

Newsletter

IP.IT.Media

Januar 2008

Das Ende der „absoluten Person der Zeitgeschichte“
im Presserecht

Die wesentlichen Änderungen durch die
Revision der Fernsehrichtlinie

Gefahr bei Kombination mehrerer Marken

Verwirrung um Firma und Marke –
Der EuGH verändert die Rechtspraxis

Rechtsentwicklung – aktuelle Gesetzesänderungen

Rechtsprechungs-Newsticker –
Leitsätze mit Anmerkungen

News aus der IP.IT.Media Practice Group



Liebe Leserinnen und Leser,

es ist nicht weiter erstaunlich, dass im Zeitalter der Eventkultur das Bedürfnis des Schutzes über eine Eventmarke entstand. Diese neue Markenform bietet speziellen Kennzeichenschutz im Bereich von Sponsoring und Merchandising. Die wesentliche Funktion der Eventmarke wird insbesondere in der Absicherung der entsprechenden Markenlizenzverträge gesehen, um so die Finanzierung des Events zu begünstigen. Der Fußball-Weltverband FIFA hatte die Zeichen „Fußball WM 2006“, „Fussball WM 2006“ und „WM 2006“ als Marken angemeldet. Der BGH hatte nur für das Zeichen „WM 2006“ eine grundsätzliche Schutzfähigkeit im Bezug auf einige Waren und Dienstleistungen angenommen und im Übrigen entschieden, dass die Zeichen zu löschen seien. Mittlerweile hat die FIFA auf diese Marken in Deutschland verzichtet.

Demgegenüber wurden von dem Harmonisierungsamt in Alicante die Löschanträge gegen die Zeichen zurückgewiesen, über das insoweit anhängige Beschwerdeverfahren (Az: R 1468/05-1) soll noch in diesem Jahr entschieden werden. Die Entscheidung wird mit Spannung erwartet, zumal allgemein das Bedürfnis anerkannt ist, entsprechende Großveranstaltungen oder Events einem gewissen Schutz zu unterstellen, der nach der gegebenen Gesetzeslage nicht gewährleistet ist.

Das Stichwort „Event“ ist schließlich auch die geeignete Überleitung, um Sie auf unser Seminar zum Thema „Update Internet“ aufmerksam zu machen. Nachdem die erste Veranstaltung hierzu am 15. November 2007 in Köln stattgefunden hat, dürfen wir auf die diesbezüglichen Vorträge an den anderen Standorten hinweisen. Wir werden zu den Themen Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte und Haftungsfragen im Internet informieren. Die Termine finden Sie auf Seite 25 des Newsletters. Wir freuen uns über Ihr Kommen.

Viel Vergnügen bei der Lektüre unseres Newsletters in neuem Outfit, der sich in dieser Ausgabe insbesondere mit presse- und markenrechtlichen Themen beschäftigt und die durch die Revision der Fernsehrichtlinie bedingten wesentlichen inhaltlichen Änderungen erläutert.

Ihre Ulrike Helkenberg

Editorial

Ulrike Helkenberg



Der VI. Zivilsenat des BGH hat in mehreren aktuellen Entscheidungen den Schutz Prominenter vor unerwünschter Veröffentlichung von Fotos erheblich gestärkt. Auslöser dieser Fortentwicklung des Rechts waren – wieder einmal – Prinzessin Caroline und Prinz Ernst August von Hannover, die insbesondere gegen die Veröffentlichung von Fotos klagten, welche sie in ihrem Skiurlaub zeigten.

Nach der früheren deutschen Rechtsprechung war eine Bildberichterstattung über Prominente gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG grundsätzlich schon dann erlaubt, wenn die betreffenden Fotos im öffentlich zugänglichen Raum aufgenommen wurden. Ein besonderer publizistischer Anlass war nicht erforderlich. Der betroffene Prominente hatte diese Bildberichterstattung zu dulden, weil er allein kraft seiner Prominenz als sogenannte „absolute Person der Zeitgeschichte“ angesehen wurde, die stets als Objekt eines berechtigten Informationsinteresses der Öffentlichkeit galt. Es spielte also keine Rolle, ob das Foto den betroffenen Prominenten auf der Bühne oder beim Einkaufen im heimischen Supermarkt zeigte. Geschützt war er grundsätzlich nur an dem Einblick der Öffentlichkeit entzogenen Orten. Ausnahmen hiervon galten bei – allerdings von dem Betroffenen zu beweisenden – überwiegenden berechtigten Interessen an einem Unterbleiben der Bildveröffentlichung im Einzelfall (§ 23 Abs. 2 KUG). Auch die – selbst nicht prominenten – Begleitpersonen von Prominenten durften grundsätzlich in der Öffentlichkeit abgelichtet werden.

Diese Rechtsprechung musste nun aufgrund einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR 24.06.2004, NJW 2004, 2647 ff.) überdacht werden. Der EGMR bescheinigte der deutschen Rechtspraxis eine Verletzung des Art. 8 der Europäischen Menschenrechtskonvention, also des Menschenrechts auf Wahrung der Privatsphäre. Auch dieses Verfahren war von Caroline von Hannover betrieben worden.

Mit den nun vorliegenden Entscheidungen hat der Bundesgerichtshof den Bedenken des EGMR Rechnung getragen. Er stellt nunmehr heraus, dass die Bekanntheit des Betroffenen als solche nicht ausreichend für den Tatbestand des „Bildnisses der Zeitgeschichte“ gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG sein kann. Hinzutreten müsse hierfür vielmehr ein publizistischer Anlass, der ein konkretes Informationsinteresse der Öffentlichkeit an

Das Ende der „absoluten Person der Zeitgeschichte“ im Presserecht

BGH 06.03.2007, NJW 2007, 1977 ff. und BGH 06.03.2007, NJW 2007, 1981 ff.

Kai Runkel (Köln)

Bisherige Rechtslage

Entscheidung des EGMR

Neue Rechtslage

Das Ende der „absoluten Person der Zeitgeschichte“ im Presserecht

der Veröffentlichung gerade des jeweils in Rede stehenden Fotos begründe. Die Veröffentlichung eines Fotos von Prinzessin Caroline im Sessellift an ihrem Skiurlaubsort konnte daher nicht allein mit dem allgemeinen Interesse der Öffentlichkeit an der Urlaubsgestaltung des Hochadels begründet werden. Zulässig wurde sie im konkreten Einzelfall erst dadurch, dass im Begleittext über die schwere Erkrankung ihres Vaters, des Fürsten von Monaco, berichtet wurde. Der publizistische Anlass für die Bildberichterstattung über den Skiurlaub der Tochter war damit die Frage, ob Caroline nicht eher am Krankenbett ihres Vaters als im Sessellift sitzen sollte. Demgegenüber wurde die Verwendung der Fotos aus dem Skiurlaub zur Illustration eines Textbeitrags über ein gesellschaftliches Ereignis, das in keinem Zusammenhang mit dem Wintersport der Prinzessin stand, als unzulässig angesehen.

k.runkel@heuking.de

Fazit: Bei der Bildberichterstattung über Prominente wird in Zukunft wesentlich genauer zu prüfen sein, ob das zu veröffentlichende Foto in einem inhaltlichen Zusammenhang mit einem zeitgeschichtlichen Ereignis steht. Die Rechtsfigur der „absoluten Person der Zeitgeschichte“, die allein aufgrund ihrer Prominenz bereits die publizistische Rechtfertigung zur Bildberichterstattung darstellt, hat damit wohl ausgedient.

Die wesentlichen Änderungen durch die Revision der Fernsehrichtlinie

Die Revision der Fernsehrichtlinie ist abgeschlossen. Sie firmiert nun unter der Bezeichnung „Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste“ (RLAVM). Am 29. November 2007 hat das Europäische Parlament den neuen Richtlinienentwurf verabschiedet. Wie aus der neuen Bezeichnung deutlich wird, liegt die wesentlichste Änderung in einem erweiterten Anwendungsbereich. Darauf aufbauend wurde eine zweistufige Regulierung eingeführt. Zudem wurden die Werbevorschriften liberalisiert.

Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30.06.1997 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, ABl. L 202 vom 30.07.1997, S. 60-70

Michael Schmittmann (Düsseldorf)

Philip Kempermann, LL.M. (Düsseldorf)

Die wesentlichen Änderungen durch die Revision der Fernsehrichtlinie

Neuer Anwendungsbereich

Gemäß Art. 1 lit. a ist der Anwendungsbereich der Richtlinie durch den Begriff der audiovisuellen Mediendienste definiert. Der europäische Gesetzgeber hat sich damit für einen technologieneutralen Ansatz entschieden, denn für einen audiovisuellen Mediendienst kommt es nicht mehr auf die Übertragungstechnik an. Mit der neuen Richtlinie werden alle audiovisuellen Medien erfasst, die über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Art. 2 lit. a Rahmenrichtlinie (RL 2002/21/EG) verbreitet werden und bewegte Bilder zum Inhalt haben, also vor allem auch die neuen Verbreitungsmöglichkeiten wie IPTV oder Webcasting. Reine Audiodienste wie Hörfunk bleiben allerdings vom Anwendungsbereich der neuen Richtlinie ausgeschlossen (Erwägungsgrund 22).

Innerhalb der audiovisuellen Mediendienste unterscheidet die Richtlinie zwischen Fernsehprogrammen (Art. 1 lit. e) und audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf (Art. 1 lit. g). Die Fernsehprogramme entsprechen dem Anwendungsbereich der bisherigen Fernsehrichtlinie, also dem klassische Fernseh-Rundfunk. Im Unterschied zur Fernsehrichtlinie setzt die neue Richtlinie an inhaltlichen Kriterien an, um einen Dienst in ein Regulierungsgefüge einzustufen, und nicht mehr an technischen Kriterien. Die audiovisuellen Mediendienste auf Abruf werden derzeit am ehesten durch „Video-on-Demand“-Angebote charakterisiert, aber es sind zukünftig auch andere Anwendungsmodelle vorstellbar.

Anknüpfend an den neuen Anwendungsbereich sieht die Richtlinie nunmehr eine zweistufige Regulierung vor. Die allgemeinen Bestimmungen für alle audiovisuelle Mediendienste beinhalten neben dem Sendestaatsprinzip und den generellen Anforderungen an die Werbung auch neue Regelungen wie die Informationspflichten der Mediendiensteanbieter (Art. 3a) und die umstrittene Produktplatzierung (Art. 3g).

Anschließend finden sich spezielle Vorschriften für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf und für Fernsehsendungen. Aus den unterschiedlichen Anforderungen ergibt sich in der neuen europäischen Medienordnung eine abgestufte Regulierung. Die Abstufung beruht auf dem Gedanken, dass die audiovisuellen Mediendienste auf Abruf zwar das Potenzial besitzen, Fernsehprogramme teilweise zu ersetzen (vgl. Erwägungsgrund 48), aber gleichzeitig den Nutzern mehr Auswahl- und Steuerungsmöglichkeiten bieten und daher eine weniger strenge Regulierung als für Fernsehsendungen rechtfertigen (vgl. Erwä-

Zweistufige Regulierung

Die wesentlichen Änderungen durch die Revision der Fernsehrichtlinie

gungsgrund 42). So bestehen für die inhaltliche Ausgestaltung der audiovisuellen Mediendienste auf Abruf nur rudimentäre Vorgaben, die sich auf den Jugendschutz und die Förderung europäischer Werke beschränken. Dagegen werden Fernsehsendungen einer deutlich strengeren Regulierung, wie sie weitgehend aus der Fernsehrichtlinie bekannt ist, unterzogen.

Die Werbevorschriften wurden deutlich liberalisiert. Das tägliche Gesamtlimit für Werbung im Fernsehen wurde fallen gelassen. Allerdings wurde das stündliche Limit von 12 Minuten beibehalten. Gleichzeitig wurden die Vorschriften für Werbeunterbrechungen gelockert. Sendungen, die bisher nur bei einer programmierten Sendedauer von mehr als 45 Minuten einmal unterbrochen werden durften, dürfen nun alle 30 Minuten Werbung beinhalten.

Außerdem hat die viel diskutierte Produktplatzierung Eingang in die neue Richtlinie gefunden. In Abgrenzung zur Schleichwerbung muss auf eine Produktplatzierung hingewiesen werden und es darf weder eine unangemessene Herausstellung des beworbenen Produkts noch eine direkte Kaufaufforderung erfolgen. Allerdings bleibt der Grundsatz des Verbots der Produktplatzierung bestehen. Die Mitgliedsstaaten haben lediglich die Möglichkeit, eine Produktplatzierung ausnahmsweise und für bestimmte Fälle zu erlauben. Es wird abzuwarten sein, welche Mitgliedsstaaten davon Gebrauch machen werden. Da Deutschland der Produktplatzierung durchweg sehr kritisch gegenüber steht, ist nicht davon auszugehen, dass in Deutschland eine Produktplatzierung erlaubt werden wird.

m.schmittmann@heuking.de

p.kempermann@heuking.de

Liberalisierte Werbevorschriften

Fazit: Die revidierte Richtlinie stellt mit ihrem neuen Anwendungsbereich und der abgestuften Regulierung einen wichtigen Schritt zu einer konvergenz-festeren Medienordnung mit Entwicklungspotenzial für die Zukunft dar. Zusätzlich erhalten die Marktteilnehmer mehr Freiheiten im Umgang mit der Werbung.



Der BGH hatte kürzlich über die Frage zu entscheiden, ob eine Wortmarke rechtserhaltend benutzt worden war, wenn deren Benutzung lediglich in Form eines Wort-/Bildzeichens nachgewiesen werden konnte, in dem noch ein zusätzlicher Wortbestandteil enthalten war.

Konkret ging es um die Benutzung der Wortmarke „Blue Night“. Das von dem Markeninhaber tatsächlich benutzte Gesamtzeichen sah wie folgt aus:



Das Berufungsgericht hatte die von der Klägerin geltend gemachte Verletzung ihrer für Parfümeriewaren geschützten Wortmarke „Blue Night“ nicht für gegeben angesehen und die Klage abgewiesen. Das Berufungsgericht hatte eine rechtserhaltende Benutzung „Blue Night“ verneint und dazu ausgeführt, die Klägerin habe die Wortmarke „Blue Night“ nicht benutzt, sondern nur das vorstehend wiedergegebene Zeichen „bodo Blue Night“. Zwar sei nach § 26 Abs. 3 MarkenG eine rechtserhaltende Benutzung einer Marke auch gegeben, soweit der kennzeichnende Charakter der Marke durch die Abweichungen nicht verändert werde. Jedoch verstehe der Verkehr „bodo“ vorliegend als Hinweis auf eine bestimmte Duftserie der Klägerin und „Blue Night“ als die Bezeichnung einer Duftnote aus dieser Serie. Mit „bodo“ werde auf die gemeinsame Qualität der Produkte dieser Duftserie verwiesen und damit das Produkt gleichsam als Serienmitglied zusätzlich gekennzeichnet. Damit komme dem Bestandteil „bodo“, der selbst als Wortmarke für die Klägerin eingetragen sei, eine eigene kennzeichnende Wirkung zu mit der Folge, dass der Verkehr in der tatsächlichen Benutzungsform „bodo Blue Night“ nicht mehr die eingetragene Marke „Blue Night“ wahrnehme.

Der BGH hat das mit der Revision angefochtene Urteil aufgehoben und an das Berufungsgericht zur Entscheidung zurückverwiesen. Er führte in seiner Entscheidung aus:

Gefahr bei Kombination mehrerer Marken

BGH 08.02.2007, GRUR 2007, 592 – bodo Blue Night

Dr. Søren Pietzcker (Hamburg)

Bisherige Rechtslage

Die Entscheidung der Vorinstanz



Gefahr bei Kombination mehrerer Marken

Die Korrektur durch den BGH

„Werden zur Kennzeichnung einer Ware – wie im Streitfall – zwei Zeichen verwendet, liegt es in der Regel nahe, dass der Verkehr darin ein aus zwei Teilen bestehendes zusammengesetztes Zeichen erblickt. Denkbar ist aber auch, dass der Verkehr in der Kennzeichnung keinen einheitlichen Herkunftshinweis, sondern zwei voneinander zu unterscheidende Zeichen sieht. Da zur rechtserhaltenden Benutzung einer Marke auch deren Verwendung als Zweitmarke ausreicht, muss diese Möglichkeit auch im Streitfall in die Betrachtung miteinbezogen werden.“

Dies gelte insbesondere dann, wenn der Verkehr an die Verwendung von Zweitkennzeichen gewöhnt ist. Eine derartige Verwendung wird insbesondere dann deutlich, wenn es sich bei einem der beiden Zeichen um den im Verkehr bekannten Namen des Unternehmens handelt. Die Verwendung einer Zweitmarke liege aber auch bei Serienzeichen nahe, bei denen das eine Zeichen die Produktfamilie, das andere das konkrete Produkt benennt. Bei Duftwässern entspreche eine solche Kennzeichnungspraxis durchaus dem Üblichen.

