

# HEUKING KÜHN LÜER WOJTEK

## Update Gewerblicher Rechtsschutz

Der Betriebs-Berater präsentiert den Top-Jahreskongress für Unternehmensjuristen!

## 5. Syndikus-Summit 2011

Impulse, Herausforderungen, Strategien und Ziele für die  
Rechtsabteilung 2011

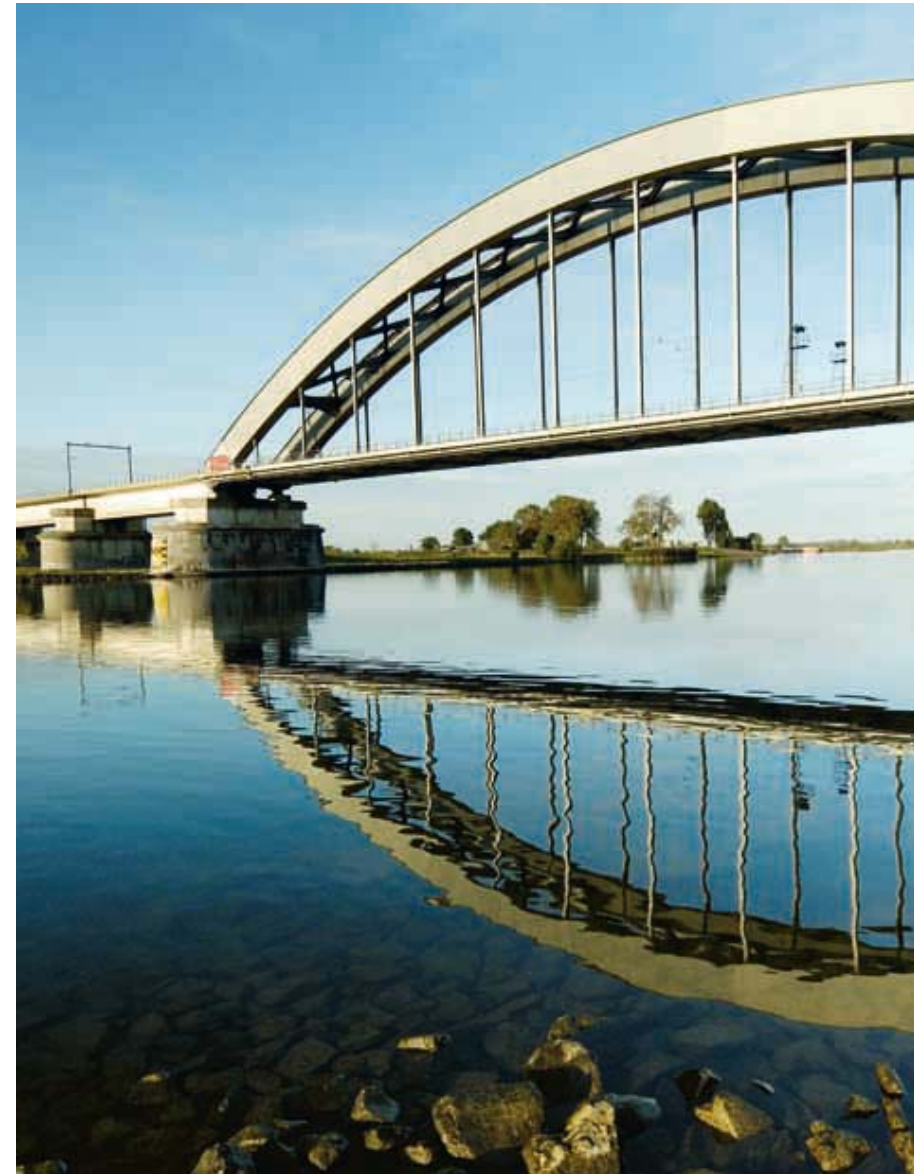
Frankfurt am Main, 31. Mai 2011

**Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Partner**  
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz

# Aktuelle Entwicklungen im gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht

## Gliederung

- Prozessuales
- Urheberrecht
- Markenrecht
- Wettbewerbsrecht



## Prozessuales



**BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“**

- a) Die alternative Klagehäufung, bei der der Kläger ein einheitliches Klagebegehren aus mehreren prozessualen Ansprüchen (Streitgegenständen) herleitet und dem Gericht die Auswahl überlässt, auf welchen Klagegrund es die Verurteilung stützt, verstößt gegen das Gebot des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO, den Klagegrund bestimmt zu bezeichnen.
- b) Hat der Kläger mehrere Klagegründe im Wege einer alternativen Klagehäufung verfolgt, kann er die gebotene Bestimmung der Reihenfolge, in der er die prozessualen Ansprüche geltend machen will, noch in der Berufungs- oder der Revisionsinstanz nachholen.

3



## Prozessuales

BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“

### ■ Konsequenz:

- Risiko der Abweisung wegen Unzulässigkeit bei unterbleibender Bestimmung der Reihenfolge
- Kostenrisiko bei falscher Wahl (insb. Kumulation)
- Risiko des Unterliegens bei Auslassen entscheidender Rechte

## Prozessuales

**BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“**

### **Begründung des BGH:**

- (Rn. 3) Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs wird der Streitgegenstand (der prozessuale Anspruch) durch den Klageantrag, in dem sich die vom Kläger in Anspruch genommene Rechtsfolge konkretisiert, und den Lebenssachverhalt (Klagegrund) bestimmt, aus dem der Kläger die begehrte Rechtsfolge herleitet
- (Rn. 8) Der Senat hat zwar in der Vergangenheit die alternative Klagehäufung, bei der ein einheitliches Rechtsschutzbegehren auf verschiedene Klagegründe gestützt wird, nicht beanstandet ... . Er stimmt jedoch nunmehr der zuletzt genannten Ansicht zu.

## Prozessuales

**BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“**

### **Begründung des BGH:**

- (Rn. 9) Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO muss die Klageschrift neben einem bestimmten Antrag auch eine bestimmte Angabe des Gegenstands und des Grundes des erhobenen Anspruchs enthalten. ... Dies erfordert auch der **Schutz des Beklagten**, für den erkennbar sein muss, welche prozessualen Ansprüche gegen ihn erhoben werden, um seine Rechtsverteidigung danach ausrichten zu können.
- (Rn. 10) Für den Beklagten bleibt ansonsten bis zu einem Urteil bei einer alternativen Klagehäufung unklar, ob das Gericht die Verurteilung nur auf einen oder auf mehrere Streitgegenstände stützen wird.

