

Sehr verehrte Mandantin,
sehr verehrter Mandant,

unser aktueller Mandanten-Newsletter **Medienrecht aktuell** enthält wieder einige wichtige und aktuelle Hinweise zu dem von uns schwerpunktmäßig angebotenen Rechtsgebiet des Medienrechts.

Sicherlich können Sie die eine oder andere Entscheidung auch in Ihre persönliche Planung miteinbeziehen. Wir stehen Ihnen jederzeit gerne mit Rat und Tat zur Seite und klären für Sie ab, ob angesichts der aktuellen rechtlichen Entwicklungen Handlungsbedarf für Sie besteht.

Erlauben Sie mir - wie immer - den kurzen Hinweis, dass der Newsletter nur Ihrer grundlegenden Information dient und keine individuelle Rechtsberatung im Einzelfall ersetzt. Eine Haftung kann daher trotz sorgfältiger Bearbeitung nicht übernommen werden.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!

Mit besten Grüßen

Ihr



Dr. Christian Seyfert

Internetrecht / Softwarerecht


Schadensersatz bei Falschangaben in eBay-Angebot

Artikelbeschreibungen bei Verkäufen über eBay oder vergleichbare Internetversteigerungsplattformen müssen vollständig und richtig sein.

Dies ergibt sich auch aus § 8 Nr. 4 der eBay-Bedingungen, die jedes Mitglied als verbindlich anerkennt. Wer im Rahmen einer Internetauktion eingestellte Artikel fahrlässig falsch beschreibt, dem droht nicht nur die Rückgängigmachung des Kaufvertrags durch den Käufer. Dem Käufer steht in einem solchen Fall vielmehr auch ein Schadensersatzanspruch nach §§ 434, 437 Nr. 3, 281 BGB zu. Der getäuschte Käufer kann daher die Kosten für die anderweitige Beschaffung eines gleichen oder vergleichbaren Artikels vom Verkäufer als Schaden ersetzt verlangen.

Hinweis: Mitkonkurrenten können falsche Artikelbeschreibungen auch zum Anlass für eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung wegen unlauteren Wettbewerbs nehmen. Insofern bestehen somit bei falscher Artikelbeschreibung nicht nur Ansprüche

seitens des Käufers, sondern auch von Seiten der Mitkonkurrenz.

LG Frankfurt am Main, Urteil v. 31.01.2007, Az. 2-16 S 3/06 

Spam-Schutz: Keine Annahme eines mutmaßlichen Interesses an unverlangter E-Mail-Werbung

Unaufgeforderte E-Mail-Werbung ist in der Regel auch gegenüber einem Gewerbetreibenden wettbewerbswidrig, wenn nicht (wenigstens) konkrete Anhaltspunkte die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung des Empfängers rechtfertigen.

Für das Landgericht Berlin stellt ein vermutetes Interesse einer bestimmten Zielgruppe an der E-Mail-Werbung keine Rechtfertigung dar. Das würde auf eine praktisch uneingeschränkte Zulassung dieser Werbeform hinauslaufen. Vielmehr müssen besondere Umstände die Annahme rechtfertigen, der Empfänger werde mit der Zusendung von Werbe-E-Mails einverstanden sein.

Die Tatsache, dass der Empfänger eine E-Mail-Adresse unterhält, die unabhängig von der exakten Adressierung vor dem @-Zeichen alle unter der Domain eingehenden Mails annimmt, reichte dem LG Berlin vorliegend nicht als Rechtfertigung der unverlangten E-Mail-Werbezusendung aus.

