DER GRÜNE BOTE

Newsletter 2/2006

des

Gerd Bucerius-Lehrstuhls für Bürgerliches Recht mit
deutschem und internationalem Gewerblichen Rechtsschutz
der Universität Jena, Rechtswissenschaftliche Fakultät

Prof. Dr. Volker Michael Jänich

Redaktionsteam:

Prof. Dr. V. M. Jänich
Carsten T. Johne
Paul T. Schrader
Sylvia Wolfram
Birthe Rautenstrauch
Stephan Kunze
Laura Zentner

Jena, 12.04.2006

INHALTSVERZEICHNIS

Der Grüne Bote 1
Inhaltsverzeichnis 2
Vorwort 3
A. Rechtsprechung 4
I. Bundesgerichtshof 4
1. Patentrecht / Gebrauchsmusterrecht 4
2. Urheberrecht / Geschmacksmusterrecht 5
3. Markenrecht 6
4. Wettbewerbsrecht 6
5. Kartellrecht 6
6. Pressemitteilungen 7
II. EuGH und EuG Pressemitteilungen 11
III. Bundespatentgericht 14
1. Patentrecht 14
2. Kennzeichenrecht 14
IV. Instanzgerichte 16
1. Urheber- und Geschmacksmusterrecht 16
2. Markenrecht 18
3. Wettbewerbsrecht 20
4. Sonstiges 26
V. Hinweis 28
B. Aufsätze / Urteilsanmerkungen 29
I. Patentrecht / Gebrauchsmusterrecht 29
II. Urheberrecht / Geschmacksmusterrecht 31
III. Markenrecht 33
IV. Wettbewerbsrecht 36
V. Kartellrecht 37
VI. Sonstiges 41
VII. Ausgewertete Zeitschriften 43
C. Kurze Beiträge 45
Verwechslungsgefahr bei zusammengesetzten Zeichen - Medion 45
Die Bagatellklausel im UWG 47
D. Kurze Berichte 49
2. Jenaer Markenrechtstag 49
E. Best of IP 51
Impressum, Haftungsausschluss 53

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

ich freue mich, Ihnen die Ausgabe 2/2006 des "Grünen Boten" übersenden zu können.

Am Ende dieses Newsletters finden Sie einen Bericht vom 2. Jenaer Markenrechtstag, der am 30. und 31. März 2006 stattfand. Bereits jetzt möchte ich Sie auf den 3. Jenaer Markenrechtstag hinweisen. Er wird am 12. und 13. Juli 2007 stattfinden.

Weiterhin enthält diese Ausgabe des Newsletters einen Beitrag von Paul T. Schrader zur kürzlich ergangenen EuGH- Entscheidung zur Verwechslungsgefahr bei zusammengesetzten Zeichen („Medion-Entscheidung“). Herr Carsten T. Johne setzt sich in einem weiteren Artikel mit der Bagatellklausel im UWG auseinander und legt seinen Ausführungen eine Entscheidung OLG Jena („Kaffeepreisauszeichnung“) zugrunde.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Mit besten Grüßen aus Jena

Ihr

Prof. Dr. Volker Michael Jänich

A. RECHTSPRECHUNG

I. BUNDESGERICHTSHOF

1. Patentrecht / Gebrauchsmusterrecht

Seitenspiegel
BGH, Urt. v. 11. Oktober 2005 - X ZR 76/04 - OLG München; LG München I
PatG 1968 § 6; PatG (1981) vor § 143
Der Tatrichter hat das Klagepatent eigenständig auszulegen und darf die Auslegung nicht dem gerichtlichen Sachverständigen überlassen.
Da das Verständnis des Fachmanns von den im Patentanspruch verwendeten Begriffen und vom Gesamtzusammenhang des Patentanspruchs die Grundlage der Auslegung bildet, muss sich der Tatrichter erforderlichenfalls sachverständiger Hilfe bedienen. Das kommt etwa dann in Betracht, wenn zu ermitteln ist, welche objektiven technischen Gegebenheiten, welches Vorverständnis der auf dem betreffenden Gebiet tätigen Sachkundigen, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Erfahrungen und welche methodische Herangehensweise dieser Fachleute das Verständnis des Patentanspruchs und der in ihm verwendeten Begriffe bestimmen oder beeinflussen können.
Fundstelle: BGHZ 164, 261; Mitt. 2006, 71; GRUR 2006, 131

Baumscheibenabdeckung
BGH, Urteil vom 25. Oktober 2005 - X ZR 136/03 - OLG Hamburg; LG Hamburg
PatG § 14
Solange der Sinngehalt eines Patentanspruchs nicht ermittelt ist, fehlt es an einer Grundlage für rechtsfehlerfreie Feststellungen dazu, ob eine Patentverletzung in Form einer abgewandelten Ausführung vorliegt.

Koksofentür
BGH, Urt. v. 15. November 2005 - X ZR 17/02 - Bundespatentgericht
PatG (1981) §§ 81, 14, 21 Abs. 1 Nr. 4, 38
Das nach Erlöschen des Streitpatents erforderliche besondere eigene Rechtsschutzbedürfnis des Nichtigkeitsklägers an der Nichtigerklärung des Streitpatents ist nach rechtskräftiger Verurteilung des Nichtigkeitsklägers in einem Verletzungsrechtsstreit jedenfalls dann zu bejahen, wenn der Nichtigkeitskläger für den Fall der Nichtigerklärung des Streitpatents eine Restitutionsklage in Betracht zieht.
Bezugszeichen im Patentanspruch schränken den Schutz nicht auf ein Ausführungsbeispiel ein.
Mit der Gestaltungsfreiheit des Anmelders im Patenterteilungsverfahren ist es unvereinbar, nur eine Einschränkung als zulässig anzusehen, bei der alle der Erfindung förderlichen Merkmale eines Ausführungsbeispiels in den Patentanspruch aufgenommen werden.

extracoronales Geschiebe
BGH, Urt. v. 22. November 2005 - X ZR 79/04 - OLG München; LG München I
PatG §§ 10, 140 a
Der Patentinhaber kann nicht verlangen, dass im Besitz oder Eigentum des mittelbaren Verletzers des Klagepatents stehende Gegenstände vernichtet werden.

Stapeltrockner
BGH, Urt. v. 22. November 2005 - X ZR 81/01 - OLG Hamburg; LG Hamburg
PatG § 14; EPÜ Art. 69
Die Prüfung, ob eine angegriffene Ausführungsform das der Erfindung zugrunde liegende Problem mit gleichwirkenden Mitteln löst, erfordert die Ermittlung des Sinngehalts des Patentanspruchs und der Wirkungen, die mit den anspruchsgemäßen Merkmalen - je für sich und in ihrer Gesamtheit - erzielt werden, sowie die tatrichterliche Feststellung, ob und gegebenenfalls mit welchen konkreten, vom Wortsinn des Patentanspruchs abweichenden Mitteln diese Wirkungen von der angegriffenen Ausführungsform erreicht werden.
Es ist eine Rechtsfrage, ob die Überlegungen, die der Fachmann anstellen muss, um eine abweichende Ausführungsform als gleichwirkend aufzufinden, derart am Sinngehalt des Patentan-

spruchs orientiert sind, dass der Fachmann die abweichende Ausführungsform als gleichwertige Lösung in Betracht zog.

Rangierkatze
BGH, Urt. v. 13. Dezember 2005 - X ZR 14/02 - OLG Düsseldorf; LG Düsseldorf
PatG § 9
Eine Patentverletzung liegt jedenfalls vor, wenn die Merkmale des Patentanspruchs verwirklicht sind und die angegriffene Ausführungsform objektiv geeignet ist, die patentgemäßen Eigenschaften und Wirkungen zu erreichen. Einer Patentverletzung steht nicht entgegen, dass eine Vorrichtung normalerweise anders bedient wird und die Abnehmer deshalb von der patentverzenden Lehre regelmäßig keinen Gebrauch machen. Die Patentverletzung entfällt in einem solchen Fall selbst dann nicht, wenn der Hersteller ausdrücklich eine andere Verwendung seiner Vorrichtung empfiehlt, solange die Nutzung der patentgemäßen Lehre möglich bleibt.
Für die Prüfung einer Patentverletzung ist es unerheblich, dass ein zusätzlicher Vorteil, den die angegriffene Ausführungsform aufweist, behördlichen Vorgaben entspricht, die nach Inkrafttreten des Streitpatents Gültigkeit erlangten.