## Prozessuales

**BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“**

### **Begründung des BGH:**

- (Rn. 11) Die Frage, ob der Beklagte nur aufgrund eines Streitgegenstands oder aufgrund mehrerer Streitgegenstände verurteilt wird, ist für die Reichweite der Verurteilung aber von Bedeutung. Hat das Gericht etwa einen Verbotsausspruch auf mehrere Kennzeichenrechte der klagenden Partei gestützt ..., lässt das Erlöschen eines der Kennzeichenrechte den Verbotsausspruch unberührt. Dagegen kann der Beklagte mit der Vollstreckungsabwehrklage nach § 767 ZPO gegen einen Unterlassungstitel vorgehen, wenn die Verurteilung nur auf ein Kennzeichenrecht gestützt und dieses erloschen ist.



## Prozessuales

BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“

### Begründung des BGH:

- (Rn. 11) ... "**Waffengleichheit**" .... Die alternative Klagehäufung benachteiligt den Beklagten in seiner Rechtsverteidigung im Verhältnis zum Kläger. Der Beklagte muss sich, will er nicht verurteilt werden, gegen sämtliche vom Kläger im Wege der alternativen Klagehäufung verfolgten prozessualen Ansprüche zur Wehr setzen. Dagegen kann der Kläger sein Klagebegehren auf eine **Vielzahl von prozessualen Ansprüchen** stützen, **ohne** dass für ihn damit ein **zusätzliches Prozesskostenrisiko** verbunden ist.



## Prozessuales

BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“

### Weitere Erwägungen des BGH:

- (Rn. 3) Zu erwägen ist auch, ob mehrere Streitgegenstände trotz gleichen Klagebegehrens nicht auch bei einem einzelnen Kennzeichenrecht vorliegen können. Werden aus einem Schutzrecht sowohl Ansprüche wegen **Verwechslungsschutzes** ... als auch wegen **Bekanntheitsschutzes** ... geltend gemacht, könnte es sich um zwei Streitgegenstände handeln, weil zur Begründung der Ansprüche Lebenssachverhalte vorgetragen werden müssen, die sich grundlegend unterscheiden. ...

## Prozessuales

**BGH, Beschl. v. 24.03.2011, Az. I ZR 108/09 „TÜV“**

### **Weitere Erwägungen des BGH :**

- (Rn. 4) Dass im Verhältnis zum Verwechslungsschutz ... die Geltendmachung identischer Verletzungen der Marken im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und die identische Benutzung des Unternehmenskennzeichens nach § 15 Abs. 2 Fall 1 MarkenG weitere Streitgegenstände darstellen, ... ist eher zu verneinen.

10

### **■ Konsequenz für die Praxis:**

- Ansprüche aus (zB) § 14 Abs. 2 Nr. 1 **und** 2 MarkenG = 1 Streitgst.
- Ansprüche aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 **und** 3 MarkenG = 2 Streitgst.
- Ansprüche aus § 14 Abs. 2 Nr. 1 **und** § 15 Abs. 2 MarkenG = 2 Streitgst.

## Prozessuales

**BGH, Urt. v. 05.10.2010, Az. I ZR 46/09 „Verbotsantrag bei Telefonwerbung“**

### **Die Entscheidung des BGH :**

- a) Ein Verbotsantrag kann hinreichend bestimmt sein, auch wenn er im Wesentlichen am Wortlaut des § 7 Abs. 2 Nr. 2 Fall 1 UWG 2004 ausgerichtet und nur hinsichtlich des Begriffs der Einwilligung modifiziert ist.
- **Der Antrag lautete:**

*„Die Beklagte wird unter Androhung ... verurteilt,*

*es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbraucher ohne ihr **vorheriges Einverständnis** zu Werbezwecken anzurufen oder anrufen zu lassen.“*

## Prozessuales

**BGH, Urt. v. 05.10.2010, Az. I ZR 46/09 „Verbotsantrag bei Telefonwerbung“**

### **Die Begründung des BGH :**

- (Tz. 9) Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts ist der vom Kläger in der Revisionsinstanz weiterverfolgte Unterlassungsantrag (Hauptantrag) **hinreichend bestimmt**.
- (Tz. 10) ...insbesondere Unterlassungsanträge, die lediglich den Wortlaut eines Gesetzes wiederholen, grundsätzlich als zu unbestimmt und damit unzulässig anzusehen. ... Eine auslegungsbedürftige Antragsformulierung kann jedoch dann hinzunehmen sein, wenn dies zur Gewährleistung des Rechtsschutzes im Hinblick auf eine bestimmte Werbemethode erforderlich erscheint.

## Prozessuales

**BGH, Urt. v. 05.10.2010, Az. I ZR 46/09 „Verbotsantrag bei Telefonwerbung“**

### Die Begründung des BGH :

- (Tz. 16) Der Kläger hat im Hauptantrag den Begriff des vorherigen Einverständnisses gewählt und nicht den Wortlaut der gesetzlichen Vorschrift übernommen, der von Einwilligung spricht. Dadurch ist der Antrag gegenüber dem Gesetzeswortlaut weitergehend konkretisiert, weil hierdurch deutlich wird, dass der Verbraucher sein **Einverständnis vor dem Anruf** erklärt haben muss und eine während des Telefonanrufs erklärte Zustimmung zu dem Werbeanruf nicht genügt und zudem jedes Einverständnis des Verbrauchers ausreicht und damit **keine rechtsgeschäftliche Einwilligung** im Sinne von § 183 Satz 1 BGB **erforderlich** ist.