LG Berlin, Urteil v. 13.03.2007, Az. 15 O 821/06


Fehlende Mehrwertsteuerangabe bei Online-Fernabsatzvertrag

Nach § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 Preisangabenverordnung ist derjenige, der in gewerbs- oder geschäftsmäßiger Weise Waren oder Leistungen zum Abschluss eines Fernabsatzvertrages gegenüber Endverbrauchern anbietet, zum Hinweis auf die im Preis enthaltene Umsatzsteuer in unmittelbarer Nähe zur Preisangabe verpflichtet. Ferner sind sämtliche anfallenden Liefer- oder Versandkosten anzugeben. Fehlt die Angabe der im Preis enthaltenen Umsatz-

steuer, liegt darin ein Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

Da Verbraucher hierzulande stets von der Angabe des Endpreises einschließlich der gesetzlichen Mehrwertsteuer ausgehen, handelt es sich bei Fehlen der entsprechenden Angaben auch nicht um einen Bagatelverstoß. Mitbewerber und legitimierte Verbraucherverbände können daher die Unterlassung des gesetzwidrigen Verhaltens verlangen.

Hinweis: Anspruchsgrundlage für den Unterlassungsanspruch ist § 8 UWG und für den Schadensersatzanspruch § 9 UWG. Ersatzfähig ist nach der Rechtsprechung ein sog. Marktverwirrungsschaden, der sich aus der Verwirrung auf Grund der fehlenden Preisangabe ergibt.

OLG Hamburg, Urteil v. 04.01.2007, Az. 3 W 224/06 

Musikrecht

GEMA erwirkt einstweilige Verfügung gegen YouTube

Das LG Köln hat dem Betreiber der Videoplattform YouTube, der YouTube GmbH, per einstweiliger Verfügung untersagt, Werke aus dem GEMA-Repertoire unlizenziert zu nutzen. Dies betraf im Fall vor allem Musikvideos, Konzertmitschnitte und Eigengestaltungen mit hinterlegter Musik aus dem GEMA-Repertoire. Die YouTube GmbH hatte zuvor bereits fortgeschrittene Lizenzverhandlungen mit der GEMA abgebrochen.

Der Betreiber von YouTube war bis Ende Mai 2007 auch Inhaber der Domain YouTube.de, musste diese aber nach einer markenrechtlichen Auseinandersetzung mit Google, der Mutter von YouTube.com, abgeben. Nach einer außergerichtlichen Einigung zwischen den Beteiligten ist die Domain YouTube.de seit dem 1. Juni 2007 nun im Besitz von Google.

Anders als im Fall mit dem Betreiber der Plattform YouTube konnte sich die GEMA mit Google hinsichtlich deren Plattform YouTube einigen. Google zahlt danach aktuell an die GEMA für die Nutzung GEMA-kontrollierter Musikwerke eine Pauschalgebühr.

Hinweis: Die GEMA nimmt die Nutzungs- und Verwertungsrechte ihrer Mitglieder wahr. Sie zieht dabei die Lizenzgebühren von den Musikverwertern (z. B. Radiosendern, Websitebetreibern, Fernsehsendern etc.) ein und schüttet sie in regelmäßigen Abständen an ihre Mitglieder gemäß bestimmten Verteilungsschlüsseln aus. Die GEMA überwacht dabei ihr Repertoire, wie im genannten Fall des LG Köln, auch gegenüber unrechtmäßigen Nutzern.

LG Köln, Beschl. v. 12.07.2007, Az. 28 O 350/07

Urheberrecht

Hohe Anforderungen an Urheberrechtsschutz für Geschäftsbriefe


Bei Geschäftsbriefen findet der erforderliche geistig-schöpferische Gehalt seinen Niederschlag und Ausdruck in erster Linie in der Form und Art der Sammlung, Einteilung und Anordnung des dargebotenen Stoffes und nicht ohne weiteres auch - wie meist bei literarischen Werken - in der von der „Gedankenformung und -führung geprägten sprachlichen Gestaltung des dargebotenen Inhalts“.

Wie bei anderen grafischen und literarischen Werken ist es fraglich, ob ein Geschäftsbrief einen hinreichend schöpferischen Eigentümlichkeitsgrad besitzt. Lässt sich ein solcher nach genauer Betrachtung erkennen, führt aber auch dies nur dann zu einem urheberrechtlichen Schutz, wenn ein deutliches Übertreten des Alltäglichen, des Handwerksmäßigen und der mechanisch-technischen Aneinanderreihung des Materials zu bejahen ist.