Vorliegend muss das Berufungsgericht daher prüfen, ob das mit der Klagemarke „Blue Night“ kombinierte Zeichen „bodo“ vom Verkehr als eigenständiges Zeichen aufgefasst wird. Dafür spricht nach Ansicht des BGH, dass in dem hier in Rede stehenden Warengbiet Zweitmarken häufig verwendet werden und insbesondere das Zeichen „bodo“ im Zusammenhang mit anderen Duftnoten tatsächlich verwendet worden ist. Kommt das Berufungsgericht zu dem Ergebnis, dass der Verkehr in dem oben wiedergegebenen Zeichen „bodo Blue Night“ die eingetragene Wortmarke „Blue Night“ der Klägerin als eigenständiges Zeichen wiedererkennt, so kommt es für die rechtserhaltende Nutzung der Marke „Blue Night“ nicht darauf an, ob die Produkte auch noch das Zeichen „bodo“ tragen. Eine rechtserhaltende Benutzung der Marke „Blue Night“ wäre damit zu bejahen.

s.pietzcker@heuking.de

Fazit: Ist eine rechtserhaltende Benutzung nicht gegeben, so können keine Rechte mehr aus dem Zeichen hergeleitet werden. Die Marke kann auf Antrag, den jeder Dritte stellen kann, gelöscht werden (vgl. § 49 MarkenG). Es ist daher darauf zu achten, dass ein aus zwei Marken gebildetes Gesamtzeichen weiterhin den eigenständigen Charakter der einzelnen Marken erkennen lässt. Als Indiz für eine selbstständige Stellung einer Marke innerhalb eines kombinierten Zeichens hat der BGH die Üblichkeit der Verwendung als Zweit- oder Dachmarke in dem betreffenden Warengbiet ebenso angeführt wie die Verwendung als Grundbestandteil eines Serienzeichens.

Verwirrung um Firma und Marke – Der EuGH verändert die Rechtspraxis

EuGH 11.09.2007 (Rs. C-17/06) „Céline“

Dominik Eickemeier (Köln)

In seiner Entscheidung vom 11. September 2007 hat der EuGH für eine faustdicke Überraschung gesorgt. Bisher gingen die herrschende Meinung und die Rechtsprechung nahezu einheitlich davon aus, dass auch die Firma eines Unternehmens mit einer älteren Marke eines anderen kollidieren kann. Dies ist zwar auch im Grundsatz nach der Entscheidung des EuGH noch so, allerdings ändern sich die Vorzeichen doch deutlich.

Zwar könne die Benutzung einer Gesellschaftsbezeichnung, eines Handelsnamens oder eines Firmenzeichens immer noch eine Verletzung einer älteren Marke eines Dritten darstellen, wenn die erforderliche Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit gegeben sei. Einschränkend hat der EuGH jedoch festgehalten, dass dies nur dann der Fall sei, wenn es sich um eine Benutzung für Waren (oder Dienstleistungen) handele, die die Funktionen der Marke beeinträchtigt oder beeinträchtigen kann. Hat man also eine genügende Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen und eine genügende Ähnlichkeit der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen festgestellt, erfolgt nach dem EuGH nunmehr noch eine weitergehende Prüfung, ob der Gesellschaftsname, der Handelsname bzw. das Firmenzeichen auch als Unterscheidungsmittel für die Waren oder Dienstleistungen verstanden werden kann.

Die nationalen Gerichte werden daher in Zukunft genau prüfen müssen, ob ein solcher Warenbezug der Firmenbezeichnung vorliegt. Ein Beispiel haben die Richter genannt. So sei ein solcher Bezug etwa dann hergestellt, wenn der Unternehmensname auch auf den Artikeln angebracht werde. Hintergrund dieser Entscheidung ist, dass Firmenzeichen grundsätzlich nicht dazu bestimmt seien, Waren oder Dienstleistungen unterscheidbar zu machen, sondern vielmehr der näheren Bestimmung eines Unternehmens als solchem dienen. Insofern, so der EuGH, sei eine Verwechslungsgefahr zwischen Marke und Firma durch den Verkehr nicht ohne Weiteres gegeben. Dieser wäre nur dann anzunehmen, wenn das Firmenzeichen mit den entsprechenden Waren oder Dienstleistungen verknüpft sei.

d.eickemeier@heuking.de

Der Inhalt der Entscheidung

Konsequenzen für die deutsche Rechtsprechung

Fazit: Die Rechtsprechung wird die Kriterien zu erarbeiten haben, bei deren Vorliegen man einen entsprechenden Warenbezug annehmen kann. Einfacher dürfte dies in der Regel bei Dienstleistungen sein, da hier die Bezeichnung der Dienstleistung mit der Marke und die Verwendung desselben Begriffes als Firma häufig ineinander übergehen.

Rechtsentwicklung – aktuelle Gesetzesänderungen

Londoner Übereinkommen tritt in Kraft – Zugang zum europäischen Patent erleichtert

Sabine Fiedler (Düsseldorf)

Mit dem Londoner Übereinkommen werden im Rahmen des europäischen Patents deutlich weniger Übersetzungen erforderlich sein. Dies führt zu einer erheblichen Kostenreduzierung, die wiederum den Erfindern den Zugang zu einem umfassenden Patentschutz erleichtert.

Für die 32 Mitgliedstaaten des Europäischen Patentübereinkommens (EPÜ) gilt ein vereinfachtes Patentanmeldeverfahren. Das Europäische Patentamt erteilt aufgrund eines zentralisierten einheitlichen Verfahrens europäische Patente für die Mitgliedstaaten des EPÜ. Dafür muss nur eine einzige Patentanmeldung in einer der drei Amtssprachen (Deutsch, Englisch, Französisch) eingereicht werden.

Mit der Erteilung des europäischen Patentbesitzes ist aber nicht automatisch eine Gültigkeit in den einzelnen Mitgliedstaaten erreicht. Der Patentinhaber kann und muss den geografischen Geltungsbereich seines Patents selber bestimmen, indem die jeweilige „nationale Phase“ eröffnet wird. Das erteilte europäische Patent muss dabei in die Amtssprache des Staates übersetzt werden, in welchem die Erfindung Patentschutz genießen soll. Dies bedeutet eine erhebliche finanzielle Belastung. So kostet die vollständige Übersetzung eines Patents in eine andere Sprache durchschnittlich 1.400 EUR. Für einen Patentrechtsschutz in allen Mitgliedsstaaten müsste also mit Übersetzungskosten von 30.000 EUR gerechnet werden. Aus diesem Grund wird derzeit der Patentrechtsschutz für ein europäisches Patent im Schnitt lediglich für sieben Staaten erwirkt.

Um die Kosten für ein europäisches Patent deutlich zu senken, wurde am 17. Oktober 2000 das Londoner Übereinkommen (London Protocol) geschlossen. Dieses Übereinkommen sieht vor, dass eine europäische Patentanmeldung in der nationalen Phase nicht mehr vollständig in die jeweilige Landessprache übersetzt werden muss. Der Verzicht auf Übersetzungen gilt zwingend für die Patentbeschreibung. Die Staaten können aber auf eine Übersetzung der Patentansprüche bestehen. Da diese jedoch nur einen geringen Anteil des vollständigen Patents

Das europäische Patent: Mit einer Anmeldung Patentschutz in 32 Ländern erlangen

Nachteil: Hoher Übersetzungsaufwand

Das Londoner Übereinkommen: Reduzierung der Übersetzungserfordernisse

Londoner Übereinkommen tritt in Kraft – Zugang zum europäischen Patent erleichtert

ausmachen, führt das Londoner Übereinkommen zu einer erheblichen Kostensenkung. Soll der Patentrechtsschutz in allen Mitgliedsstaaten gelten, sind statt bisher gut 30.000 EUR dank des Londoner Übereinkommens nur noch 6.500 EUR an Übersetzungskosten fällig.