## Urheberrecht

### SCHLUSSANTRÄGE DER GENERALANWÄLTIN Kokott, 3. Februar 2011, C-403/08 (FAPL ./ QC Leisure u. a.) und C-429/08 (Murphy ./ Media Protection)

- (Rdnr. 176) **Schwerwiegende Beschränkung der Dienstleistungsfreiheit**, Art. 56 AEUV, **durch territorial begrenzte, exklusive Lizenzierung von Fußballübertragungen via Satellit** (mittels Decoderkarten)
- (Rdnr. 192) ..., doch besteht **kein spezifisches Recht, in jedem Mitgliedstaat andere Preise für eine Leistung zu verlangen**. Vielmehr liegt es in der Logik des Binnenmarkts, dass Preisunterschiede zwischen verschiedenen Mitgliedstaaten durch Handel ausgeglichen werden. Die ... Möglichkeit, die Senderechte auf der Grundlage territorialer Exklusivität zu vermarkten, läuft darauf hinaus, aus der Ausschaltung des Binnenmarkts Gewinn zu erzielen.

## Urheberrecht

### SCHLUSSANTRÄGE DER GENERALANWÄLTIN Kokott, 3. Februar 2011, C-403/08 (FAPL ./ QC Leisure u. a.) und C-429/08 (Murphy ./ Media Protection)

- (Rdnr. 175) ... **Ähnliche Probleme** bestehen beim **Zugang zu anderen Leistungen**, etwa beim **Vertrieb von Computerprogrammen, Musikstücken, elektronischen Büchern oder Filmen über das Internet**.
- (Rdnr. 186) ... Die genannten Beispiele – Musik, Filme oder Bücher – zeigen darüber hinaus, dass die vorliegende Frage über die Ausgangsfälle hinaus **erhebliche Bedeutung** für das **Funktionieren des Binnenmarkts** hat. Eine auf den Rechten am geistigen Eigentum beruhende Abgrenzung der Märkte führt im günstigsten Fall dazu, dass der Zugang zu den betroffenen Gütern zu unterschiedlichen Bedingungen eröffnet wird, insbesondere hinsichtlich der Preise oder der digitalen Rechteverwaltung.



## Urheberrecht

### SCHLUSSANTRÄGE DER GENERALANWÄLTIN Kokott, 3. Februar 2011, C-403/08 (FAPL ./ QC Leisure u. a.) und C-429/08 (Murphy ./ Media Protection)

➤ (Rdnr. 192) Insoweit fällt der vorliegende Fall ... unter die Rechtsprechung zur **Erschöpfung von Rechten an Waren**.

#### ■ Konsequenz für die Praxis:

- Erst mal keine, da der EuGH noch nicht entschieden hat.
- Falls der EuGH die Auffassung Kokotts teilt, sind viele Vermarktungsstrategien obsolet.
- Weitervermarktung von Inhalten ohne Einwirkungsmöglichkeit der Rechteinhaber denkbar.



16

## Urheberrecht

**SCHLUSSANTRÄGE DER GENERALANWÄLTIN Kokott, 3. Februar 2011,  
C-403/08 (FAPL ./ QC Leisure u. a.) und C-429/08 (Murphy ./ Media  
Protection)**

### ■ Konsequenz für die Praxis:

- Alternative Konzepte müssten gefunden werden:
  - Angebot nur noch im lukrativsten Markt (Kokott, Rdnr. 201 )
  - Ggf. mit Erweiterung bei entspr. hohen Preisen

## Urheberrecht

### SCHLUSSANTRÄGE DER GENERALANWÄLTIN Kokott, 3. Februar 2011, C-403/08 (FAPL ./ QC Leisure u. a.) und C-429/08 (Murphy ./ Media Protection)

- Allerdings sei denkbar, (Kokott,(Rdnr. 221), dass die Rechteinhaber Lizenzen inhaltlich auf den privaten Gebrauch beschränken und bei öffentlichen Nutzungen (hier: Fußballübertragungen in Gaststätten) ein höheres Entgelt verlangt wird. Vor.: der innerstaatliche Gesetzgeber erkennt ein solches spezifisches Interesse an (vgl. Kokott, Rdnr. 222).

- **Stichwort** Erschöpfung bei Dienstleistungen

Hätte dies Auswirkungen auf die Entscheidung „UsedSoft“?

## Urheberrecht



**BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“**

### Begründung des BGH:

- (Rn. 5) Die Beklagte veranlasst ... Kunden, die noch nicht im Besitz der aktuellen Softwareversion sind, die Software nach dem Erwerb der Lizenzen von der Internetseite der Klägerin auf Datenträger herunterzuladen.
- Der Erfolg der Revision hängt, ... , davon ab, wie Art. 5 Abs. 1 und Art. 4 Abs. 2 Halbsatz 1 der Richtlinie 2009/24/EG ... über den Rechtsschutz von Computerprogrammen auszulegen sind.

# Urheberrecht

## ORACLE SONDERAKTION

Angebote gültig bis 30.11.2005.

Die folgenden Oracle-Lizenzrechte können wir Ihnen im Augenblick zu besonders günstigen Konditionen anbieten:

Lizenzart	Lizenztyp	Oracle Listenpreis*	usedSoft-VK*
Database Enterprise Edition	Named User Plus Perpetual	633,00	348,00
Database Enterprise Edition	CPU	31.672,00	17.419,00
Database Enterprise Edition	Named User Multi Server	(Dieser Lizenztyp ist bei Oracle nicht mehr verfügbar)	497,00
Server Enterprise Edition	Concurrent Device	(Dieser Lizenztyp ist bei Oracle nicht mehr verfügbar)	696,00
Database Standard Edition	Named User Perpetual	238,00	130,00
Server Standard Edition	Concurrent Device	(Dieser Lizenztyp ist bei Oracle nicht mehr verfügbar)	299,00
Database Partitioning Option	Named User Perpetual	158,00	86,00

\*Alle Preise zzgl. 16% MwSt.

Mindestbestellwert 2000 €. Lieferung solange der Vorrat reicht.

**Alle angebotenen Lizenzen sind aktuell, da die Wartung noch besteht.**

Bei den genannten Lizenzrechten handelt es sich um bereits benutzte aber aktuelle neuwertige Versionen. Wir haben diese Lizenzen vorrätig und verkaufen, solange der Vorrat reicht. Der rechtmäßige Verkauf wird durch ein Notartestamt bestätigt.

