat.

Die zweite wichtige Änderung liegt darin, dass für die Berechnung des Zugewinns und für die Höhe einer etwaigen Ausgleichsforderung nicht mehr das Ende des ehelichen Güterstands (in der Regel Rechtskraft der Ehescheidung), sondern der Zeitpunkt der Zustellung des Scheidungsantrags maßgeblich ist. Die Möglichkeiten der Vermögensminderungen des voraussichtlich ausgleichspflichtigen Ehegatten sollen dadurch eingeschränkt werden.



© Dr. Manfred Weidner, LL.M., Rechtsanwalt – Fachanwalt für Familienrecht

Impressum und Hinweise

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 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.