Detektionseinrichtung II
BGH, Urt. v. 21.12.2005 - X ZR 72/04 - OLG Düsseldorf; LG Düsseldorf
BGB § 823 Ai; PatG (1981) vor § 139; ZPO § 945
Der Lieferant kann den Schaden, der ihm durch Inanspruchnahme seines Abnehmers aus einem später für nichtig erklärten Patent entstanden ist, unter dem Gesichtspunkt des Eingriffs in den eigenen eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb von demjenigen ersetzt verlangen, der in schuldhafter Weise unberechtigt aus dem Patent vorgegangen ist (Fortführung des Beschlusses des Großen Senats für Zivilsachen vom 15.07.2005 - GSZ 1/04, ZIP 2005, 1690 = GRUR 2005, 882, zur Veröffentlichung in BGHZ vorgesehen).
Die nachträgliche Nichtigerklärung eines Patents kann, soweit aus diesem einstweiliger Rechtsschutz erwirkt worden ist, einen Schadensersatzanspruch nach § 945 ZPO begründen (Fortführung von BGHZ 75, 116, 120 - Oberarmschwimmringe).
Fundstelle: WRP 2006, 369; GRUR 2006, 219

Zylinderrohr
BGH, Urt. v. 21. Dezember 2005 - X ZR 165/04 - OLG Nürnberg; LG Nürnberg-Fürth
BGB § 743 Abs. 1, Abs. 2; PatG § 6; GebrMG § 13 Abs. 3
BGB § 214 Abs. 1 (§ 222 Abs. 1 a.F.); ZPO § 531 Abs. 2
Auch wenn das gemeinschaftliche Recht auf ein technisches Schutzrecht, das Miterfindern zusteht, nicht zu einem gemeinschaftlichen Recht am Schutzrecht geführt hat, kommt ein finanzieller Ausgleich zu Gunsten des nicht eingetragenen Miterfinders für die von diesem nicht wahrgenommene Möglichkeit in Betracht, den Gegenstand der Erfindung selbst zu nutzen (Fortführung von BGHZ 162, 342 - Gummielastische Masse II).
BGB § 214 Abs. 1 (§ 222 Abs. 1 a.F.); ZPO § 531 Abs. 2
Hat sich der Schuldner nicht bereits außergerichtlich auf Verjährung berufen, muss dem Umstand, dass bereits vor dem Schluss der mündlichen Verhandlung erster Instanz Verjährung eingetreten ist, grundsätzlich durch Erhebung der Einrede in dieser Instanz Rechnung getragen werden. Mit der erstmals im Berufungsverfahren erhobenen Verjährungseinrede ist der Beklagte ausgeschlossen, wenn nicht die Voraussetzungen des § 531 Abs. 2 ZPO vorliegen (Abgrenzung zu BGHZ 161, 138).

2. Urheberrecht / Geschmacksmusterrecht

Alpensinfonie
BGH, Urt. v. 19. Januar 2006 - I ZR 5/03 - OLG München; LG München I
UrhG §§ 16, 23; UrhG §§ 16, 96 Abs. 1
Bei der Fernsehaufzeichnung einer Konzertaufführung wird das dargebotene Musikwerk nicht verfilmt. Das Werk der Musik wird dadurch nur vervielfältigt, nicht bearbeitet.

Die Vorschrift des § 96 Abs. 1 UrhG schützt den Inhaber des Vervielfältigungsrechts, indem sie ihm ein Verbotsrecht hinsichtlich andersartiger Werknutzungen (öffentliche Wiedergabe und Verbreitung) gibt, die mithilfe des rechtswidrig hergestellten Vervielfältigungsstücks vorgenommen werden. Auf die Vervielfältigung rechtswidriger Vervielfältigungen ist sie nicht entsprechend anzuwenden. Soweit die Vervielfältigungsrechte von einer Verwertungsgesellschaft wahrgenommen werden, steht deshalb ein Anspruch aus § 97 Abs. 1 i.V. mit § 96 Abs. 1, § 16 UrhG dieser zu.

3. Markenrecht

NORMA
BGH, Beschl. v. 15. September 2005 - I ZB 10/03 - Bundespatentgericht
MarkenG § 26 Abs. 1
Ein Einzelhandelsunternehmen, das eine Vielzahl von Waren vertreibt, die teils mit eigenen Marken des Unternehmens, teils mit Marken der Hersteller versehen, teils ohne Marke sind, benutzt seine für entsprechende Waren eingetragene, mit seiner Unternehmensbezeichnung übereinstimmende Marke mit deren Verwendung an Schaufenstern und in Geschäftsräumen seiner Filialen, auf Einkaufstüten, Regal- und Preisaufklebern sowie in der Werbung in Zeitungsanzeigen und auf Handzetteln auch dann nicht rechtserhaltend, wenn der Marke im Einzelfall ein "R" im Kreis angefügt ist. Ohne einen konkreten Bezug zu der Ware bezieht sich dieser Hinweis allenfalls auf die Dienstleistung des Handelsunternehmens, nicht aber auf die Herkunft der Ware zur Unterscheidung von Waren anderer Herkunft (Fortführung von BGH, Urt. v. 21.7.2005 - I ZR 293/02 - OTTO).
Fundstelle: WRP 2006, 241; GRUR 2006, 150

Verwarnung aus Kennzeichenrecht II
BGH, Urt. v. 19. Januar 2006 - I ZR 98/02 - OLG Düsseldorf; LG Düsseldorf
BGB § 823 Abs. 1 Ai
Der Inhaber einer eingetragenen Marke kann bei einer Verwarnung aus diesem Schutzrecht grundsätzlich davon ausgehen, dass dem Bestand des Rechts keine absoluten Eintragungshindernisse entgegenstehen, wie sie das Deutsche Patent- und Markenamt vor der Eintragung zu prüfen hatte.

4. Wettbewerbsrecht

MEGA SALE
BGH, Urt. v. 17. November 2005 - I ZR 300/02 - OLG Hamburg; LG Hamburg
UWG a.F. § 13 Abs. 5 (UWG § 8 Abs. 4)
Die gegen eine gemeinschaftliche Werbeanzeige gerichtete Rechtsverfolgung in jeweils getrennten Verfügungsverfahren gegen drei Unterlassungsschuldner, die einen einheitlichen Gerichtsstand haben und durch denselben Rechtsanwalt vertreten werden, kann wegen der höheren Kostenbelastung gegenüber einer streitgenössischen Inanspruchnahme auf der Beklagtenseite rechtsmissbräuchlich sein. Dass die zusätzliche Kostenbelastung wegen der Größe und finanziellen Leistungsfähigkeit des Konzernverbunds, dem die Beklagten angehören, nicht geeignet ist, diese im Wettbewerb zu behindern, schließt die missbräuchliche Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs durch den Kläger nicht aus.
Fundstelle: WRP 2006, 354; GRUR 2006, 243; BGHReport 2006, 383

Jeans II
BGH, Beschl. v. 19. Januar 2006 - I ZR 151/02 – Kammergericht; LG Berlin
UWG § 4 Nr. 9 Buchst. a; ZPO § 321a
Zur Geltendmachung einer Verletzung der Pflicht zur Vorlage an den Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften nach Art. 234 EG im Rahmen der Anhörungsrüge nach § 321a ZPO.

5. Kartellrecht

Kosten für Nachprüfungsantrag II
BGH, Beschl. v. 25. Oktober 2005 - X

ZB 15/05 - OLG Jena, Vergabekammer beim Thüringer Landesverwaltungsamt
GWB § 124 Abs. 2; GWB §§ 116 Abs. 1, 121; ZPO §§ 269 Abs. 3 Satz 2, 96

Wird ein Nachprüfungsantrag nach einer zulässigen Divergenzvorlage gemäß § 124 Abs. 2 Satz 2 GWB zurückgenommen, so obliegt die anstelle der Sachentscheidung zu treffende Kostenentscheidung dem Bundesgerichtshof.
GWB §§ 116 Abs. 1, 121; ZPO §§ 269 Abs. 3 Satz 2, 96
In entsprechender Anwendung des § 96 ZPO trägt die Vergabestelle auch dann die Kosten, die durch einen von ihr zurückgenommenen Antrag auf Vorabgestattung des Zuschlags gemäß § 121 Abs. 1 GWB entstanden sind, wenn der Nachprüfungsantrag in der Beschwerdeinstanz zurückgenommen wird.
Fundstelle: WRP 2006, 375

Kosten für Nachprüfungsantrag II
BGH, Beschl. v. 25. Oktober 2005 - X ZB 26/05; X ZB 22/05 - OLG Düsseldorf; 1. Vergabekammer des Bundes
GWB § 128 Abs. 4 Satz 2

Nimmt der Antragsteller seinen Nachprüfungsantrag vor der Vergabekammer zurück, findet eine Erstattung der außergerichtlichen Kosten des Antragsgegners oder des Beigeladenen im Verfahren vor der Vergabekammer nicht statt.
Fundstelle: WuW/E Verg 1183; ZfBR 2006, 187; BGHReport 2006, 335

Vorfinanzierung
BGH, Urteil vom 8. November 2005 - KZR 18/04 - OLG Düsseldorf; LG Düsseldorf
AGBG § 9 Bm, Cl; BGB § 307 Abs. 1 Satz 1 Bm, Cl