**Bei Interesse nehmen Sie bitte Kontakt mit unserem Vertrieb auf: [sales@usedSoft.de](mailto:sales@usedSoft.de)**

## Urheberrecht

BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“

### Begründung des BGH:

- (Rn. 15) Die Klägerin räumt ihren Kunden in den Lizenzverträgen zwar ein nicht ausschließliches Nutzungsrecht an ihren Programmen ein, das die Berechtigung umfasst, die Software dauerhaft auf einem Server zu speichern und einer bestimmten Anzahl von Nutzern dadurch Zugriff zu gewähren, dass sie in den Arbeitsspeicher ihrer Arbeitsplatzrechner geladen wird. Dieses **Nutzungsrecht** ist nach den Lizenzbedingungen der Klägerin jedoch "**nicht abtretbar**"; die Kunden der Klägerin sind daher nicht berechtigt, das Recht zur Vervielfältigung der Programme weiter zu übertragen.

## Urheberrecht

**BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“**

### **Begründung des BGH:**

- (Rn. 15) Die Kunden der Klägerin konnten das Recht zur Vervielfältigung der Programme daher nicht wirksam auf die Beklagte übertragen; die Beklagte konnte dieses Recht folglich auch nicht wirksam auf ihre Kunden weiter übertragen.
- Gemäß Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 2009/24/EG ... . Dem entspricht die deutsche Regelung: Nach § 69d Abs. 1 UrhG bedarf die Vervielfältigung eines Computerprogramms, soweit keine besonderen vertraglichen Bestimmungen vorliegen, nicht der Zustimmung des Rechtsinhabers, wenn sie für eine bestimmungsgemäße Benutzung des Computerprogramms durch jeden zur Verwendung eines Vervielfältigungsstücks des Programms Berechtigten notwendig ist.



## Urheberrecht

**BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“**

### Begründung des BGH:

- (Rn. 22) ... Ansicht, der auch der Senat zuneigt, ist ... auch derjenige "rechtmäßiger Erwerber" im Sinne von Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 2009/24/EG, der sich auf eine **Erschöpfung des Rechts zur Verbreitung** der Programmkopie berufen kann.
- (Rn. 23) Falls die erste **Frage** zu bejahen sein sollte, stellt sich die weitere Frage, ob sich das ... **Verbreitungsrecht** nach § 69c Nr. 3 Satz 2 UrhG auch dann **erschöpft**, wenn der Erwerber (wie im Streitfall die Kunden der Klägerin) diese Kopie mit Zustimmung des Rechtsinhabers durch Herunterladen des Programms aus dem Internet auf einen Datenträger angefertigt hat.

## Urheberrecht

**BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“**

### Begründung des BGH:

- (Rn. 27) Nach einer ... Ansicht setzt eine Erschöpfung des Verbreitungsrechts nach Art. 4 Abs. 2 Halbsatz 1 der Richtlinie 2009/24/EG stets das **Inverkehrbringen eines körperlichen Vervielfältigungsstücks** des Computerprogramms durch den Rechtsinhaber oder mit seiner Zustimmung voraus. Nach dieser Auffassung ersetzt die Erlaubnis des Rechtsinhabers zur Herstellung eines Vervielfältigungsstücks nicht die Zustimmung zu dessen Verbreitung.
- (Rn. 29) Bei der Online-Übermittlung eines Computerprogramms gebe der Berechtigte keinen Gegenstand weiter, dessen Verkehrsfähigkeit ohne die Annahme einer Erschöpfung des Verbreitungsrechts gefährdet wäre.

## Urheberrecht

BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“

### Begründung des BGH:

- (Rn. 30) **Frage**, ob sich auch derjenige, der eine "gebrauchte" Softwarelizenz erworben hat, für das Erstellen einer Programmkopie - wie im Streitfall die Kunden der Beklagten durch Herunterladen des Programms von der Internetseite Oracles auf einen Datenträger ... als "**rechtmäßiger Erwerber**" nach Art. 5 Abs. 1 und Art. 4 Abs. 2 Halbsatz 1 der Richtlinie 2009/24/EG auf eine **Erschöpfung des Rechts zur Verbreitung** der vom Ersterwerber mit Zustimmung des Rechtsinhabers durch Herunterladen des Programms aus dem Internet auf einen Datenträger angefertigten Kopie des Computerprogramms berufen kann, wenn der Ersterwerber seine Programmkopie gelöscht hat oder nicht mehr verwendet.

## Urheberrecht

**BGH, Beschl. v. 03.02.2011, Az. I ZR 129/08 „UsedSoft“**

### **Begründung des BGH:**

- (Rn. 32) Die Erschöpfung des Verbreitungsrechts soll ... allein die Verkehrsfähigkeit einer vom Rechtsinhaber oder mit seiner Zustimmung veräußerten, **auf einem bestimmten Datenträger verkörperten Programmkopie** gewährleisten. Die Wirkung der Erschöpfung sollte daher nicht auf den online übermittelten unkörperlichen Datenbestand ausgedehnt werden. Anderenfalls würde durch Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 2009/24/EG nicht die Erschöpfung des Verbreitungsrechts abgesichert, sondern die Übertragung eines Nutzungsrechts ohne Zustimmung des Berechtigten und ohne Weiterveräußerung des Gegenstands der Erschöpfung ermöglicht. Damit würde ... eine Verkehrsfähigkeit des Vervielfältigungsrechts des Werkes bewirkt.

## Urheberrecht

BGH, Urt. v. 14.10.2010, Az. I ZR 191/08 „AnyDVD“



### Die Entscheidung des BGH:

- Sind in einem im Internet veröffentlichten, seinem übrigen Inhalt nach dem Schutz der Presse- und Meinungsfreiheit unterfallenden Beitrag elektronische Verweise (Links) auf fremde Internetseiten in der Weise eingebettet, dass sie einzelne Angaben des Beitrags belegen oder diese durch zusätzliche Informationen ergänzen sollen, so werden auch diese Verweise von der Presse- und Meinungsfreiheit umfasst.

27



# Urheberrecht

## AnyDVD überwindet Kopierschutz von "Un-DVDs"

Der in Antigua ansässige Hersteller S. hat ein Update für seinen Kopierschutzknacker "AnyDVD" veröffentlicht, das nicht nur den CSS-Schutz von DVDs entlastet, sondern auch drei weitere Kopiersperren für "Un-DVDs" aushebelt. Diese setzen ebenso wie Un-CDs unter anderem fehlerhafte Sektoren ein, um das Auslesen von Video-DVDs zu verhindern.