Mit der Zustimmung der französischen Nationalversammlung und des Senates ist nun endlich der Weg frei für eine Ratifizierung des Londoner Übereinkommens. Es tritt dann vier Monate nach Hinterlegung der Ratifizierungsurkunde in Kraft, also voraussichtlich in der ersten Hälfte 2008. s.fiedler@heuking.de

Inkrafttreten

Fazit: Das Londoner Übereinkommen wird vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen positive Auswirkungen haben. Durch Reduzierung der Kosten wird der Zugang zum europäischen Patentschutz erleichtert.



Am 21. November 2007 billigten der Ministerrat von Rheinland-Pfalz und die Landesregierung Niedersachsen den Entwurf des 10. Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (im Folgenden: 10. RÄStV). Mit dem Staatsvertrag sind Änderungen am Zulassungswesen, an der Organisation der Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten sowie der Regulierung von Plattformen verbunden. Er soll Ende des Jahres durch die Ministerpräsidenten der Länder unterzeichnet werden und am 1. September 2008 in Kraft treten.

Billigung des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags

10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag,
Stand 31. Oktober 2007

Philip Kempermann, LL.M. (Düsseldorf)



Durch den 10. RÄStV wird das Zulassungsverfahren für bundesweit verbreitete private Rundfunkprogramme geändert. Die Zulassungsvoraussetzungen sind nicht mehr Sache der einzelnen Länder. Ab dem 1. September 2008 ist die neu geschaffene Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) für die Zulassung von bundesweit verbreiteten Rundfunkprogrammen zuständig.

Gleichzeitig sind auch die Weiterverbreitungsregeln für ausländische Fernsehprogramme geändert worden. Nach § 51b Abs. 1 RÄStV ist nunmehr die zeitgleiche und unveränderte Weiterverbreitung von bundesweit empfangbaren Fernsehprogrammen, die in Europa in rechtlich zulässiger Weise veranstaltet werden, zulässig, ohne dass darüber eine Entscheidung ergehen muss. Es bedarf weder einer Anzeige der Weiterverbreitung noch eines eigenen Zulassungsaktes in Deutschland. Es reicht aus, wenn die Zulassung oder ein vergleichbares Dokument vorgelegt wird. Unerheblich ist dabei, in welchem Land die Zulassung erteilt wurde, solange das Fernsehprogramm den Anforderungen des § 3 RStV und des JMStV entspricht.

Gänzlich neu gefasst ist auch die Plattformregulierung der §§ 52 ff. RÄStV. Erfasst werden alle Plattformen, unabhängig von der technischen Übertragungsart und Übertragungskapazität, also sowohl Satellit, Terrestrik, Breitbandkabel als auch IPTV. Anbieter softwaregestützter Plattformen im Internet, die IPTV ohne eine garantierte Bandbreite anbieten, werden jedoch nur erfasst, wenn sie eine marktbeherrschende Stellung innehaben. Von der Plattformregulierung explizit ausgenommen sind kleine Satelliten- und Terrestrik-Plattformen sowie unabhängige NE4-Kabelnetzbetreiber mit weniger als 10.000 Empfangshaushalten.

Der Betrieb einer Plattform bedarf weiterhin keiner Zulassung. Neu ist jedoch, dass die Plattform spätestens einen Monat vor Inbetriebnahme bei der zuständigen Landesmedienanstalt angemeldet werden muss. Zudem muss der Betreiber der Plattform den gleichen Anforderungen genügen wie die Rundfunkveranstalter gemäß § 20a Abs. 1, 2 RÄStV. Des Weiteren ist der Plattformbetreiber bei der Belegung seiner Übertragungskapazitäten nicht vollkommen frei, da er die Belegungsvorgaben von § 52b RÄStV beachten muss, die der Sicherung der Meinungsvielfalt dienen.

§ 52c RÄStV sichert die Diskriminierungsfreiheit beim Betrieb von Plattformen. So soll den Rundfunkveranstaltern der Zugang

Billigung des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags

Neues Zulassungsverfahren für bundesweit verbreitete private Rundfunkprogramme

Vereinfachung der Weiterverbreitung von ausländischen Fernsehprogrammen

Plattformregulierung

Der Betrieb einer Plattform ist zulassungsfrei, muss aber angemeldet werden.

Der Betrieb einer Plattform muss diskriminierungsfrei erfolgen

Billigung des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags

zu den Plattformen als wesentlichen Einrichtungen gesichert werden. Neu ist die Erweiterung des Schutzbereichs auf die Hersteller von digitalen Rundfunkempfangsgeräten. Diese sind häufig auf die Zertifizierung ihrer Set-Top-Boxen durch die Plattformbetreiber angewiesen, um im Markt bestehen zu können. In der Vergangenheit wurde eine solche Zertifizierung teilweise durch Plattformanbieter verweigert. Mit dem neuen RÄStV ist neben dem Telekommunikations- und Kartellrecht auch das Medienrecht auf Diskriminierungsfälle von Set-Top-Box-Herstellern anwendbar. Es ist davon auszugehen, dass dieser zusätzliche Weg die Erfolgsaussichten der Hersteller erweitert, da die zuständigen Landesmedienanstalten vor allem der Vielfaltssicherung im Medienbereich verpflichtet sind, wozu auch gehört, technologieneutrale Empfangslösungen zu gewährleisten.

p.kempermann@heuking.de

Fazit: Der 10. RÄStV bringt zahlreiche Neuerungen. Einige bewirken lediglich Änderungen im Verfahrensablauf und der Organisation der zuständigen Behörden, andere hingegen wirken sich intensiv auf die Beteiligten aus.

„2. Korb“ der Urheberrechtsreform tritt zum Jahreswechsel in Kraft

BGBl. I 2007, S. 2513

Kai Runkel (Köln)

Der sogenannte „2. Korb“ der Urheberrechtsreform ist zum 1. Januar 2008 in Kraft getreten. Das „Zweite Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft“ vom 26. Oktober 2007 wurde am 31. Oktober 2007 im Bundesgesetzblatt verkündet (zur Diskussion über den Gesetzesentwurf vgl. den Beitrag „Ein Korb mit frischen Früchten“ im IP.IT.Media Newsletter Dezember 2006).

„2. Korb“ der Urheberrechtsreform tritt zum Jahreswechsel in Kraft

Neues zum Recht der Privatkopie

Das Gesetz enthält u.a. eine Klarstellung des § 53 UrhG (Freiheit der Privatkopie). Es geht hierbei um den Download von urheberrechtlich geschützten Werken (insbesondere Musik- oder Filminhalte) über Internet-Tauschbörsen. Bereits der Download stellt zukünftig ohne Weiteres eine Urheberrechtsverletzung dar, wenn es – wie es auf Tauschbörsen im Regelfall anzunehmen ist – offensichtlich ist, dass der Uploader kein Recht zur Einstellung dieser Inhalte ins Internet hat. Eine in der Diskussion über den Gesetzesentwurf erwogene Bagatellklausel, um eine „Kriminalisierung der Schulhöfe“ zu vermeiden, ist nicht in das Gesetz aufgenommen worden.

Eine weitere Neuerung betrifft das zukünftig zulässige Zugänglichmachen von urheberrechtlich geschützten Werken an elektronischen Leseplätzen durch Bibliotheken, Museen und Archive (§ 52b UrhG n.F.). Kritisiert wird bereits jetzt, dass die Anzahl der gleichzeitig auf elektronischem Weg zugänglich zu machenden Exemplare vom Gesetzgeber auf die Anzahl der vorhandenen „Hardcopies“ begrenzt wurde. Ebenfalls neu eingefügt wird § 53a UrhG n.F., der Regelungen zum Kopienversand durch öffentliche Bibliotheken auf Bestellung enthalten wird.

Neu ist auch die Zulässigkeit von Vereinbarungen über die Einräumung von Nutzungsrechten an noch nicht bekannten Nutzungsarten (§ 31a UrhG n.F.). Für entsprechende Verträge ist Schriftform vorgeschrieben. Dem Rechteinhaber steht ein Widerrufsrecht zu, das er innerhalb von drei Monaten nach Absendung einer Mitteilung des Nutzungsberechtigten über die geplante neue Nutzungsart ausüben kann. Dies gilt dann, wenn keine Einigung über eine Vergütung für diese neue Nutzungsart zustande kommt. Diese Regelung gilt auch für Altverträge, die vor dem 1. Januar 2008 abgeschlossen wurden und eine ausschließliche, räumlich und zeitlich unbegrenzte Einräumung aller wesentlichen Nutzungsrechte enthalten (§ 137 Abs. 1 UrhG n.F.).