Eine von einem Mineralölunternehmen zum Abschluss von Tankstellenverträgen verwendete Klausel, nach der dieses berechtigt ist, von einem Agenturkonto, auf dem der Tankstellenverwalter die Erlöse aus dem Verkauf von Kraft- und Schmierstoffen gesondert aufzubewahren hat, im Lastschriftverfahren regelmäßig Abschlagszahlungen auch für solche Verkaufserlöse abzubuchen, die der Tankstellenverwalter im Zeitpunkt der Abbuchung noch nicht vereinnahmt hat, ist wegen unangemessener Benachteiligung des Tankstellenverwalters unwirksam.
Fundstellen: WRP 2006, 251; BB 2006, 180; WM 2006, 245; ZIP 2006, 288; NJW-RR 2006, 339

6. Pressemitteilungen

Pressemitteilung Nr. 08/2006
„LOTTO“ ist keine Marke für Lotterieglücksspiele - Deutscher Lottoblock unterliegt im Streit um die Marke „LOTTO“
BGH, Beschluss vom 19.01.2006 – I ZB 11/04 – Bundespatentgericht, Beschl. vom 31.03.2004 – 32 W (pat) 309/02

Der u.a. für das Markenrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat heute entschieden, dass die Marke „LOTTO“ für die meisten Waren und Leistungen, für die der Schutz beansprucht worden ist, gelöscht werden muss.
Für die im Deutschen Lottoblock zusammengeschlossenen 16 Lotteriegesellschaften ist die Marke „LOTTO“ u.a. für die Dienstleistungen „Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Lotterien und anderen Geld- und Glücksspielen“ sowie für weitere im Zusammenhang mit der Veranstaltung und Durchführung von Lotterien stehende Waren und Dienstleistungen eingetragen. Die Antragstellerin begehrt die Löschung dieser Marke. Sie macht geltend, die Marke beschreibe lediglich das Produkt; sie sei eine übliche Bezeichnung für Lotteriespiele. Das dadurch begründete Eintragungsverbot könne nicht durch Verkehrsdurchsetzung überwunden werden, weil eine mögliche Verkehrsdurchsetzung allein auf der Monopolstellung der Lotteriegesellschaften beruhe.
Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die Marke gelöscht, soweit sie für Druckereierzeugnisse, Gegenstände für die Durchführung von Lotterien, Beratung von Glücksspielern und Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen eingetragen war. Auf die Beschwerde der Antragstellerin hat das Bundespatentgericht die Marke zusätzlich für die Waren „Lotteriespiele“ und die Dienstleistungen „Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Lotterien und anderen Geld- und Glücksspielen“ gelöscht (BPatG GRUR 2004, 685). Die von den Lottogesellschaften eingelegte Rechtsbeschwerde hat der Bundesgerichtshof heute zurückgewiesen.
Der Bundesgerichtshof hat angenommen, dass der Eintragung der Bezeichnung „Lotto“ als einer beschreibenden Sachangabe für bestimmte Glücksspiele zunächst ein Eintragungshindernis entgegenstehe, das nur dadurch überwunden werden könnte, dass sich die Bezeichnung „Lotto“ im Verkehr als Hinweis auf die betriebliche Herkunft und damit als Marke durchgesetzt habe. Eine solche Verkehrsdurchsetzung lasse sich jedoch dem Parteivorbringen und den eingeholten und von den Parteien vorgelegten Verkehrsbefragungen nicht entnehmen. Zu Recht habe das Bundespatentgericht für die Frage, ob der Gattungsbegriff „Lotto“ sich in einen Hinweis auf den Veranstalter des jeweiligen Lotteriespiels gewandelt habe, nicht allein auf das Verständnis der Lottospieler abgestellt, sondern auf alle Verbraucher, an die sich das Angebot derartiger Lotteriespiele richte. Zu berücksichtigen sei auch, dass es sich bei dem Wort „Lotto“ um einen Begriff handele, der die wesentlichen Eigenschaften der beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibe. Bei derartigen Produktbezeichnungen komme eine Verkehrsdurchsetzung als Herkunftshinweis nur in Betracht, wenn überwiegende Teile der angesprochenen Verkehrskreise darin einen Hinweis auf die Herkunft des Spiels von einem bestimmten Veranstalter und nicht auf das veranstaltete Spiel sähen. Auch wenn Verbraucher „Lotto“ mit den staatlichen Lotteriegesellschaften in Verbindung brächten, sei dies noch nicht zwingend ein Beweis für einen Bedeutungswandel von einer beschreibenden Angabe zu einem Herkunftshinweis. Denn eine solche Assoziation lasse sich ohne weiteres damit erklären, dass die staatlichen Lotteriegesellschaften im Inland über ein Monopol zur Veranstaltung solcher Spiele verfügten und daher vor allem Spiele wie die von den Lotteriegesellschaften veranstalteten Lottospiele mit diesem Gattungsbegriff bezeichnet würden.
Karlsruhe, den 19. Januar 2006

Pressemitteilung Nr. 23/2006
Günstige Probeabonnements für Zeitschriften zulässig - Bundesgerichtshof schränkt die Bedeutung der Wettbewerbsregeln der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger ein
BGH, Urteil vom 07.02.2006 – KZR 33/04 - OLG Hamburg, Urteil vom 09.07.2004 – 5 U 181/03 (AfP 2005, 180); LG Hamburg - Urteil vom 28.10.2003 – 312 O 425/03

Verlagsunternehmen dürfen für ein Zeitschriftenabonnement mit kurzer Laufzeit auch mit erheblichen Preisvorteilen und kostenlosen Sachgeschenken werben. Der Zeitschriftenhandel muss dies hinnehmen, obwohl er in seinen Preisen gebunden ist. Dies hat der Kartellsenat des Bundesgerichtshofs gestern entschieden.
Gegenstand des Rechtsstreits war eine Werbeaktion, mit der der Verlag Gruner + Jahr unter der Überschrift „13 x stern testen, über 40% sparen“ um neue Abonnenten geworben hatte. Ein Probeabonnement für dreizehn Hefte sollte 19 € kosten (ca. 1,46 € pro Heft). Außerdem wurde jeweils eine attraktive Zugabe (z.B. eine Designer-Isolierkanne oder eine Armbanduhr) in Aussicht gestellt. Die Zeitschrift „stern“ wird im Einzelverkauf zu einem gebundenen Preis von 2,50 €, im Abonnement zum Preis von 2,30 € pro Heft verkauft.
Die Kläger – ein Zeitschriftenhändler und sein Verband – verlangten mit ihrer Klage die Unterlassung der Werbeaktionen. Sie beanstandeten, dass der dem Handel von den Verlagen vorgegebene Einzelverkaufspreis mit dem Testabonnement um mehr als 40% unterschritten und das Angebot noch durch die Zugabe zusätzlich aufgewertet werde. Sie stützten ihr Begehren auf – vom Bundeskartellamt anerkannte – Wettbewerbsregeln, die der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) für den Vertrieb von abonnierbaren Publikumszeitschriften aufgestellt hatte. Danach sind Probeabonnements zulässig, wenn sie zeitlich auf maximal drei Monate begrenzt sind und nicht mehr als 35% unter dem kumulierten Einzelheftpreis liegen; Werbegeschenke müssen danach „in

einem angemessenen Verhältnis zum Erprobungsaufwand“ stehen. Das Landgericht Hamburg hatte der Klage stattgegeben. Das Oberlandesgericht Hamburg hatte die Berufung zurückgewiesen, die Revision jedoch zugelassen.
Der Bundesgerichtshof hat diese Entscheidung aufgehoben und die Klage abgewiesen. Er ist davon ausgegangen, dass es den Zeitschriftenverlegern trotz der Bindung der Einzelverkaufspreise nicht verwehrt sei, die Vertriebsschiene des Abonnements gegenüber der Vertriebsschiene des Einzelverkaufs zu fördern, zumal nicht dargetan sei, dass Probeabonnements der in Rede stehenden Art zu einem deutlichen Rückgang des Einzelverkaufs führten. Der Abonnementvertrieb sei für die Zeitschriftenverleger aus kaufmännischer Sicht eindeutig vorzugswürdig. Daher liege die besondere Förderung dieser Vertriebsschiene nahe. Sie könne dem Verleger weder aufgrund einer Rücksichtnahmepflicht im Rahmen der Preisbindungsvereinbarung noch aus kartell- oder lauterkeitsrechtlichen Gründen untersagt werden. Die Wettbewerbsregeln des Zeitschriftenverlegerverbandes könnten nur als Empfehlung wirken; aus ihnen seien jedoch weder vertragliche noch gesetzliche Pflichten abzuleiten. Die Anerkennung der Wettbewerbsregeln durch das Bundeskartellamt verleihe ihnen keine amtliche Qualität, sondern schließe nur ein kartellrechtliches Verfahren gegen den Verband aus.
Karlsruhe, den 8. Februar 2006

Pressemitteilung Nr. 60/2006
Werbung für Handy-Klingeltöne in Jugendzeitschriften
BGH Urteil vom 06.04.2006 – I ZR 125/03 - Hanseatisches OLG Hamburg Urteil vom 10.04.2003 – 5 U 97/02; LG Hamburg Urteil vom 14.05.2002 – 312 O 845/01