So rühmt sich S., mit AnyDVD 4.5.5.1 Sony's DVD-Kopiersperre ARccOS aushebeln zu können -- punktuell nicht nur die bereits bei Filmen wie "Godzilla" eingesetzte Fassung, sondern auch die überarbeitete Version, die bei der jüngst erschienenen US-Version von "The Forgotten" zum Einsatz kommen soll. "Wir knacken den Kopierschutz schneller, als die Filmindustrie ihn unter die Leute bringen kann", freut sich S. -Chef G. B. geradezu schelmisch über die wenig effektiven Schutzverfahren.

Auch der nach ähnlichem Prinzip funktionierende koreanische DVD-Kopierschutz Setec Alpha-DVD soll von AnyDVD bereits überwunden werden. Gleiches gilt für den bereits seit Frühjahr 2004 unter anderem bei den DVDs der Augsburger Puppenkiste genutzten DVD-Kopierschutz, der als "Puppenlock" oder "Puppenflock" bekannt geworden ist. "Vielleicht sieht die Filmindustrie ja dadurch ein, wie sinnlos so ein Kopierschutz eigentlich ist. Er ist kostspielig und führt oft zu Kompatibilitätsproblemen beim Kunden", kommentiert B. weiter.

Eines erfüllt B. jedoch nicht: AnyDVD hebt reihenweise die Verfahren aus, die die Industrie zusätzlich zu dem eigentlich als Abspielkontrolle gedachten CSS einsetzt, und es ist in vielen Ländern -- so auch in Deutschland und Österreich -- inzwischen verboten, dies zu tun. Der reine Besitz Kopierschutz-knackender Software ist allerdings nicht strafbar.

Zumindest für sein Produkt CloneCD meint S. allerdings auf Grund eines von der Firma in Auftrag gegebenen Gutachtens, sein Einsatz sei auch nach dem neuen Urheberrecht eigentlich gar nicht verboten: Bei den heutzutage eingesetzten Kopierschutztechniken von Audio-CDs handele es sich nicht um eine wirksame technische Maßnahme nach §95a Urheberrechtsgesetz, meint man bei S.. Die Musikindustrie sieht dies natürlich anders -- und auch die Film-Branche wird sich auf solche Argumentationsschienen zu AnyDVD wohl kaum einlassen. (vza/c)

Version zum Drucken: [Per E-Mail versenden](#)

<< Zurück | Nächste >>

### Kommentare

Re: Es gibt einen sicheren Kopierschutz (Dimmy Limuz 4.2.2005 14:28)

Werden dann diese Leute zum Kommentar "reAnon" im Jahr 11.08.14.17

Re: Es gibt einen sicheren Kopierschutz (Amoril 2.2.2005 14:17)

mehr...

## Urheberrecht

**BGH, Urt. v. 14.10.2010, Az. I ZR 191/08 „AnyDVD“**

### Die Begründung des BGH:

- (Tz. 19) Die Auffassung des Berufungsgerichts, es sei bei der rechtlichen Beurteilung der beanstandeten Beiträge des Beklagten streng zwischen der - sich von dem Angebot der SlySoft distanzierenden und daher grundsätzlich als zulässig anzusehenden - **redaktionellen Berichterstattung** als solcher und der (allein angegriffenen) **Linksetzung** zu unterscheiden, wird dem Gewährleistungsgehalt der Meinungs- und Pressefreiheit nach Art. 6 EUV, Art. 11 Abs. 1 und 2 EU-Grundrechtecharta, Art. 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 GG nicht in dem gebotenen Maße gerecht.



## Urheberrecht

**BGH, Urt. v. 14.10.2010, Az. I ZR 191/08 „AnyDVD“**

### Die Begründung des BGH:

- (Tz. 22) Der beanstandete Link ... gehört in diesem Sinne zum nach Art. 11 EU-Grundrechtecharta, Art. 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 GG geschützten Bereich der freien Berichterstattung. Er beschränkt sich nicht ... auf eine bloß technische Erleichterung für den Aufruf der betreffenden Internetseite. ... **erschließt** ein **Link** vergleichbar einer Fußnote **zusätzliche Informationsquellen** (vgl. BGH, Urteil vom 17. Juli 2003 - I ZR 259/00, BGHZ 156, 1, 15 - Paperboy).

## Urheberrecht

**BGH, Urt. v. 14.10.2010, Az. I ZR 191/08 „AnyDVD“**

### Die Begründung des BGH:

- (Tz. 24) Die links ... sind vielmehr in die Beiträge ... als Belege und ergänzende Angaben **eingebettet** und werden schon aus diesem Grund nicht nur vom Gewährleistungsgehalt der Pressefreiheit, sondern auch von der Meinungsfreiheit erfasst.
- Das Berufungsgericht hat ... darauf abgestellt, dass jedenfalls dann, wenn urheberrechtliche Schutzgesetze in einem erheblichen Umfang gewerbsmäßig verletzt würden, eine vorsätzliche Unterstützung der Rechtsverletzung durch eine Berichterstattung ... nicht gerechtfertigt sei. Dabei hat es nicht hinreichend berücksichtigt, dass gerade die Schwere des in Frage stehenden Verstoßes ein **besonderes Informationsinteresse** begründen kann.

## Markenrecht (Kartellrecht)



BGH, Urt. v. 7.12.2010, Az. KZR 71/08 „Jette Joop“

### Die Entscheidung:

- a) Die kartellrechtliche Zulässigkeit einer Abgrenzungsvereinbarung, die keine Wettbewerbsbeschränkung bezweckt, beurteilt sich für die Dauer ihrer Geltung allein nach der markenrechtlichen Rechtslage bei ihrem Abschluss.
- b) Bei der Bestimmung der Grenzen markenrechtlicher Abgrenzungsvereinbarungen gilt kein Verbot geltungserhaltender Reduktion.

## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 7.12.2010, Az. KZR 71/08 „Jette Joop“

JOOP!