Daneben werden Anfang 2008 umfangreiche Änderungen hinsichtlich der Vergütung für Vervielfältigungen urheberrechtlich geschützter Werke in Kraft treten. Vergütungspflichtig sind zukünftig alle Geräte und Speichermedien, deren Typ zur Herstellung von zulässigen Privatkopien benutzt wird (§ 54 Abs. 1 UrhG n.F.). Für die Höhe der Vergütung wird nur noch ein gesetzlicher Rahmen vorgegeben; die konkrete Vergütungshöhe soll vom tatsächlichen Umfang der Nutzung der betroffenen Geräte und Speichermedien zur Vervielfältigung geschützter Werke abhängen (§ 54a UrhG n.F.). Hierüber sollen Verwertungsge-

Neuregelungen zu elektronischen Leseplätzen

Vereinbarungen über noch nicht bekannte Nutzungsarten zukünftig erlaubt

Neue Regelungen zur Vergütungspflicht (Geräteabgaben)

„2. Korb“ der Urheberrechtsreform tritt zum Jahreswechsel in Kraft

sellschaften und Herstellerverbände eine einvernehmliche Regelung treffen; ansonsten müssen empirische Marktstudien durchgeführt werden (§§ 13a Abs. 1, 14 Abs. 5a UrhWG n.F.). Die ursprünglich vorgesehene Höchstgrenze der Geräteabgabe von fünf Prozent des Gerätepreises ist nicht Gesetz geworden.

k.runkel@heuking.de

Fazit: Insbesondere im Bereich des Urhebervertragsrechts ergeben sich durch die Rechtsänderung neue Möglichkeiten. Um hiervon profitieren zu können, müssen Nutzungsrechtevereinbarungen zukünftig neu formuliert werden.

Aus unserer Praxis

Wenn auch das Wahre das Falsche ist ... Zur Veröffentlichung von erstrittenen Urteilen

Anton Horn (Düsseldorf)

Thorsten A. Wieland (Frankfurt am Main)

Urteile dürfen nicht ohne Weiteres veröffentlicht werden. Wer vor Gericht erfolgreich ist, muss sich genau überlegen, wie der Erfolg kommuniziert werden darf. Mitglieder unserer Practice Group IP.IT.Media erreichten, dass auch der Unterlegene in einem Patentverletzungsverfahren der Pressekampagne des obsiegenden Wettbewerbs nicht schutzlos ausgeliefert ist.

Ein Unternehmen streitet sich mit seinem Wettbewerber und die Sache wird im Markt aufmerksam verfolgt. Es geht um die Verletzung eines Patents, der Vorwurf der Produktpiraterie macht die Runde und die Sache geht vor Gericht. Der Rechtsstreit dauert lange, ist anstrengend und teuer; in erster Runde

Wenn auch das Wahre das Falsche ist ... Zur Veröffentlichung von erstrittenen Urteilen

gewinnt der Patentinhaber vor dem Landgericht Düsseldorf, dem wichtigsten deutschen Gericht für Patentverletzungssachen. Er freut sich, stellt das Urteil als PDF abrufbar ins Internet, und weist seine Kunden per E-Mail darauf hin.

Das erscheint verständlich, denn schließlich wird ja nur die Wahrheit gesagt. Der Patentinhaber gibt den interessierten Marktteilnehmern die Möglichkeit, sich über den Inhalt des Urteils anhand des Originaldokuments zu informieren.

Und doch ist für den Sieger Vorsicht geboten. Der Unterlegene muss die Veröffentlichung eines Urteils nicht unbedingt hinnehmen. Selbst die Wahrheit kann irreführend sein – wenn nämlich bestimmte Tatsachen nicht mit der notwendigen Klarheit zum Ausdruck kommen.

Unsere Frankfurter Wettbewerbsrechtler (Thorsten Wieland, Dr. Holger Alt und Dr. Eberhard Koch) konnten zusammen mit den Düsseldorfer Patentrechtlern (Anton Horn, Melanie Künzel und Sabine Fiedler) kürzlich erreichen, dass bei Berichterstattung über ein Urteil z. B. deutlich gemacht werden muss, dass es (i) nicht rechtskräftig ist, (ii) nur gegen eine (hohe und noch nicht erbrachte) Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar ist, und (iii) nur sehr spezielle Produkte des Unterlegenen betrifft. Diese bedeutsamen Aspekte waren weder der Berichterstattung noch dem Urteilswortlaut ohne Weiteres zu entnehmen, zumindest nicht für juristische Laien.

Bei Urteilen in Patentverletzungsprozessen wird nämlich im „Tenor“, also dem eigentlichen Inhalt der Entscheidung, der gesamte Wortlaut des Patentanspruchs wiederholt, so dass man den Eindruck gewinnen könnte, eine unbestimmte Vielzahl von Produkten wären von diesem sehr weiten Wortlaut betroffen. In Wirklichkeit ging es im Prozess nur um ein sehr spezielles Produkt und das Urteil traf daher nur zu diesem Produkt eine Aussage. Diese Beschränkung der rechtlichen Relevanz des Urteils ergibt sich allerdings nur aus den Urteilsgründen (mehrere Seiten hinter dem „Tenor“) und der dort beschriebenen „angegriffenen Ausführungsform“. Der Bundesgerichtshof hat zwar eindeutig entschieden, dass auf diese Weise der – sehr abstrakte und damit weite – Wortlaut des Urteilstenors wieder eingeschränkt wird (BGH, Urteil vom 23. Februar 2006, Az. I ZR 272/02 – Markenparfümverkäufe) – aber welcher Nichtjurist kann das wissen?

Auch die Wahrheit kann irreführend sein

Urteile treffen nur Aussagen zum konkreten Produkt



Per einstweiliger Verfügung wurde eine Klarstellung erreicht. Der Patentinhaber musste aktiv darüber informieren, dass das Urteil nicht rechtskräftig ist und außerdem nur sehr spezielle Produkte betraf, also über andere Produkte keine Aussage enthielt.

Irreführend informiert also auch, wer unvollständig informiert. Patentverletzungsurteile dienen nicht der Information der Öffentlichkeit und wer sie trotzdem dazu verwenden will, muss sie entsprechend erläutern, um Missverständnisse zu vermeiden.

Mittlerweile ist gegen das Patentverletzungsurteil auch Berufung beim Oberlandesgericht Düsseldorf eingelegt worden, und der Unterlegene lässt die Rechtsbeständigkeit des Patents durch Nichtigkeitsklage beim Bundespatentgericht überprüfen. Es kann also gut sein, dass sich die Rollen später umdrehen. Die Aufhebung erstinstanzlicher Verletzungsurteile sowie der etwaige Erlass eines Patentnichtigkeitsurteils müssen dann entsprechend vorsichtig kommuniziert werden – wenn man nicht den Erfolg schweigend genießen möchte.

a.horn@heuking.de
t.wieland@heuking.de

Wenn auch das Wahre das Falsche ist ... Zur Veröffentlichung von erstrittenen Urteilen

Klarstellung durch einstweilige Verfügung möglich

Fazit: Wer vor Gericht erfolgreich ist, muss sich gut überlegen, ob und wie er seinen Erfolg in der Öffentlichkeit kommuniziert. Geht man hier unvorsichtig vor, kann der Gewinner leicht zum Verlierer werden.



Leitsatz der GRUR-Redaktion: Werden Vervielfältigungsstücke eines in Deutschland urheberrechtlich geschützten Werks der angewandten Kunst im Inland angeboten, so ist das Verbreitungsrecht des Urhebers auch dann verletzt, wenn die Veräußerung im Ausland erfolgen soll und das Werk dort urheberrechtlich nicht geschützt ist.

Anmerkung: Im vorliegenden Fall bewarb die Beklagte Nachbildungen eines im Inland urheberrechtlich geschützten Werks auf einer deutschsprachigen Internetseite sowie in deutschen Printmedien in der Weise, dass deutsche Kunden die Werke durch Übereignung im Ausland erwerben konnten. Der BGH hat in dieser an die inländischen Verkehrskreise gerichteten Werbung bereits eine Verletzung des dem inländischen Schutzrechtsinhabers gemäß § 17 Abs. 1 UrhG zustehenden Verbreitungsrechts gesehen. Unerheblich sei, dass der eigentliche Veräußerungsvorgang im Ausland stattfinde, wo kein urheberrechtlicher Schutz bestehe.