Der u. a. für Marken- und Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hatte auf Klage des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände darüber zu entscheiden, ob ein Wettbewerbsverstoß vorliegt, wenn ein Unternehmen in einer Jugendzeitschrift für Handy-Klingeltöne wirbt und dabei lediglich darauf hingewiesen wird, dass das Herunterladen über eine kostenpflichtige 0190-Service-Telefonnummer 1,86 € pro Minute kostet. Der klagende Verband meint, ohne einen Hinweis auf die durchschnittliche Dauer des Herunterladens und die dadurch entstehenden Kosten werde die Unerfahrenheit der Jugendlichen in unlauterer Weise ausgenutzt.
Das Landgericht und das Berufungsgericht haben der auf Unterlassung gerichteten Klage des Verbraucherverbandes stattgegeben. Die hiergegen eingelegte Revision blieb ohne Erfolg.
Der Bundesgerichtshof hat die Werbung als wettbewerbswidrig angesehen, da sie geeignet sei, die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen auszunutzen (§ 4 Nr. 2 UWG). Handlungen, die gegenüber einer nicht besonders schutzwürdigen Zielgruppe noch zulässig seien, könnten gegenüber geschäftlich Unerfahrenen unzulässig sein. Voraussetzung für den Schutz sei, dass sich die Werbung - zumindest auch – gezielt an Kinder oder Jugendliche richte. Dies sei im vorliegenden Fall anzunehmen, da die Leserschaft der Zeitschrift, in der die Werbung abgedruckt worden sei, zu mehr als 50% aus Kindern und Jugendlichen bestehe.
Der Bundesgerichtshof stellte aber klar, dass nicht jede gezielte Beeinflussung von Minderjährigen durch Werbung unlauter ist. Die konkrete Handlung müsse vielmehr geeignet sein, die geschäftliche Unerfahrenheit auszunutzen. Maßgeblich sei insoweit, ob und inwieweit sich die Unerfahrenheit auf die Entscheidung über das Angebot auswirke. Minderjährige seien weniger in der Lage, die durch die Werbung angepriesene Leistung in Bezug auf Bedarf, Preiswürdigkeit und finanzielle Folgen zu bewerten. Daher müsse Kindern und Jugendlichen ausreichend deutlich gemacht werden, welche finanziellen Belastungen auf sie zukämen. Dem werde die angegriffene Werbung nicht gerecht, da nach dieser die Kosten nicht überschaubar seien. Diese Ungewissheit habe dadurch ein besonderes Gewicht bekommen, dass der Verbraucher die tatsächliche finanzielle Belastung erst durch eine spätere Abrechnung erfahre. Aus diesen Gründen sei eine gezielt an

Minderjährige gerichtete Werbung für Handy-Klingeltöne, in der nur der Minutenpreis angegeben wird, grundsätzlich wettbewerbswidrig.
Karlsruhe, den 6. April 2006

II. EuGH und EuG Pressemitteilungen

PRESSEMITTEILUNG Nr. 25/2006
DAS GERICHT BESTÄTIGT DIE ENTSCHEIDUNG DES HABM, DIE GEMEINSCHAFTSWORTMARKE „WEISSE SEITEN“ FÜR BESTIMMTE WAREN FÜR NICHTIG ZU ERKLÄREN
Urteil des Gerichts erster Instanz vom 16. März 2006 in der Rechtssache T-322/03 - Telefon & Buch Verlagsgesellschaft mbH / Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken Muster und Modelle [HABM]) – Herold Business Data GmbH & Co. KG
16. März 2006

Der Ausdruck „weiße Seiten“ ist in der deutschen Sprache zu einem Synonym für Verzeichnisse der Telefonanschlüsse von Privatpersonen geworden.

Im Jahr 1996 meldete die Telefon & Buch Verlagsgesellschaft beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken Muster und Modelle) (HABM) das Wortzeichen „WEISSE SEITEN“ als Gemeinschaftsmarke für verschiedene Waren an, darunter für elektronische Datenträger und für Druckereierzeugnisse, Nachschlagwerke und Branchenverzeichnisse.
Nach der Eintragung der Gemeinschaftsmarke im Jahr 1999 beantragte die Herold Business Data GmbH & Co. KG, diese Marke für nichtig zu erklären.
Im Jahr 2003 erklärte die Beschwerdekammer des HABM die Marke WEISSE SEITEN für EDV-Datenträger und -Speichermedien, insbesondere Bänder, Platten und CD-ROMs, sowie für Druckereierzeugnisse, Nachschlagwerke und Branchenverzeichnisse für nichtig, da der Ausdruck „weiße Seiten“ zu einer üblichen Bezeichnung für Verzeichnisse der Telefonanschlüsse von Privatpersonen geworden sei. Die Beschwerdekammer erklärte die Marke ebenso für Papierwaren und Büroartikel sowie für Dienstleistungen eines Verlages und eines Redakteurs für nichtig, da das Zeichen insoweit nur beschreibend sei und keine Unterscheidungskraft habe.
Die Telefon & Buch Verlagsgesellschaft erhob gegen diese Entscheidung des HABM Klage beim Gericht erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften. Sie machte geltend, dass die Beschwerdekammer zu Unrecht angenommen habe, dass der Ausdruck „weiße Seiten“ bereits vor der Anmeldung der Marke als Bezeichnung für alphabetische Teilnehmerverzeichnisse Eingang in die deutsche Sprache gefunden habe.
Wie das Gericht festgestellt hat, wird durch die von der Herold Business Data, die die Nichtigerklärung der Marke beantragt hatte, vorgelegten diversen Unterlagen der Österreichischen Post belegt, dass der Ausdruck „weiße Seiten“ bereits im Zeitpunkt der Anmeldung der Marke WEISSE SEITEN zu einer üblichen Gattungsbezeichnung für Verzeichnisse der Telefonanschlüsse von Privatpersonen geworden war. Da die Telefon & Buch Verlagsgesellschaft innerhalb der Warenart „Druckereierzeugnisse, Nachschlagwerke, Branchenverzeichnisse“, zu denen Telefonverzeichnisse auf Papier gehören, keinerlei weitere Unterscheidung getroffen hatte, war die Marke für diese gesamte Warenart für nichtig zu erklären.
Das Gericht hat sodann darauf hingewiesen, das Verzeichnisse der Telefonanschlüsse von Privatpersonen nicht nur in Papierform verfügbar sind, sondern auch in elektronischer Form, im Internet oder auf CD-ROM. Daher ist der Ausdruck „weiße Seiten“ auch als übliche Bezeichnung für elektronische Verzeichnisse dieser Art anzusehen, wie auch durch Internet-Recherchen während des Verwaltungsverfahrens vor dem HABM belegt worden war. Da die Telefon & Buch Verlagsgesellschaft in der Warenart „Magnetaufzeichnungsträger und bespielte Speichermedien für Datenverarbeitungsanlagen und -geräte, insbesondere Bänder, Platten, CD-ROMs“ keinerlei weitere Unterscheidung vorgenommen hatte, war die Marke auch für alle diese Waren für nichtig zu erklären.
Da der Ausdruck „weiße Seiten“ in der deutschen Sprache zu einer Bezeichnung für Verzeichnisse der Telefonanschlüsse von Privatpersonen geworden ist, ist dieser Ausdruck für die Waren, für die er als eine übliche Bezeichnung anzusehen ist, zugleich beschreibend. Da Dienstleistungen eines Verlages und Dienstleistungen eines Redakteurs auch die Erstellung und Ausarbeitung solcher Waren betreffen, ist der Ausdruck „weiße Seiten“ auch für diese Dienstleistungen als beschreibend anzusehen, da er ihre Zweckbestimmung bezeichnet.
Was die übrigen Waren wie Papierwaren und Büroartikel angeht, so kann der Ausdruck im Sinne von „weißfarbige Seiten“ verstanden und als Synonym für „weißfarbige Blätter“ verwendet werden. Da die Telefon & Buch Verlagsgesellschaft auch innerhalb dieser Warenarten keine Unterscheidung vorgenommen hat, ist die Marke auch für alle diese Waren beschreibend.
Das Gericht ist damit zu dem Ergebnis gekommen, dass der Zusammenhang zwischen der Marke WEISSE SEITEN und den Merkmalen aller in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen so eng ist, dass die Marke wegen ihres beschreibenden Charakters nicht hätte eingetragen werden dürfen.
Das Gericht hat daher die Klage der Telefon & Buch Verlagsgesellschaft abgewiesen.
HINWEIS: Gegen die Entscheidung des Gerichts kann innerhalb von zwei Monaten nach ihrer Zustellung ein auf Rechtsfragen beschränktes Rechtsmittel beim Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften eingelegt werden.

PRESSEMITTEILUNG Nr. 33/2006
DER GERICHTSHOF BESTÄTIGT DAS URTEIL DES GERICHTS, MIT DEM DAS WETTBEWERBSWIDRIGE VERHALTEN DER NIEDERLÄNDISCHEN TOCHTERGESELLSCHAFT VON GENERAL MOTORS FESTGESTELLT WURDE
Urteil des Gerichtshofes in der Rechtssache C-551/03 P - General Motors BV / Kommission der Europäischen Gemeinschaften
6. April 2006

General Motors hat nicht nachweisen können, dass dem Gericht in seinem Urteil Rechtsfehler unterlaufen sind.