33

**Abgrenzungsvereinbarung 1995:** Jette Joop unterlässt Nutzung außerhalb des Bereichs (Mode-) Schmuck

## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 7.12.2010, Az. KZR 71/08 „Jette Joop“

### Die Begründung des BGH:

- 1995 lag ein Unterlassungsanspruch „Joop!“ gegen „Jette Joop“ wegen der BGH-Entscheidung „Caren Pflieger“ (GRUR 1991, 475) nahe. Heute würde man davon ausgehen, dass der Verkehr sich nicht ausschließlich am Nachnamen orientiert, insb. wenn der Vorname recht selten sei.
- Aus Gründen der **Rechtssicherheit** und des **Investitionsschutzes** dürfen die Parteien darauf vertrauen, dass die Abgrenzungsvereinbarung wirksam bleibt, selbst wenn sich die markenrechtliche Lage später ändert.

## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 7.12.2010, Az. KZR 71/08 „Jette Joop“

### Die Begründung des BGH:

- **Kartellrechtlich** sind Abgrenzungsvereinbarungen grundsätzlich zulässig, da sie typischerweise Wettbewerb stärken und nicht beschränken. Die Parteien können sicherer investieren und ihre Marken aufbauen.
- Anders ist dies nur, wenn zum Zeitpunkt des Abschlusses kein **ernsthafter, objektiv begründeter Anlass** besteht, einen Unterlassungsanspruch anzunehmen (BGH, Tz. 44).

## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 7.12.2010, Az. KZR 71/08 „Jette Joop“

### Die Begründung des BGH:

- **Zusatzproblem: Abgrenzungsvereinbarung war zu weit, weil weltweit gültig.**
- BGH hält **geltungserhaltende Reduktion** für **möglich**, da es vorliegend nicht um ein Wettbewerbsverbot ging (BGH, Tz. 53), und die zu weiten **Bestandteile gegenständlich abtrennbar** sind, die Vereinbarung aber gleichwohl ihren hauptsächlichen Leistungsinhalt behält (Tz. 54):
  - Begrenzung des räumlichen Geltungsbereichs
  - Begrenzung hinsichtlich einzelner Produkt- und Dienstleistungsmärkte



## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 7.12.2010, Az. KZR 71/08 „Jette Joop“

### Die Begründung des BGH:

- **Zusatzproblem: Abgrenzungsvereinbarung war zu weit, weil weltweit gültig.**
- **Argument:** Abgrenzungsvereinbarung beschränkt nicht den Marktzugang an sich, sondern nur die Möglichkeit, mit einer bestimmten Marke zu werben (Tz. 57).
- **Was wäre bei späterer Verschärfung des Kartellrechts?**
- Es erscheint aber zweifelhaft, ob im Zeitpunkt ihres Abschlusses wirksame markenrechtliche Abgrenzungsvereinbarungen ... unwirksam werden können, wenn sich während ihrer Laufzeit die für sie geltenden kartellrechtlichen Anforderungen verschärfen (Tz. 57).

## Wettbewerbsrecht



BGH, Urt. v. 5.10.2010, Az. I ZR 4/06 „MillionenChance II“

### Der Sachverhalt:

- Im Rahmen einer Bonus-(Rabatt-)Aktion eines großen Retailers wurde als Prämie die Teilnahme an einer Lottoziehung ausgelobt. Die Beklagte ließ die ausgefüllten Teilnahmekarten in ihren Filialen einsammeln und leitete sie an ein drittes Unternehmen weiter, das dafür sorgte, dass die entsprechenden Kunden mit den jeweils ausgewählten Zahlen an der Ziehung der Lottozahlen teilnahmen.
- **Vorwurf der klagenden Wettbewerbszentrale:** wettbewerbswidrige Verknüpfung des Warenabsatzes mit einem Gewinnspiel. Die Kunden der Beklagten erlangten zwar eine kostenlose Teilnahme an der Lotterie, jedoch bestehe eine rechtliche Abhängigkeit zwischen der kostenlosen Teilnahme und dem Erwerb von Waren bei der Beklagten. Eine derartige Verknüpfung verstoße gegen § 4 Nr. 6 UWG.

# Wettbewerbsrecht

39

## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 5.10.2010, Az. I ZR 4/06 „Millionenchance II“

### Die Entscheidung des BGH:

- a) Im Hinblick auf die erhebliche Anlockwirkung, die ... von einem an den Produktabsatz gekoppelten Preisausschreiben ... ausgeht, ist das Merkmal der **Spürbarkeit** (§ 3 Abs. 1 UWG) ... in der Regel erfüllt. Bei der Regelung in §§ 3, 4 Nr. 6 UWG 2008 handelt es sich daher um ein generelles Verbot der Kopplung solcher Preisausschreiben ... an ein Umsatzgeschäft, dem die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken entgegensteht (EuGH, Urteil vom 14. Januar 2010 - C-304/08, GRUR 2010, 244 = WRP 2010, 232 - Plus).

## Markenrecht (Kartellrecht)

BGH, Urt. v. 5.10.2010, Az. I ZR 4/06 „MillionenChance II“

### Die Entscheidung des BGH:

- b) Die Regelung in §§ 3, 4 Nr. 6 UWG 2008 ist in der Weise richtlinienkonform auszulegen, dass die Kopplung eines Preisausschreibens oder Gewinnspiels an ein Umsatzgeschäft nur dann unlauter ist, wenn sie im Einzelfall eine **irreführende Geschäftspraxis** darstellt (Art. 6 und 7 der Richtlinie) oder den **Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt** widerspricht (Art. 5 Abs. 2 Buchst. a der Richtlinie).

## Wettbewerbsrecht

BGH, Urt. v. 5.10.2010, Az. I ZR 4/06 „MillionenChance II“

### Die Begründung des BGH:

- Nach dem Urteil des EuGH (EuGH, Urteil vom 14. Januar 2010 - C-304/08, GRUR 2010, 244 = WRP 2010, 232 - Plus) steht fest, dass das strenge deutsche **Kopplungsverbot** des § 4 Nr. 6 UWG nicht mit der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken vereinbar ist. Er sieht ein nahezu generelles Kopplungsverbot auch für solche Angebote vor, die keine unsachliche Beeinflussung der Verbraucher enthalten.