Nach Auffassung des BGH ist das Tatbestandsmerkmal des „Anbietens“ i.S.d. § 17 UrhG nicht entsprechend dem juristischen Begriff des Vertragsangebots zum Abschluss eines Kaufvertrages zu verstehen, sondern in einem wirtschaftlichen Sinne, so dass auch Webmaßnahmen, bei denen zum Erwerb eines Werks aufgefordert wird, bereits ein Angebot an die Öffentlichkeit darstellen.



Leitsätze: 1. Die Unanwendbarkeit des Haftungsprivilegs gem. § 10 S. 1 TMG (= § 11 S. 1 TDG 2001) auf Unterlassungsansprüche gilt nicht nur für den auf eine bereits geschehene Verletzung gestützten, sondern auch für den vorbeugenden Unterlassungsanspruch.

[...]

3. Ein Störer kann auch dann vorbeugend auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wenn es noch nicht zu einer Verletzung des geschützten Rechts gekommen ist, eine Verletzung

Rechtsprechungs-Newsticker – Leitsätze mit Anmerkungen

Urheberrecht

Zur Verletzung des Verbreitungsrechts eines Urhebers durch Verkäufe im Aus- land

BGH, Urteil vom 15.02.2007, I ZR 114/04; abgedruckt in GRUR 2007, S. 982 ff.)

Rechtsprechungs-Newsticker – Leitsätze mit Anmerkungen

Wettbewerbsrecht

BGH: Zur Störerhaftung bei Erstbegehungsgefahr

BGH 19.04.2007, NJW 2007, 2636 –
Internet-Versteigerung II

Wettbewerbsrecht

in der Zukunft aber aufgrund der Umstände zu befürchten ist. Voraussetzung dafür ist, dass der potenzielle Störer eine Erstbegehungsfahr begründet.

Anmerkung: Der BGH erkennt in dieser Entscheidung erstmalig ausdrücklich an, dass ein Unterlassungsanspruch gegen den Störer auch bei bloßer Erstbegehungsfahr besteht. Das ist konsequent, weil die gesetzlichen Regelungen zum Unterlassungsanspruch diesen nicht nur bei Wiederholungs-, sondern auch bei Erstbegehungsfahr gewähren. Ein Grund, dies beim Störer anders zu sehen als beim Täter oder Teilnehmer, ist nicht erkennbar.

Leitsätze (Auszug): 2. Wer durch sein Handeln im geschäftlichen Verkehr die ernsthafte Gefahr begründet, dass Dritte durch das Wettbewerbsrecht geschützte Interessen von Marktteilnehmern verletzen, ist aufgrund einer wettbewerbsrechtlichen Verkehrssicherungspflicht dazu verpflichtet, diese Gefahr im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren zu begrenzen. Wer in dieser Weise gegen eine wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht verstößt, ist Täter einer unlauteren Wettbewerbshandlung.

3. a) Die wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht des Betreibers einer Internet-Auktionsplattform hinsichtlich fremder jugendgefährdender Inhalte konkretisiert sich als Prüfungspflicht, zu deren Begründung es eines konkreten Hinweises auf ein bestimmtes jugendgefährdendes Angebot eines bestimmten Anbieters bedarf. Der Betreiber der Plattform ist nicht nur verpflichtet, dieses konkrete Angebot unverzüglich zu sperren, sondern muss auch zumutbare Vorsorgemaßnahmen treffen, damit es möglichst nicht zu weiteren gleichartigen Rechtsverletzungen kommt.

Anmerkung: Die Entscheidung wirft grundsätzliche Fragen der Störer- und Täterhaftung auf und könnte ein Hinweis auf eine Neuausrichtung der Dogmatik des BGH sein. Die hier erstmals erfolgte Einordnung der – bislang vor allem im Bereich der Störerhaftung relevanten – Prüfungspflichten als Sonderformen einer „wettbewerbsrechtlichen Verkehrssicherungspflicht“ könnte darauf hindeuten, dass der BGH die bisher von ihm vertretene analoge Herleitung der Störerhaftung aus den Eigentums- und

BGH: Zur „wettbewerbsrechtlichen Verkehrssicherungspflicht“

BGH 12.07.2007, WRP 2007, 1173 –
Jugendgefährdende Medien bei eBay

Wettbewerbsrecht

Besitzschutzansprüchen zugunsten einer Herleitung aus dem Deliktrecht aufgeben möchte. Sehr ungewöhnlich ist zudem, dass der BGH die Haftung des Plattformbetreibers als Täter mit der Verletzung einer Verkehrssicherungspflicht begründet, ihn also nicht als bloßen Störer ansieht, obwohl letzteres nach bisheriger Auffassung wesentlich näher gelegen hätte. Mit dieser Begründung ließe sich eine Vielzahl von bisher nur unter dem Gesichtspunkt der Störerhaftung behandelten Fällen zukünftig als täterschaftliche Wettbewerbsverletzung deklarieren, mit allen sich daraus ergebenden Konsequenzen wie insbesondere der vollen Schadensersatzhaftung des Anspruchsschuldners. Wo genau der BGH hier zukünftig die Grenze ziehen will, bleibt abzuwarten.

Leitsatz (Auszug): Eine vergleichende Werbung ist nicht schon deshalb unlauter i.S. von §§ 3, 6 II Nr. 2 UWG, weil der Werbende in dem Werbevergleich von ihm selbst festgesetzte Preise für unter seiner Hausmarke vertriebene Produkte und für Produkte anderer Markenartikelhersteller gegenüberstellt.

Anmerkung: Das beklagte Einzelhandelsunternehmen hatte mit einer Preisgegenüberstellung geworben, in der ausschließlich die von ihm selbst verlangten Preise verschiedener Kosmetikprodukte gegenübergestellt wurden, von denen ein Teil Markenartikel fremder Hersteller und ein anderer Teil für die Beklagte selbst hergestellte und unter ihrer Hausmarke vertriebene Eigenmarkenprodukte waren. Der BGH hielt diesen Werbevergleich für zulässig; insbesondere fehlte es nicht an der gemäß § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG erforderlichen Objektivität des Vergleichs, obwohl der Werbende alle verglichenen Preise selbst festlegte. Die bloße Möglichkeit von Preismanipulationen rechtfertigt kein generelles Verbot eines Preisvergleichs zwischen Eigen- und Fremdmarkenprodukten.

BGH: Zur Zulässigkeit von Eigenpreisvergleichen

BGH 21.03.2007, GRUR 2007, 896 –
Eigenpreisvergleich

Wettbewerbsrecht

BGH: Zur Zulässigkeit der Aufnahme von Beweisfotos in den Geschäftsräumen des Verletzers

BGH 25.01.2007, GRUR 2007, 802 – *Testfotos III*

Leitsatz: Kann ein Wettbewerbsverstoß nur durch Fotoaufnahmen hinreichend bestimmt dargelegt und bewiesen werden, ist die Anfertigung der Fotos innerhalb der Geschäftsräume des Verletzers nicht unlauter, wenn ein überwiegendes Interesse des Geschäftsinhabers an der Vermeidung einer möglichen Betriebsstörung nicht besteht, insbesondere die (konkrete) Gefahr einer erheblichen Belästigung nicht gegeben ist (Fortführung von BGH, NJW-RR 1997, 104 = WRP 1996, 1099 – Testfotos II).

Anmerkung: Der BGH gibt in dieser Entscheidung die bisher von ihm verfolgte Rechtsprechungslinie auf, wonach das Anfertigen von Fotografien zu Beweis Zwecken in den Geschäftsräumen eines Kaufmanns durch einen Testkäufer als generell unlauter anzusehen sei. Zukünftig ist die Anfertigung von Beweisfotos in fremden Geschäftsräumen nur noch bei überwiegenden entgegenstehenden Interessen des Geschäftsinhabers unzulässig. Der BGH trägt mit dieser Rechtsprechungsänderung insbesondere dem technischen Fortschritt und der damit verbundenen Änderung des Verhaltens von Kunden Rechnung. Heute ist es eben kein ungewöhnliches Verhalten mehr, z. B. mit dem Handy eine Werbung oder ein Warenangebot zu fotografieren und das Foto per MMS zu verschicken, etwa um die Kaufentscheidung mit jemandem abzustimmen.