Opel Nederland[1], ein Unternehmen, das exklusiv den Vertrieb, den Im- und Export sowie den Großhandel mit Kraftfahrzeugen und Ersatzteilen der Marke Opel in den Niederlanden wahrnimmt, hat mit etwa 150 anerkannten Vertragshändlern Händlerverträge geschlossen.
Nach den gemeinschaftsrechtlichen Vorschriften ist Opel Nederland befugt, ihren Vertragshändlern die Lieferung von Fahrzeugen an Wiederverkäufer, die ihrem Vertriebsnetz nicht angehören, zu verbieten, kann ihnen aber nicht untersagen, diese Waren an Endverbraucher oder an andere Vertragshändler des Vertriebsnetzes zu liefern.
1996 ordnete die Kommission Nachprüfungen an, aufgrund deren sie mit Entscheidung vom 20. September 2000 gegen die Gesellschaft Opel Nederland eine Geldbuße von 43 Millionen Euro wegen Behinderung des freien Wettbewerbs verhängte.
Die Kommission stellte eine systematische restriktive Belieferungs- und Bonusstrategie sowie ein direktes Verbot der Exporte an Endverbraucher und an Opel-Vertragshändler mit Sitz in anderen Mitgliedstaaten fest.
Angesichts der wichtigen Stellung der Marke Opel auf dem niederländischen Markt und auf den Märkten der anderen Mitgliedstaaten stufte sie die Zuwiderhandlung als sehr schwer ein.
Opel Nederland beantragte daraufhin beim Gericht erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften die Nichtigerklärung der Entscheidung aus dem Jahr 2000 und hilfsweise die Herabsetzung der Geldbuße.
In seinem Urteil vom 21. Oktober 2003 bestätigte das Gericht im Wesentlichen die Entscheidung der Kommission. Dem Gericht zufolge konnte jedoch die Existenz einer restriktiven Belieferungsmaßnahme in Form einer Beschränkung der Lieferungen auf der Grundlage der bestehenden Verkaufsziele nicht bewiesen werden. Es setzte die Geldbuße demzufolge auf 35 475 000 Euro herab.
Opel Nederland legte daraufhin beim Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften ein Rechtsmittel ein, mit dem sie beantragte, das Urteil des Gerichts aufzuheben, soweit es sich auf die angebliche Ausfuhrstrategie und Bonus-

[1] 100%ige Tochtergesellschaft von General Motors Nederland. Mit Schreiben vom 20. Juni 2005 wurde dem Gerichtshof von Genral Motros Nederland und Opel Nederland mitgeteilt, dass die beiden Gesellschaften fusioniert worden seien und nunmehr eine einzige Gesellschaft unter der Firma „General Motors BV“ bildeten.

DER GRÜNE BOTE Newsletter des Gerd Bucerius-Lehrstuhls für Bürgerliches Recht mit deutschem und internationalem Gewerblichen Rechtsschutz der Universität Jena, Rechtswissenschaftliche Fakultät
Prof. Dr. Volker Michael Jänich

politik von Opel Nederland bezieht und insoweit eine Geldbuße bestätigt.

Zur Gesamtstrategie einer Beschränkung aller Exporte
Zunächst stellt der Gerichtshof fest, dass er nicht für die Prüfung des Rechtsmittels zuständig ist, soweit es General Motors darum geht, die Tatsachenwürdigung des Gerichts in Frage zu stellen. Das Gericht ist nämlich allein zuständig für die Feststellung der Tatsachen und ihre Würdigung.
Der Gerichtshof prüft daher lediglich das Vorbringen von General Motors, mit dem belegt werden soll, dass das Gericht Beweismittel verfälscht hat. Insoweit stellt er fest, dass General Motors nicht der Nachweis gelungen ist, dass das Gericht die Beweismittel offensichtlich verfälscht hat.

Zur Bonuspolitik von Opel Nederland
Insoweit prüft der Gerichtshof, ob dem Gericht ein Rechtsfehler unterlaufen ist, indem es die Feststellung der Kommission bestätigt hat, wonach Opel Nederland ein gegen den EG-Vertrag verstoßendes restriktives Bonussystem für den Einzelhandelsverkauf durchgeführt hat. Er gelangt zu dem Ergebnis, dass sich ein derartiges Ziel nicht nur durch direkte Exportbeschränkungen, sondern auch durch indirekte Maßnahmen wie die Beschränkung der Bonusgewährung durch Opel Nederland allein auf Inlandsverkäufe erreichen lässt, da diese auf die wirtschaftlichen Bedingungen dieser Geschäfte Einfluss nehmen. Das Gericht hat die Feststellung der Kommission daher zu Recht bestätigt.

Zur Berechnung der Geldbuße
Der Gerichtshof konstatiert, dass das Gericht zu Recht festgestellt hat, dass die Kommission nicht gehalten war, in ihrer Entscheidung mildernde Umstände zu berücksichtigen. Er bestätigt daher die Berechnung der Geldbuße.
Aufgrund dessen weist der Gerichtshof das Rechtsmittel zurück.

III. BUNDESPATENTGERICHT

1. Patentrecht

Tragbares Gerät
BPatG 28.12.2005 - 21 W (pat) 63/05
PatG §§ 34 Abs. 5, 73, 79 Abs. 3 S. 1 Nr. 2, 80 Abs. 3, 100 Abs. 3 Nr. 6
1. Die für eine Einheitlichkeit der Anmeldung iSv § 34 Abs. 5 PatG einer Gruppe von Erfindungen erforderliche technische Wechselbeziehung, in welcher die erforderliche gemeinsame erfinderische Idee zum Ausdruck kommt, kann bei nebengeordneten Vorrichtungsansprüchen nicht durch eine - den Schutzgegenstand nicht einschränkende - bloße Zweckangabe erreicht werden, wenn die Merkmale der beanspruchten Vorrichtungen keinen technischen Bezug zu den weiteren Ansprüchen aufweisen.
2. Für die gemäß § 80 Abs. 3 PatG dem billigen Ermessen entsprechende Anordnung der Rückzahlung der Beschwerdegebühr bei Vorliegen eines Verfahrensverstoßes bedarf es im Rahmen der Würdigung der jeweiligen Umstände des Einzelfalls einer differenzierten Betrachtung hinsichtlich der Ursächlichkeit des Verfahrensverstoßes für die Entscheidung und der hiervon zu unterscheidenden Frage der Ursächlichkeit der Beschwerdeeinlegung.
a) Insoweit ist es ausreichend, wenn aus Sicht eines verständigen Beschwerdeführers wegen der nicht auszuschließenden Möglichkeit einer ursächlich bedingten Fehlentscheidung in der Sache Veranlassung zur Beschwerdeeinlegung resultierte.
b) Der Erfolg in der Sache bzw. die Frage eines inhaltlich unrichtigen Sachergebnisses der angegriffenen Entscheidung ist hiermit nicht gleichzusetzen und auch keine zwingende Voraussetzung für eine der Billigkeit entsprechende Rückzahlungsanordnung.

2. Kennzeichenrecht

"Pinocchio"
BPatG 26.07.2005 - 27 W (pat) 182/04
MarkenG § 50
1. Die Gemeinfreiheit eines urheberrechtlich geschützten Werkes steht seiner Eintragung als Marke für Bekleidungsstücke nicht entgegen.
2. Zur Frage der Kostenauferlegung in Löschungsverfahren.

Schulheftseiten
BPatG 11.08.2005 - 10 W (pat) 704/03
GeschmMG idF bis 31.5.2004 § 8a; GeschmMG idF v. 1.6.2004 § 22; PatKostG § 6; DPMAVwKostV § 6
1. Die Rücknahmefiktion des § 6 Abs. 2 PatKostG ist untrennbar mit den in § 6 Abs. 1 PatKostG geregelten Zahlungsfristen und der in § 3 Abs. 1 PatKostG geregelten Fälligkeit von Gebühren verbunden. Sie kommt für die Akteneinsichtsgebühr, deren Fälligkeit sich nach § 6 DPMAVwKostV richtet, grundsätzlich nicht in Betracht
2. Der die Abwandlungen von Grundmustern betreffende Antrag auf Akteneinsicht ist nicht gebührenpflichtig. Die für Grundmuster bestehende freie Akteneinsicht, wenn die Wiedergabe des Grundmusters bekannt gemacht worden ist, schließt die dazugehörigen Abwandlungen mit ein.