## Wettbewerbsrecht

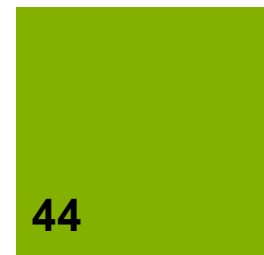
BGH, Urt. v.28.10.2010, Az. I ZR 60/09 „Hartplatzhelden“



### Die Entscheidung des BGH:

- a) Die unmittelbare Übernahme des Leistungsergebnisses eines Dritten ist keine Nachahmung im Sinne von § 4 Nr. 9 UWG
- b) Ein Fußballverband, der in seinem Verbandsgebiet zusammen mit den ihm angehörenden Vereinen Amateurfußballspiele (hier: Verbandsligaspiele) durchführt, wird nicht dadurch in unlauterer Weise in einem etwa unmittelbar aus § 3 UWG abzuleitenden ausschließlichen Verwertungsrecht verletzt, dass Filmausschnitte, die einzelne Szenen des Spielgeschehens wiedergeben, auf einem Internetportal veröffentlicht werden.

# Wettbewerbsrecht





## Wettbewerbsrecht

BGH, Urt. v.28.10.2010, Az. I ZR 60/09 „Hartplatzhelden“

### Die Begründung des BGH:

- (Tz. 16) Die Filmaufzeichnung eines (Teils eines) Fußballspiels ist **keine Nachahmung** einer in dem Fußballspiel selbst oder in dessen Veranstaltung und Durchführung bestehenden Leistung im Sinne von § 4 Nr. 9 UWG; sie stellt vielmehr eine **lediglich daran anknüpfende eigenständige Leistung** dar
- Sowohl die von ... (den) Beteiligten erbrachten Teilleistungen als auch die dadurch bewirkte Gesamtleistung unterscheiden sich ihrem Inhalt und ihrer Art nach grundlegend von der Leistung, die ein Dritter dadurch erbringt, dass er einen Teil des betreffenden Fußballspiels in einer Filmaufzeichnung festhält.

## Wettbewerbsrecht

BGH, Urt. v.28.10.2010, Az. I ZR 60/09 „Hartplatzhelden“

### Die Begründung des BGH:

- (Tz. 17) Soweit darin eine **Ausnutzung** der Leistungen der an der Durchführung des Fußballspiels Beteiligten liegt, erfolgt sie nicht durch eine (identische oder annähernde) Nachahmung dieser Leistungen oder eines Teils von ihnen, sondern allenfalls durch eine von der Nachahmung zu unterscheidende **unmittelbare Übernahme** des Leistungsergebnisses des Dritten.
- (Tz. 28) Das Angebot gewerblicher Leistungen, die auf Arbeitsergebnissen von Mitbewerbern aufbauen, ist, wie beispielsweise die Zulässigkeit des Vertriebs von Ersatzteilen und Zubehör zu den Waren eines anderen zeigt, grundsätzlich rechtlich nicht zu beanstanden.

## Wettbewerbsrecht

BGH, Urt. v.28.10.2010, Az. I ZR 60/09 „Hartplatzhelden“

### Die Begründung des BGH:

- (Tz. 28) ... Es ist weder wettbewerbsrechtlich noch zum Schutz des Rechts am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb geboten, denjenigen, der eine Leistung erbringt, grundsätzlich auch an allen **späteren Auswertungsarten** seiner Leistung zu beteiligen. Dazu kann zwar Anlass bestehen, wenn die betreffende Leistung Dritten ohne weiteres zugänglich ist und sich durch die diesen dadurch gegebene Möglichkeit der ungehinderten Ausbeutung die wirtschaftliche Position des Leistenden verschlechtert. Diese Voraussetzungen sind im vorliegenden Fall jedoch nicht gegeben, weil die in Rede stehende Verwertung Dritten gegenüber durch die Ausübung des **Hausrechts** abgegrenzt werden kann.

## Wettbewerbsrecht



**Noch einmal: BGH, Urt. v. 05.10.2010, Az. I ZR 46/09 „Verbotsantrag bei Telefonwerbung“**

### Die Entscheidung des BGH :

- b) Bei einem unverlangten Werbeanruf ist der auf Wiederholungsgefahr gestützte Unterlassungsanspruch nicht auf den Gegenstand des Werbeanrufs beschränkt, wenn bei dem Unternehmen, von dem der Werbeanruf ausgeht (etwa einem Callcenter), der Gegenstand der Werbung beliebig austauschbar ist.

### ■ Der Antrag lautete:

*„Die Beklagte wird unter Androhung ... verurteilt,*

*es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbraucher ohne ihr vorheriges Einverständnis zu Werbezwecken anzurufen oder anrufen zu lassen.“*

## Wettbewerbsrecht

Noch einmal: BGH, Urt. v. 05.10.2010, Az. I ZR 46/09 „Verbotsantrag bei Telefonwerbung“

### Die Begründung des BGH :

- (Tz. 25) Der mit dem Hauptantrag verfolgte Unterlassungsanspruch ist vorliegend auch nicht teilweise unbegründet, weil er über den konkreten Verletzungstatbestand hinausgeht.
- (Tz. 26) Nach der Rechtsprechung des Senats können Ansprüche auf Unterlassung über die konkrete Verletzungshandlung hinaus gegeben sein, soweit in der erweiterten Form das **Charakteristische der Verletzungshandlung** noch zum Ausdruck kommt. Dies hat seinen Grund darin, dass eine Verletzungshandlung die Vermutung der Wiederholungsgefahr nicht nur für die identische Verletzungsform, sondern für **alle im Kern gleichartigen Verletzungshandlungen** begründet.

## Wettbewerbsrecht

Noch einmal: BGH, Urt. v. 05.10.2010, Az. I ZR 46/09 „Verbotsantrag bei Telefonwerbung“

### Die Begründung des BGH :

- (Tz. 27) Im Fall des § 7 Abs. 2 Nr. 2 Fall 1 UWG besteht das Charakteristische der Verletzungshandlung in dem **unverlangten Werbeanruf** gegenüber einem **Verbraucher**. **Wofür geworben wird, ist dagegen irrelevant**. Werbeanrufe gehen häufig von Callcentern oder anderen vergleichbaren Dienstleistungserbringern aus, bei denen der Gegenstand der Werbung beliebig austauschbar ist.
- **Etwas anderes** hat dann zu gelten, wenn ein **Gewerbetreibender** einen Werbeanruf für die Waren oder Dienstleistungen vornimmt, die **Gegenstand seines Geschäftsbetriebs** sind. Hier reicht die durch die Verletzungshandlung begründete Wiederholungsgefahr grundsätzlich nicht über den Unternehmensgegenstand hinaus.