Leitsatz: Wettbewerbswidrige Handlungen, die Mitarbeiter oder Beauftragte in einem Betrieb begangen haben, bevor dessen Rechtsträger gem. § 2 Nr. 1 UmwG auf einen anderen Rechtsträger verschmolzen worden ist, begründen auch dann, wenn der Betrieb fortgeführt wird, bei dem übernehmenden Rechtsträger keine Wiederholungsgefahr. Auch eine Erstbegehungsgefahr kann in einem solchen Fall bei dem übernehmenden Rechtsträger nicht allein wegen der Rechtsnachfolge und der Fortführung des Betriebs angenommen werden.

Anmerkung: Die Wiederholungsgefahr ist ein tatsächlicher Umstand und daher nicht im Wege der Rechtsnachfolge übertragbar. Unterlassungsansprüche gegen den übernehmenden Rechtsträger wegen früherer Verstöße im Betrieb des übertragenden Rechtsträgers kommen daher nur dann in Betracht,

BGH: Zum Wegfall der Wiederholungsgefahr bei Rechtsnachfolge auf Verletzerseite

BGH 26.04.2007, GRUR 2007, 995 –
Schuldnachfolge

Wettbewerbsrecht

wenn wegen der besonderen Umstände des Falles auch im Betrieb des übernehmenden Rechtsträgers eine Begehungsgefahr besteht (etwa dann, wenn der Verstoß durch die Geschäftsleitung begangen wurde und diese auch im neuen Gesamtunternehmen den Betrieb unverändert weiterführt).

Leitsatz (Auszug): Der Tatbestand des § 11 I 1 Nr. 4 HWG setzt voraus, dass die Werbung geeignet ist, das Laienpublikum unsachlich zu beeinflussen und dadurch zumindest eine mittelbare Gesundheitsgefährdung zu bewirken (Aufgabe von BGH, GRUR 2001, 453 [455] = NJW-RR 2001, 684 = WRP 2001, 400 – TCM-Centrum).

Anmerkung: Der BGH vertritt nunmehr in expliziter Abkehr von seiner früheren Rechtsprechung die Auffassung, dass § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 HWG im Lichte der Berufsfreiheit (Art. 12 Abs. 1 GG) einschränkend dahin auszulegen ist, dass er nur dann eine Werbung für Heilbehandlungen und -verfahren außerhalb der Fachkreise mit der bildlichen Darstellung von Personen in der Berufskleidung von Heilberufen verbietet, wenn diese Werbung geeignet ist, zum einen das Laienpublikum unsachlich zu beeinflussen und zum anderen eine zumindest mittelbare Gesundheitsgefährdung zu bewirken. Der Tatbestand wird damit vom abstrakten in Richtung auf einen konkreten Gefährdungstatbestand hin eingeschränkt. Inwiefern dies zukünftig im Einzelfall zu einer Zulässigkeit der Werbemaßnahme führen wird, bleibt abzuwarten; mit einer sehr großzügigen Beurteilung darf wohl schon angesichts des hochwertigen Schutzgutes der Gesundheit des Verbrauchers nicht gerechnet werden.

BGH: Zur einschränkenden Auslegung des Verbots der Heilbehandlungswerbung mit bildlicher Darstellung von Personen in Berufskleidung

BGH 01.03.2007, GRUR 2007, 809 –
Krankenhauswerbung

Markenrecht

EuGH: Zum Schutzhindernis der wertverleihenden Form bei dreidimensionalen Marken

EuGH 20.09.2007, GRUR 2007, 970 –
Benetton/G-Star

Leitsatz: Art. 3 I lit. e dritter Gedankenstrich der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21.12.1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Marken ist dahin auszulegen, dass die Form einer Ware, die die dieser einen wesentlichen Wert verleiht, nicht gem. Art. 3 III dieser Richtlinie als Marke eintragungsfähig ist, wenn sie vor der Anmeldung aufgrund von Werbekampagnen, bei denen die spezifischen Merkmale der betreffenden Ware herausgestellt werden, durch ihre Bekanntheit als Unterscheidungsmerkmal Anziehungskraft erlangt hat.

Anmerkung: Das vorliegende niederländische Gericht war sich unsicher, ob die Erlangung von Unterscheidungskraft hinsichtlich der Merkmale, die die Schutzunfähigkeit der angemeldeten dreidimensionalen Marke begründeten (hier: weil sie der Ware einen wesentlichen Wert verliehen), die besonderen Schutzhindernisse für dreidimensionale Marken überwinden kann. Dies hat der EuGH verneint, da die Überwindung von Schutzhindernissen durch Erlangung von Unterscheidungskraft nur für die Schutzhindernisse der fehlenden Unterscheidungskraft, des Freihaltebedürfnisses und der üblich gewordenen Bezeichnung vorgesehen sind (Art. 3 Abs. 3 MRRL; in Deutschland umgesetzt durch § 8 Abs. 3 MarkenG, der nur auf § 8 Abs. 2 Nr. 1 bis 3 MarkenG, nicht aber auch auf § 3 Abs. 2 MarkenG Bezug nimmt).

Leitsatz (Auszug): Der aus einer Kennzeichenverletzung folgende Schadensersatzanspruch sowie der der Bezifferung dieses Anspruchs dienende Auskunftsanspruch sind zeitlich nicht durch die vom Gläubiger nachgewiesene erste Verletzungshandlung begrenzt (Aufgabe von BGH, Urt. V. 26.11.1987 – I ZR 123/85, GRUR 1988, 307 – Gaby).

Anmerkung: Mit dieser Entscheidung ist die jahrelange Meinungsverschiedenheit zwischen dem u. a. für das Wettbewerbs- und Markenrecht zuständigen I. und dem u. a. für das Patentrecht zuständigen X. Zivilsenat des BGH vom Tisch. Der I. Zivilsenat hat sich der „Nicola“-Rechtsprechung des X. Zivilsenats angeschlossen. Der Verletzer ist zukünftig verpflichtet, Auskunft auch über zeitlich vor der ersten ihm vom Anspruch-

BGH: Aufgabe der „Gaby“-Rechtsprechung zur zeitlichen Begrenzung des Auskunfts- und Schadensersatzanspruchs

BGH 19.07.2007, WRP 2007, 1187 – *Windsor Estate*

Markenrecht

steller nachgewiesenen Verletzungshandlung liegenden Verletzungshandlungen zu erteilen und hierfür ggf. Schadensersatz zu leisten. Dies gilt nicht nur im Markenrecht, sondern in allen Bereichen des Gewerblichen Rechtsschutzes und Wettbewerbsrechts.

Rechtsprechungs-Newsticker – Leitsätze mit Anmerkungen

Presse- / Persönlichkeitsrecht

BVerfG: Zum Verbot eines „Schlüsselromans“ wegen Persönlichkeitsrechtsverletzung

BVerfG 13.06.2007, AfP 2007, 441 – *Esra*

Leitsätze (Auszug): [...] 2. Die Kunstfreiheit verlangt für ein literarisches Werk, das sich als Roman ausweist, eine kunstspezifische Betrachtung. Daraus folgt insbesondere eine Vermutung für die Fiktionalität eines literarischen Textes.

3. Die Kunstfreiheit schließt das Recht zur Verwendung von Vorbildern aus der Lebenswirklichkeit ein.

4. Zwischen dem Maß, in dem der Autor eine von der Wirklichkeit abgelöste ästhetische Realität schafft, und der Intensität der Verletzung des Persönlichkeitsrechts besteht eine Wechselbeziehung. Je stärker Abbild und Urbild übereinstimmen, desto schwerer wiegt die Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts. Je mehr die künstlerische Darstellung besonders geschützte Dimensionen des Persönlichkeitsrechts berührt, desto stärker muss die Fiktionalisierung sein, um eine Persönlichkeitsrechtsverletzung auszuschließen.

Anmerkung: Mit dieser Entscheidung schneidet das BVerfG auf der einen Seite die teilweise recht weitgehende Verbotspraxis der Zivilgerichte bei „Schlüsselromanen“, deren Figuren und Handlung erkennbar reale Vorbilder zugrunde liegen, zurück. Auf der anderen Seite betont das BVerfG allerdings auch den Schutz der Intimsphäre, die vorliegend durch detaillierte Schilderungen des Sexuallebens einer der Romanfiguren verletzt wurde, deren reales Vorbild klar erkennbar war. Im Bereich der Intimsphäre, so das BVerfG, seien weder dem klagenden Vorbild der Romanfigur noch dem Autor des Romans Wahrheitsbeweise möglich oder auch nur zumutbar. Die Klägerin müsse daher nicht hinnehmen, dass der Leser sich die durch

Presse- / Persönlichkeitsrecht

den Roman nahe gelegte Frage stelle, ob sich die dort berichteten Geschehnisse auch in der Realität zugetragen hätten; daher falle die Abwägung zwischen der Kunstfreiheit des Verlags und dem Allgemeinen Persönlichkeitsrecht der Klägerin zugunsten des Persönlichkeitsschutzes aus. Das fachgerichtliche Verbot der Verbreitung des Romans wurde insoweit vom BVerfG bestätigt.