PORTLAND
BPatG 12.10.2005 32 W (pat) 193/04
MarkenG §§ 8 Abs. 2 Nr. 2, 23 Nr. 2, 42 Abs. 2 Nr. 1
1. Der Name mehrerer ausländischer Städte, von denen zumindest eine dem durchschnittlich informierten inländischen Verkehr (Mitbewerbern ebenso wie Endverbrauchern) bekannt ist, kann als geographische Herkunftsangabe dienen, wenn die beanspruchten Waren mit dieser Stadt (z.B. weil diese für einen bestimmten Lebensstil steht oder dort entsprechende Fabrikationsstätten vorhanden sind) in Verbindung gebracht werden können.
2. Dies gilt auch dann, wenn der Bezeichnung der betreffenden Stadt üblicherweise ein lokalisierender Zusatz (z.B. der Name eines Bundesstaats der USA) hinzugefügt wird (vgl. Senatsbeschluss BlPMZ 2005, 268 = GRUR 2005, 677 - Newcastle; z. T. abweichend von BPatG Mitt 1991, 98 - Santiago).

3. „PORTLAND“ für solche Produkte des Lebensmittelsektors (und mit diesen in Verbindung stehenden Haushaltswaren), welche typischerweise zusammen mit Fleisch konsumiert werden, nicht schutzfähig.

„Porträtfoto Marlene Dietrich“
BPatG 09.11.2005 - 29 W (pat) 147/03
MarkenG § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2
1. Das Porträtfoto einer prominenten, verstorbenen Persönlichkeit ist für Waren und Dienstleistungen, die sich thematisch mit deren Leben und Werk befassen können, als inhaltsbeschreibende Angabe nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhalten.
2. Die Verwendung des Fotos einer prominenten Persönlichkeit für Fan- und Merchandisingartikel ist in der Regel dem Prominentenmarketing zuzuordnen und kein betrieblicher Herkunftshinweis.
3. Die Selbstvermarktung Prominenter ist Werbung i. S. von Klasse 35 der Klasseneinteilung.

Käseform III
BPatG 30.11.2005 - 28 W (pat) 67/99
MarkenG § 8 Abs. 2
Die äußere Form eines Käseproduktes ist regelmäßig im Sinne des Allgemeininteresses freizuhalten, falls sie nicht ausnahmsweise erheblich von der gängigen Formenvielfalt bei Käse abweicht.

GEORG-SIMON-OHM
BPatG 30.11.2005 - 32 W (pat) 165/04
MarkenG §§ 3 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2
1. Die Namen bekannter historischer (verstorbener) Personen sind Teil des der Allgemeinheit zustehenden kulturellen Erbes und werden im allgemeinen nicht einem bestimmten Unternehmen und dessen Produkten oder Dienstleistungsangeboten zugeordnet. Ihnen fehlt daher in der Regel ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft.
2. Eine andere Beurteilung ist für Dienstleistungen von Hochschulen angebracht, deren Zahl überschaubar ist und die bereits bisher vielfach aufgrund gesetzlicher Regelung oder kraft Tradition die Namen historischer Personen führen, die einen Bezug zu ihnen oder der betreffenden Stadt aufweisen.
3. GEORG-SIMON-OHM u. a. schutzfähig für Dienstleistungen der Erziehung und Ausbildung im Hochschulbereich, auch auf Gebieten der Technik und Naturwissenschaft, sowie für Unterhaltung und kulturelle Aktivitäten.

Akteneinsicht Markenanmeldung
BPatG 13.12.2005 - 24 W (pat) 166/04
MarkenG § 62 Abs. 1
1. § 62 Abs. 1 MarkenG regelt auch die Voraussetzungen der Einsicht in die Akten zurückgenommener und zurückgewiesener Markenanmeldungen.
2. Ein berechtigtes Interesse in die Einsicht der Akten einer zurückgenommenen Markenanmeldung liegt vor, wenn deren Priorität für eine Gemeinschaftsmarkenanmeldung in Anspruch genommen worden ist und der Antragsteller aus dieser Gemeinschaftsmarkenanmeldung abgemahnt worden ist.

„Blisterverpackung“
BPatG 14.12.2005 - 28 W (pat) 206/04
MarkenG §§ 3 Abs. 2, 8 Abs. 2
Blisterverpackungen für Lebensmittel (z. B. Wurst, Käse) können regelmäßig mangels Unterscheidungskraft nicht als Formmarken geschützt werden.

IV. Instanzgerichte

1. Urheber- und Geschmacksmusterrecht

KG
Beschluss vom 12.01.2005 – 23 SCHH 7/03 - Schlichtungsverfahren im Urheberrecht
UrhG §§ 36, 36a Abs. 3; ZPO §§ 1025 Abs. 3, 1062 Abs. 3
Im Bestellungsverfahren nach § 36a UrhG hindern Bedenken gegen die Zulässigkeit des Schlichtungsverfahrens die Bestellung eines Vorsitzenden nur dann, wenn die Unzulässigkeit des Schlichtungsverfahrens ganz offensichtlich ist.
Fundstelle: KGR Berlin 2006, 119

OLG Frankfurt
Urteil vom 26.07.2005 - 11 U 12/03
BGB §§ 823 BGB, 1004, KunstUrhG § 22
1. Zu den Anforderungen an eine stillschweigende Einwilligung in die Veröffentlichung privater Lichtbildaufnahmen.
2. Wer eine intime Beziehung zum Ehepartner einer prominenten Person eingeht, wird dadurch nicht selbst relative Person der Zeitgeschichte.

OLG Frankfurt
Urteil vom 26.07.2005 - 11 U 31/03 – Unzulässige Bildberichterstattung
BGB §§ 823, 1004 BGB; KunstUrhG § 22 KUG
Auch wer bewusst an die Öffentlichkeit tritt, muss nicht hinnehmen, dass eine im Grundsatz zulässige Berichterstattung über ihn mit Fotos bebildert wird, die der Öffentlichkeit zunächst nur unter Verletzung des Persönlichkeitsrechts zugänglich gemacht werden konnten (im Anschluss an BGH NJW 2005, 594).
Fundstelle: ZUM 2005, 894

OLG Köln
Urteil vom 09.09.2005 - 6 U 90/05 - Zeitversetzter Empfang eines Fernsehprogramms im Internet (Personal Video Recorder)
UrhG §§ 15 III, 19a, 53 I, 87 I, 97 I; UWG §§ 3, 4 Nr. 11, 8 I Nr. 3, III Nr. 1, 2; BGB §§ 823 I, 1004
1. Ein Angebot an Internetnutzer, aus in Deutschland ausgestrahlten Fernsehprogrammen Sendungen auswählen und zeitversetzt auf dem eigenen Personal Computer ansehen zu können, nachdem der Anbieter eine von ihm digitalisierte Fassung der Sendung auf einem dem jeweiligen Nutzer zugewiesenen Speicherplatz seines Servers vorgehalten hat, erfüllt den Tatbestand des § 19a UrhG und greift in das Vervielfältigungsrecht des betroffenen Fernsehsenders nach § 87 I Nr. 2 UrhG ein.
2. „Hersteller“ der Vervielfältigungsstücke i.S. des § 53 I 1 UrhG in Anwendung des vorbezeichneten Geschäftsmodells ist der Anbieter und nicht der Internetnutzer (= Endkunde). Wird dem Internetznutzer der Programmabruf aber unentgeltlich gewährt, greift der Privilegierungstatbestand des § 53 I 2 UrhG, so dass insoweit sowohl die „Widerrechtlichkeit“ nach § 97 I UrhG als auch die Unzulässigkeit des Inverkehrbringens i.S. des § 53 I UrhG entfallen.
3. Zwischen den Programmsendern und dem Anbieter des beschriebenen Geschäftsmodells besteht kein konkretes Wettbewerbsverhältnis, weil dem Sender durch dessen Angebot keine Zuschauer verloren gehen.
Fundstelle: GRUR-RR 2006, 5; MMR 2006, 35-37; ZUM 2006, 143

OLG Karlsruhe
Urteil vom 18.11.2005 – 14 U 169/05
GG Art. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1, 5 Abs. 1 S. 2; KUG §§ 22, 23; BGB §§ 823, 1004
1. Stellt die Veröffentlichung von Äußerungen und Abbildungen durch die Presse einen rechtswidrigen Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen dar, so ist dadurch in der Regel Wiederholungsgefahr als Voraussetzung eines presserechtlichen Unterlassungsanspruchs begründet.
2. War die Presseveröffentlichung rechtmäßig, so kommt bei späterem Wegfall der Umstände, die den mit der Presseveröffentlichung verbundenen Eingriff in die Rechtssphäre des davon Betroffenen gerechtfertigt haben, ein Unterlassungsanspruch nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Wiederholungsgefahr, sondern

nur unter dem der Erstbegehungsgefahr in Betracht.
3. Die Intimsphäre ist absolut geschützt. Ihr sind insbesondere Vorgänge aus dem Sexualbereich zuzurechnen, wobei es darauf ankommt, wie weit auf Einzelheiten eingegangen wird.
4. Eine die - insbesondere den häuslichen und familiären Bereich umfassende - Privatsphäre berührende Presseveröffentlichung kann dann zulässig sein, wenn eine alle Umstände des konkreten Einzelfalls berücksichtigende Interessenabwägung ergibt, dass das Informationsinteresse der Öffentlichkeit gegenüber den Belangen des Betroffenen überwiegt.
5. Da das Vorhandensein männlicher Nachkommen des Thronfolgers für eine konstitutionelle Erbmonarchie von eminenter Bedeutung ist, überwiegt das Informationsinteresse der - nicht nur auf das betreffende Staatsvolk beschränkten - Öffentlichkeit zu dieser Frage gegenüber dem Interesse des Betroffenen an der Wahrung seiner Privatsphäre.
6. Die Veröffentlichung von Bildern aus der Privatsphäre einer absoluten Person der Zeitgeschichte kann dann gerechtfertigt sein, wenn sie geeignet ist, den Wahrheitsgehalt einer zulässigen Berichterstattung zu unterscheiden.