Hinweis: Grundvoraussetzung für den urheberrechtlichen Schutz ist das Vorliegen einer persönlichen geistigen Schöpfung. An einer solchen fehlt es, wenn das jeweilige Werk nicht die erforderliche

Schöpfungshöhe aufweist. Bei Geschäftsbriefen ebenso wie z. B. bei Anwaltsschäftsätzen stellt die Rechtsprechung hohe Anforderungen und verlangt vorliegend ein deutliches Übertreten des Alltäglichen, des Handwerksmäßigen und der mechanisch-technischen Aneinanderreihung des Materials. Im Musikbereich gibt man sich hingegen mit der sog. „Kleinen Münze“ zufrieden: Urheberrechtsschutz

können damit auch einfachst gestaltete Popsongs erhalten, damit sich der Urheber auch gegen die unerlaubte Vervielfältigung solcher Songs schützen kann.

LG München I, Urteil v. 12.07.2006, Az. 21 O 22918/05 

Markenrecht

EuGH zum Schutz europäischer Gemeinschaftsmarken

Nach dem Lissabonner Abkommen darf der geographische Name, der eine Ursprungsbezeichnung bildet, weder für ein ähnliches Erzeugnis noch für irgendein anderes Erzeugnis oder eine andere Dienstleistung benutzt werden, wenn diese Benutzung geeignet ist, den Ruf der Ursprungsbezeichnung zu missbrauchen oder zu schwächen. Der tschechische Bierhersteller B. Budvar hatte sich die Wortmarke „BUDWEISER“ als Ursprungsbezeichnung für „Biere aller Art“ (Bier, Ale, Porter, alkoholische und alkoholfreie Malzgetränke) eintragen lassen. Später beantragte das amerikanische Unternehmen Anheuser-Busch die Eintragung der Marken „BUD“ und „BUDWEISER“ als Gemeinschaftsmarken für verschiedene Waren, wie etwa Schreibwaren, Putzzeug, Bekleidungsstücke, Back- und Konditoreiwaren.

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) wies den Unterlassungsanspruch der tschechischen Brauerei ab. Der Markenschutz nach dem Lissabonner Abkommen beschränkt sich auf die Art von Erzeugnissen, die in der Eintragung bezeichnet werden.

Die Marken „BUD“ und „BUDWEISER“ sind danach für Bier und ähnliche Erzeugnisse geschützt. Für den EuGH war es nicht ersichtlich, dass eine Verwendung für andere Produkte die „Biermarke“ missbraucht oder schwächt.

Hinweis: Auch auf europäischer Ebene erfolgt zur Klärung der Frage, ob ein neues Kennzeichen eine bereits eingetragene Marke verletzt, ein Ähnlichkeitsvergleich: Sofern zwischen dem neuen Kennzeichen und der eingetragenen Marke eine Verwechslungsgefahr besteht, verletzt das neue Kennzeichen den Schutzbereich der bereits eingetragenen Marke. Ob Verwechslungsgefahr besteht, entscheidet sich dabei insbesondere auch danach, für welche Waren- und Dienstleistungsklassen das jeweilige Kennzeichen Schutz beansprucht. Da zwischen Bier auf der einen Seite und Schreibwaren, Putzzeug, Bekleidungsstücken, Back- und Konditoreiwaren auf der anderen Seite kein direkter Zusammenhang besteht, hat der EuGH vorliegend die Verwechslungsgefahr und damit die Markenverletzung zu Recht verneint.

EuGH, Urteil v. 12.06.2007, T-53/04 u. a.



Winheller Rechtsanwälte

Bettinastr. 30
D-60325 Frankfurt a.M.

Tel.: +49 (0)69 974 61 228
Fax: +49 (0)69 974 61 150

E-Mail: info@winheller.com
Internet: <http://www.winheller.com>

Rechtsanwälte für deutsches & US

- ▶ Nonprofitrecht
- ▶ Medienrecht
- ▶ Kapitalanlegerrecht
- ▶ Wirtschaftsrecht

**Weitere Informationen finden
Sie auf unserer Website**

www.winheller.com

**VORAUS denken,
ZUKUNFT planen →**