News aus der IP.IT.Media Practice Group

Mandantenseminar „Update Internetrecht“

Unter Leitung von **Dr. Verena Hoene** und **Dominik Eicke-
meier** (beide Köln) fand am 15. November 2007 in Köln ein Mandantenseminar der Practice Group IP.IT.Media mit dem Titel „Update Internetrecht“ statt; weitere Referenten waren **Kai Runkel** (Köln) und – als Gastredner – **Sven Markschläger** (Mast-Jägermeister AG). Das Mandantenseminar ist auf sehr positive Resonanz gestoßen und wird – mit wechselnden Referenten – an fünf weiteren Standorten unserer Sozietät wiederholt werden. Die Termine sind:

- 22. Januar 2008 (Berlin)
- 23. Januar 2008 (München)
- 07. Februar 2008 (Hamburg)
- 12. Februar 2008 (Frankfurt am Main)
- 06. März 2008 (Düsseldorf)

Die IP.IT.Media Practice Group freut sich auf Ihre Teilnahme!


Zuwachs in Düsseldorf

Rechtsanwältin **Sabine Fiedler** ist seit August 2007 am Düsseldorfer Standort tätig und verstärkt dort unser Patentrechtsteam. Sie war während des Referendariats in einem Kölner Medienunternehmen und in einer Düsseldorfer Wirtschaftskanzlei im Gewerblichen Rechtsschutz und im Wettbewerbsrecht tätig. Zudem wird sie ihre im Rahmen einer Dissertation erworbenen kartellrechtlichen Kenntnisse einbringen. Sabine Fiedler hat ein Jahr an der Universidad de Salamanca in Spanien studiert.

News aus der IP.IT.Media Practice Group


Zuwachs in Düsseldorf

Philip Kempermann, LL.M. wird zum Februar 2008 die Practice Group in Düsseldorf verstärken. Er konnte bereits während seines Referendariats Erfahrungen im medienrechtlichen Bereich unserer Practice Group am Düsseldorfer Standort sammeln. Einen Teil des Referendariats nutzte er, um im Bundeswirtschaftsministerium, Referat Neue Medien, die gesetzest gestaltende Seite der Rechtswissenschaft kennen zu lernen. Zusätzlich erwarb er an der Universität Hannover den Grad des „LL.M.“ in Rechtsinformatik, wobei er einen Teil seiner Studienzeit an der University of Lapland in Finnland verbrachte. Herr Kempermann verbrachte während seiner Schulzeit ein Jahr in Nevada (USA).



Das Wachstum im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes am Frankfurter Standort wurde mit der Einstellung von Rechtsanwalt **Florian Geyer, LL.M.** fortgesetzt. Seit 2003 als Rechtsanwalt zugelassen, war er bisher für eine Düsseldorfer Wirtschaftskanzlei ebenfalls im gewerblichen Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht tätig. Dort hat er insbesondere im Zusammenhang mit Unternehmenskäufen sowie zu Markenanmeldungsstrategien beraten.

Am Frankfurter Standort unserer Sozietät sind nunmehr sechs Rechtsanwälte im Bereich IP tätig.



Das Düsseldorfer Patentrechtsteam in der Practice Group IP.IT.Media hat die wichtigsten deutschen Gerichtsentscheidungen zum Thema „Mittelbare Patentverletzung“ zusammengetragen. Die Urteile wurden in einem „Case Book“ chronologisch sortiert und aufbereitet. Dabei wurde eine Übersicht vorangestellt, die zeigt, für welchen Aspekt die einzelnen Urteile relevant sind. So hat man alle wichtigen Urteile griffbereit.

Bei der „mittelbaren Patentverletzung“ geht es um Produkte, die selbst nicht sämtliche Merkmale eines Patentanspruchs erfüllen, aber dafür verwendet werden, patentverletzende Produkte herzustellen. Es handelt sich häufig um Vorprodukte, Zuliefer- teile oder Ersatzteile. Der Patentinhaber kann unter bestimmten

Zuwachs in Frankfurt

Case Book „Mittelbare Patent- verletzung“ erhältlich

News aus der IP.IT.Media Practice Group

Case Book „Mittelbare Patentverletzung“ erhältlich

Voraussetzungen den Verkauf solcher Gegenstände unterbinden und damit bereits im Vorfeld der eigentlichen Patentverletzung tätig werden.

Ein ähnliches Case Book zum Thema „Äquivalente Patentverletzung“ ist in Vorbereitung. Hierbei geht es darum, dass man ein Patent unter gewissen Umständen auch über seinen Wortlaut hinaus durchsetzen kann. Das bedeutet, dass man auch das Produzieren und Anbieten von „eigentlich“ nicht patentgeschützten Produkten verbieten lassen kann.

Die Case Books können kostenlos bestellt werden bei Frau Romy Dziwisch, Tel. 0211 - 600 55-375, Fax 0211 - 600 55-370, E-Mail r.dziwisch@heuking.de.



„Zusammenfassung aktueller Ereignisse: I. Flexibilisierung der Frequenzregulierung als europäisch-deutscher Konfliktfall, II. Vertragsverletzungsverfahren wegen Must-carry-Privilegierung von DVB-T-Programmen“ von Michael Schmittmann, AfP in der Rubrik „Blick nach Brüssel“ 04/2007, S. 334-336

„Digitalisierung und Medienkonzentration – Was macht die Kommission?“ von Michael Schmittmann und Philip Kempermann, AfP in der Rubrik „Blick nach Brüssel“ 05/2007, S. 426-428

„A practical insight to cross-border Telecommunication Laws and Regulations“ von Dr. Dirk Stolz und Anita Krmek in der 2008 Edition von „The International Comparative legal Guide to: Telecommunications Laws and Regulations“, published by Global Legal www.iclg.co.uk Group Ltd, London

Veröffentlichungen

Dieser Newsletter beinhaltet keinen Rechtsrat. Die enthaltenen Informationen sind sorgfältig recherchiert, geben die Rechtsprechung und Rechtsentwicklung jedoch nur auszugsweise wieder und können eine den Besonderheiten des einzelnen Sachverhaltes gerecht werdende individuelle Beratung nicht ersetzen.

Redaktion:

Rechtsanwalt Dr. Holger Alt (Frankfurt am Main)
Rechtsanwalt Kai Oliver Runkel (Köln)
Rechtsanwältin Melanie Künzel, LL.M. (Düsseldorf)

Verantwortlicher Redakteur:

Kai Oliver Runkel
bei den Rechtsanwälten und Steuerberatern Heuking Kühn Lüer Wojtek,
Magnusstraße 13, 50672 Köln

Druck:

Die Qualitaner
Martinstraße 47-55 Haus F
40223 Düsseldorf

Berlin

Friedrichstraße 149
D-10117 Berlin
T +49 (0)30 88 00 97-0
F +49 (0)30 88 00 97-99

Chemnitz

Weststraße 16
D-09112 Chemnitz
T +49 (0)371 38 203-0
F +49 (0)371 38 203-100

Frankfurt am Main

Grüneburgweg 102
D-60323 Frankfurt am Main
T +49 (0)69 975 61-0
F +49 (0)69 975 61-200

München

Prinzregentenstraße 48
D-80538 München
T +49 (0)89 540 31-0
F +49 (0)89 540 31-540

Brüssel

Avenue Louise 140
B-1050 Brüssel
T +32 (0)2 646 20-00
F +32 (0)2 646 20-40

Düsseldorf

Cecilienallee 5
D-40474 Düsseldorf
T +49 (0)211 600 55-00
F +49 (0)211 600 55-050

Hamburg

Bleichenbrücke 9
D-20354 Hamburg
T +49 (0)40 35 52 80-0
F +49 (0)40 35 52 80-80

Köln

Magnusstraße 13
D-50672 Köln
T +49 (0)221 20 52-0
F +49 (0)221 20 52-1