Fundstelle: OLGR Karlsruhe 2006, 106

OLG Frankfurt
Urteil vom 06.12.2005 – 11 U 26/05
§§ 1, 8 UrhG, § 714 BGB

1. Besteht aufgrund gemeinsamer Werkschöpfung im Innenverhältnis der Urheber nach § 8 Abs. 1 UrhG ein gesetzliches Schuldverhältnis in Form einer Verwertungsgemeinschaft, so ist dieses gesetzliche Schuldverhältnis zwar durch urheberrechtliche Grundsätze bestimmt, jedoch in bestimmten vermögensrechtlichen Beziehungen nach § 8 Abs. 2 UrhG zwingend den Regeln der Gesamthandsgemeinschaft unterstellt. Die Parteien können daher ihre gemeinschaftlich geschaffenen Werke nur gemeinsam veröffentlichen oder verwerten.
2. Das Recht der Gesamthandsgemeinschaft führt im Außenverhältnis notwendig dazu, dass die Verwertung des gemeinsamen Werkes einschließlich jeder darauf gerichteten Verwaltungsmaßnahme grundsätzlich eines einstimmigen Beschlusses aller Miturheber bedarf.
3. Die in der Werkanmeldung liegende Verfügung eines der Urheber über die Verwertungsrechte ist schwebend unwirksam, wenn sie nicht auf einem gemeinsamen Beschluss der Urheber gründet oder die Miturheber nachträglich ihre Zustimmung zur Werkanmeldung erteilen.

OLG München
Urteil vom 15.12.2005 - 29 U 1913/05 - Reichweite von § 54 a UrhG
§ 54 a I UrhG, RL 2001/29/EG v. 22.5.01, Art. 12 GG

1. § 54a Abs. 1 UrhG erfasst auch digitale Vervielfältigungsverfahren. PCs sind nach dieser Vorschrift vergütungspflichtige Geräte.
2. Zur Höhe der angemessenen Vergütung gemäß § 54a Abs. 1, § 54d Abs. 1 UrhG bei PCs.

Fundstelle: K&R 2006, 136

OLG Hamburg
Urteil vom 18.01.2006 – 5 U 58/05 - Handy-Klingeltöne II
UrhG §§ 14, 23

1. Die Nutzung urheberrechtlich geschützter Musik als Handy-Klingelton stellt einen Eingriff in das Urheberpersönlichkeitsrecht gemäß den §§ 14 , 23 UrhG dar. Dies gilt gleichermaßen für monophone und polyphone Klingeltöne. Die Nutzung von Musik als Klingelton kommt eher einer Merchandising-Nutzung nahe als der herkömmlichen Nutzung in Konzerten, im Rundfunk oder auf Tonträgern (Fortführung der Senatsrechtsprechung, s. GRUR-RR 2002, 249).
2. Durch die Änderung des GEMA-Berechtigungsvertrages im Jahre 2002 ist die Gema nicht umfassend berechtigt worden, die Rechte zur Bearbeitung und Verwendung von Musik als Handy-Klingelton ohne Zustimmung der Urheber zu vergeben.
3. Die Zustimmung der Urheber ist auch dann einzuholen, wenn der Urheber einem anderen Nutzer bereits eine identische oder unwesentlich abweichende Klingeltonversion lizenziert hat.

OLG Hamburg
Urteil vom 08.02.2006 - 5 U 78/05 – Cybersky
UrhG §§ 87 Abs. 1, 97 Abs. 1; UWG §§ 3, 4 Nr. 10

1. Personen bzw. Unternehmen, die Software bzw. technische Einrichtungen zum Betrieb eines sog. "Peer-to-Peer"-Netzwerks (gegen Entgelt) zur Verfügung stellen, welche die urheberrechtsverletzende Übertragung von „Pay-TV"-Programmen nahezu in Echtzeit ermöglichen, sind nicht grundsätzlich bzw. in jedem Fall für Urheberrechtsverletzungen verantwortlich zu machen, die unbekannte Nutzer dieser Einrichtungen eigenverantwortlich vornehmen.
2. Etwas anderes hat aber jedenfalls dann zu gelten, wenn der Anbieter einer Software zur Datenübertragung in einem „Peer-to-Peer"-Netzwerk deren Eignung zum Missbrauch nicht nur kennt, sondern hiermit auch wirbt und damit die Möglichkeit einer Begehung von Urheberrechtsverletzungen ausdrücklich zum Anwendungsbereich seines Produkts erhebt. In derartigen Fällen kann der Störer die in der Rechtsprechung unter dem Aspekt zumutbarer Prüfungspflichten entwickelten Erleichterungen bei der Verantwortlichkeit für das Handeln Dritter nicht für sich in Anspruch nehmen.
3. Der als Störer in Anspruch genommene Hersteller bzw. Vertreiber der Software ist im Rahmen des Zumutbaren und Erforderlichen verpflichtet, geeignete Vorkehrungen zu treffen, durch die derartige Rechtsverletzungen soweit wie möglich verhindert werden können Bei einer Bewerbung bzw. Ankündigung einer Software (auch) mit der Möglichkeit urheberrechtsverletzender Zwecke kann der zu befürchtenden Rechtsgutverletzung nicht allein durch „Disclaimer" wirksam begegnet werden. Wirksame Schutzmechanismen müssen so ausgestaltet sein, dass die Software – will der Störer ein vollständiges Verbot verhindern – so auszurüsten ist, dass ein urheberrechtsverletzendes Einspeisen bzw. ein Transport der rechtsverletzenden Programme ausgeschlossen wird.
4. Verschließt sich der Urheber- bzw. Leistungsschutzrechtsinhaber dahingehenden konstruktiven Bemühungen des Störers oder macht er eine zur Problemlösung notwendige Mitwirkung (z.B. durch das Senden zusätzlicher Signale) von der Erfüllung unzumutbarer technischer bzw. finanzieller Forderungen abhängig, ist wegen der weitgehenden finanziellen und wirtschaftlichen Folgen des Verbots eine nachträgliche Aufhebung der Unterlassungsverfügung wegen veränderter Umstände in Betracht zu ziehen.

2. Markenrecht

OLG Hamburg
Urteil vom 09.06.2005 – 2 U 85/98
MarkenG §§ 26 Abs. 1, 26 Abs. 5, 49 Abs. 1

Der Regelung in § 26 Abs. 5 MarkenG lässt sich nicht der allgemeine Satz entnehmen, wonach die Nichtbenutzung der Marke immer schon dann nach § 26 Abs. 1 MarkenG gerechtfertigt sei, wenn der Inhaber markenrechtlichen Ansprüchen Dritter wegen einer Kollisionslage ausgesetzt ist oder die Erhebung solcher Ansprüche befürchten muss. Der Angriff eines Dritten auf den Bestand des Markenrechts gehört grundsätzlich in die Risikosphäre des Markeninhabers.

OLG Köln
Urteil vom 02.09.2005 - 6 U 23/05 - Beschränkter Schutzumfang von Wurst-Formmarken (Wurst in Kleeblatt-Form)
MarkenG § 14 II Nr. 2; UWG §§ 3, 4 Nr. 9a

1. Es kann regelmäßig davon ausgegangen werden, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Form einer Ware (hier: Kleeblatt-Wurst) als Hinweis auf deren betriebliche Herkunft auffassen, wenn in der überregionalen Werbung auf eine bestimmte Form des Produkts massiv aufmerksam gemacht wird.
2. Bei der Bewertung der Zeichenähnlichkeit von zwei Wurst-Formmarken ist zu berücksichtigen, dass die Spielräume für die Formgestaltung einer zum Aufschneiden bestimmten Wurst gering sind

und daher der Schutzumfang der Formmarke begrenzt ist.
Fundstelle: GRUR-RR 2006, 9

OLG Hamburg
Beschluß vom 28.09.2005 - 5 U 150/04 – Damier Vernis
§ 14 Abs. 2 MarkenG, Art. 98 abs. 2 GMVO, § 3 UWG
1. Wird die charakteristische Darstellung einer farbig eingetragenen Bildmarke (hier: "Flecht"- bzw. "Schachbrett"-Muster) ausschließlich oder vornehmlich durch eine zweifarbige Markengestaltung geprägt, kommt eine Ausdehnung des Schutzbereichs auf andere - ähnliche - Gestaltungen im Regelfall nicht in Betracht.
2. Die Gestaltung von Taschen im Bereich der Strukturierung ihrer Oberfläche sowie ihrer Form- und Farbgebung wird von den angesprochenen Verkehrskreisen in erster Linie als Ergebnis einer geschmacklichen Produktgestaltung verstanden, die ins Auge fallen, modische Trends nachzeichnen und Aufmerksamkeit erregen, im Regelfall nicht jedoch unverwechselbar auf einen Hersteller hinweisen soll. Selbst wenn bei bestimmten Gestaltungen - z.B. mit dem "Toile-Monogram" - Gegenteiliges gilt, kann nicht jede optische Oberflächengestaltung eines berühmten Herstellers beanspruchen, bereits aus sich heraus Herkunftsassoziationen hervorzurufen