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !**





## Kontakt:

**Dominik Eickemeier**

**Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz**

**Magnusstraße 13**

**50672 Köln**

**T: 0221/2052-436**

**F: 0221/2052-1**

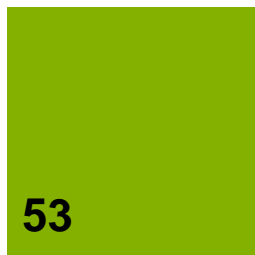
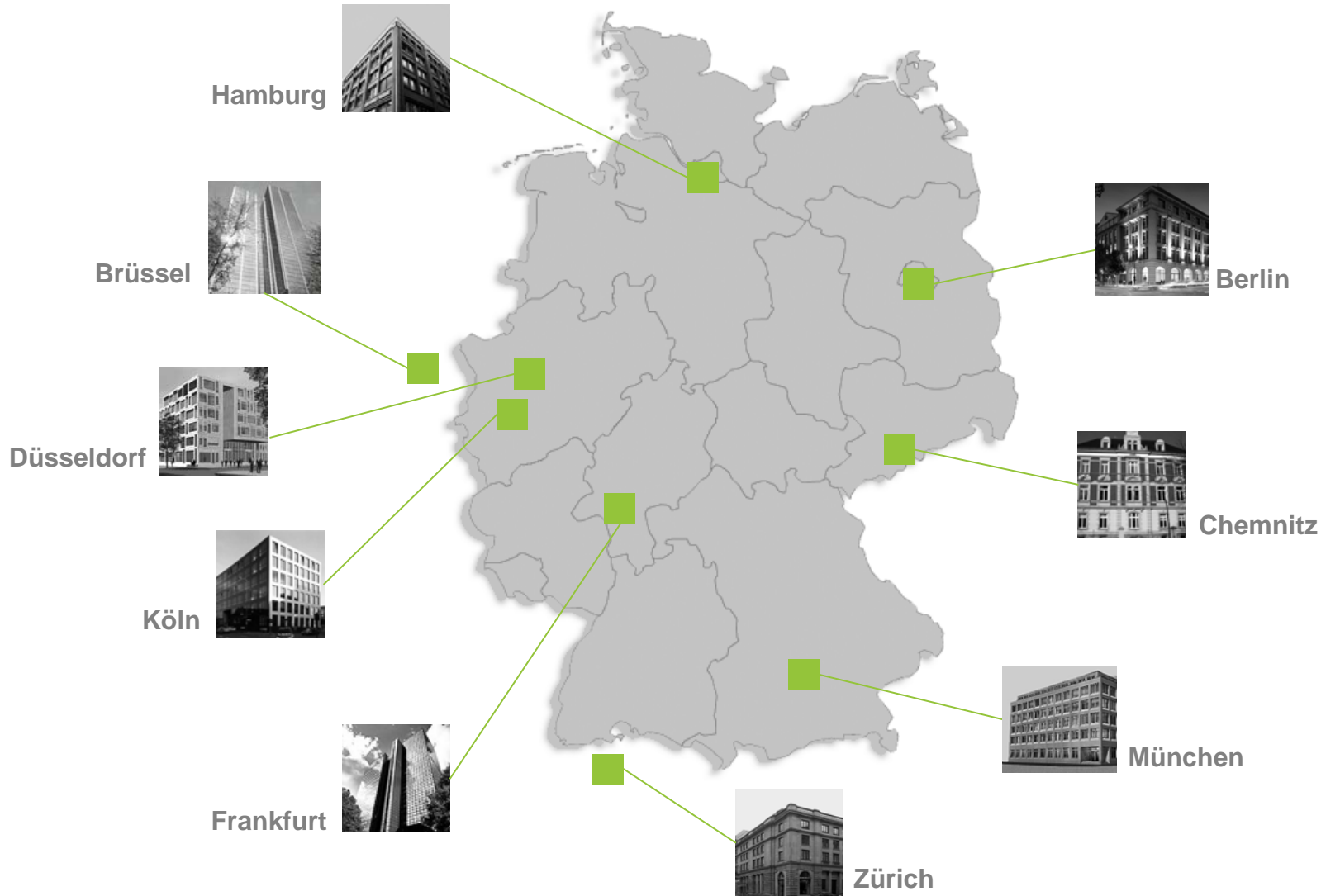
**E: [d.eickemeier@heuking.de](mailto:d.eickemeier@heuking.de)**



**52**



# Unsere Standorte



**Berlin**

Unter den Linden 10 · D-10117 Berlin  
T +49 (0)30 88 00 97-0 · F +49 (0)30 88 00 97-99  
berlin@heuking.de

**Brüssel**

Avenue Louise 326 · B-1050 Brüssel  
T +32 (0)2 646 20-00 · F +32 (0)2 646 20-40  
brussels@heuking.de

**Chemnitz**

Weststraße 16 · D-09112 Chemnitz  
T +49 (0)371 382 03-0 · F +49 (0)371 382 03-100  
chemnitz@heuking.de

**Düsseldorf**

Georg-Glock-Straße 4 · D-40474 Düsseldorf  
T +49 (0)211 600 55-00 · F +49 (0)211 600 55-050  
duesseldorf@heuking.de

**Frankfurt am Main**

Grüneburgweg 102 · D-60323 Frankfurt am Main  
T +49 (0)69 975 61-0 · F +49 (0)69 975 61-200  
frankfurt@heuking.de

**Hamburg**

Bleichenbrücke 9 · D-20354 Hamburg  
T +49 (0)40 35 52 80-0 · F +49 (0)40 35 52 80-80  
hamburg@heuking.de

**Köln**

Magnusstraße 13 · D-50672 Köln  
T +49 (0)221 20 52-0 · F +49 (0)221 20 52-1  
koeln@heuking.de

**München**

Prinzregentenstraße 48 · D-80538 München  
T +49 (0)89 540 31-0 · F +49 (0)89 540 31-540  
muenchen@heuking.de

**Zürich**

Bahnhofstrasse 3 · CH-8001 Zürich  
T +41 (0)44 200 71-00 · F +41 (0)44 200 71-01  
zuerich@heuking.ch