OLG München
Urteil vom 20.10.2005 - 29 U 2129/05 (Österreich.de)
MarkenG §§ 5, 15 Abs. 2
1. Zur Frage, ob die Bezeichnung „Österreich.de“ für die Kennzeichnung eines Internet-Portals als Werktitel oder als besondere Geschäftsbezeichnung im Sinne von § 5 MarkenG geschützt ist.
2. Zwischen der Bezeichnung „Österreich.de“ zur Kennzeichnung eines Internet-Portals, beinhaltend Informationen rund um Österreich, und der Internet-Domain "österreich.de“ als Werbeplattform für Internet-Dienstleistungen, die keinen speziellen Bezug zu Österreich aufweisen, besteht mangels hinreichender Werk- oder Produktähnlichkeit keine Verwechslungsgefahr.
Fundstelle: MarkenR 2006, 74; WRP 2006, 281 (Leitsatz)

OLG Hamburg
Urt. v. 14.12.2005 - 5 U 200/04 - Haftung des GmbH-Geschäftsführers für Markenverletzungen
§§ 14, 15 MarkenG
1. Wenn die Voraussetzungen einer persönlichen Haftung des Geschäftsführers einer GmbH für eine durch diese begangene Markenverletzung vorliegen, haftet er als Täter auch für fahrlässig begangene Verletzungen. Er wird nicht dadurch zum Gehilfen, dass er auf Weisung des Gesellschafters gehandelt hat.
2. Als Folge der Markenverletzung kann der Geschäftsführer auch auf Ersatz der Kosten in Anspruch genommen werden, die in einem vorangegangenen Verfügungsverfahren gegen die GmbH entstanden sind. Dies gilt jedenfalls dann, wenn der Geschäftsführer nicht nur zum Zeitpunkt der Kennzeichenverletzung Geschäftsführer war, sondern auch noch während der gerichtlichen Insanspruchnahme der GmbH.

OLG Hamburg
Beschluss vom 05.01.2006 – 5 W 1/06 - ABI T-Shirts
§ 14 MarkenG, Art. 5 III GG
Die Verwendung bekannter Marken auf sog. Abi-T-Shirts in humorvoll-ironischer Weise kann je nach Art der konkreten Verwendung von der Kunstfreiheit gemäß Art.5 Abs.3 GG gedeckt sein (in Anknüpfung an BGH GRUR 05,583 "Lila Postkarte")
Fundstelle: MarkenR 2006, 114

OLG München
Urteil vom 12.01.2006 – 29 U 3736/05
MarkenG §§ 11, 14 Abs. 2 Nr. 2, 14 Abs. 5, 25 Abs. 2, 27
Für die Übertragung einer inländischen Marke oder eines anderen inländischen Kennzeichenrechts im Ausland ist wegen des im Immaterialgüterrecht geltenden Territorialitätsprinzips grundsätzlich deutsches Recht maßgeblich. Das gilt auch dann, wenn es sich bei dem betreffenden Übertragungsvertrag um einen

Sammelvertrag handelt, mit dem auch ausländische Marken oder Schutzrechte übertragen werden.

OLG Koblenz
Urteil vom 23.02.2006 – 6 U 1673/05
MarkenG §§ 4, 14
Befindet sich bei einer aus mehreren Teilen zusammengesetzten Ware auf einem der Teile ein Markenzeichen, so handelt es sich um die Kennzeichnung der gesamten Ware als Produkt des Markeninhabers, es sei denn, die Marke wird vom Verkehr zweifelsfrei nur bezüglich des Teils als betriebliches Herkunftszeichen aufgefasst, auf welchem sie angebracht ist. Wird eine gebrauchte Ware von einem anderen als dem Hersteller durch Wiederaufarbeitung wesentlich verändert und mit dem Zeichen des ursprünglichen Herstellers ohne dessen Zustimmung in den Verkehr gebracht, so liegt nur dann kein unberechtigter Gebrauch der Marke vor, wenn durch die Aufmachung der Ware sichergestellt ist, dass der Verkehr in der Marke keine zeichenmäßige Herkunftsbezeichnung mehr erblickt.

3. Wettbewerbsrecht

OLG Bremen
Beschluss v. 02.02.2005 - 4 W 5/05 – Abwerben von Kunden
§ 4 Nr.10 UWG
Eine unlautere Behinderung von Mitbewerbern im Sinne von § 4 Nr. 10 UWG durch Abwerben von Kunden setzt das Vorliegen besonderer Umstände voraus. Sie sind in der Regel gegeben, wenn sich der Wettbewerber des von einem Dritten begangenen Vertragsbruchs bewusst ist oder mit einem solchen rechnet und in Kauf nimmt, diesen geschäftlich auszunutzen.

KG
Beschluss vom 04.03.2005 – 5 W 32/05
UWG §§ 3; 6 Abs. 2 Nr. 4; MarkenG § 14
Die Verwendung einer fremden Marke im Suchbegriff einer Internet-Versteigerung stellt sich jedenfalls als Wettbewerbsverstoß (§§ 3, 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG) dar, wenn die Marke ersichtlich nur als sog. "eye-catcher" eingesetzt ist, ihr also kein ernsthafter Informationswert beizumessen ist.

OLG Düsseldorf
Beschluss vom 24.05.2005 – 20 U 175/04
UWG § 5; StVZO § 19 II
1. Bewirbt ein Verkäufer von Autozubehör, insbesondere von Tuningteilen, den Verkauf von Seitenschwellern und Stoßstangen mit dem Hinweis „mit Materialgutachten“, werden viele Käufer annehmen, es handele sich um ein „Teilegutachten“, das problemlos zur Abnahme der Anbauten durch einen Sachverständigen verwendet werden kann.
2. Der Hinweis auf ein „Materialgutachten“ ist auch deshalb irreführend, weil dieses Gutachten für den Erhalt der Betriebserlaubnis keine wesentliche Hilfe darstellen kann.
Fundstelle: NJW 2006, 781

OLG Hamburg
Urteil vom 26.05.2005 - 3 U 73/02 - Qualifizierung von sog. "Sportlernahrung" als Arzneimittel
AMG § 2 Abs. 1; HWG § 3a; LMBG § 1; UWG § 4 Nr. 11
Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen sog. „Sportlernahrung“ als Arzneimittel zu qualifizieren ist (hier: HMB-Kapseln; L-Carnitine-Produkte).
Fundstelle: OLGR Hamburg 2006, 53

OLG Hamm
Urteil vom 07.06.2006 – 4 U 22/05
UWG §§ 3, 4 Nr. 1, 8
Die Verbindung von übertriebenem Anlocken und Zeitdruck für die Kaufentscheidung kann zu einem unangemessenen unsachlichen Einfluss auf den Verbraucher führen.
Fundstelle: GRUR 2006, 86

OLG Brandenburg
Urteil vom 28.06.2005 - 6 U 14/05 - Zulässige Werbung mit den Leistungs-

angeboten "Buchhaltung" und "Buchungsservice"
UWG §§ 3, 5, 8, 22; StBerG §§ 6, 8

1. Der in der ehemaligen DDR erlangte Ingenieurhochschulabschluss als "Diplomingenieurökonom" ist i.S.d. § 6 Nr. 4 StBerG einem Abschluss im steuer- und wirtschaftsberatenden oder im kaufmännischen Ausbildungsberuf tatsächlich gleichwertig.
2. Wer gem. § 6 Nr. 4 StBerG zur Hilfeleistung in Steuersachen berechtigt ist und sich deshalb gem. § 8 Abs. 4 StBerG als "Buchhalter" bezeichnen darf, betreibt keine unzulässige Überschusswerbung, wenn er in seiner Werbung "Buchhaltung" beschränkt auf die ihm erlaubten Tätigkeiten anbietet.

Fundstelle: OLGR Brandenburg 2006, 79

OLG Brandenburg
Urteil vom 12.07.2005 - 6 U 108/04 - Unzulässige Werbung mit den Leistungsangeboten "Buchführung" und "Buchführungsbüro"
UWG §§ 3, 4, 8; StBerG §§ 3, 4, 5, 6, 8

1. Die Personen, die nicht zu den in den §§ 3 und 4 StBerG bezeichneten Personen gehören, sind nicht berechtigt, uneingeschränkt mit "Buchführung" oder "Buchführungsbüro" zu werben. Dem in § 6 Nr. 4 StBerG genannten Personenkreis ist eine derartige Werbung als unzulässige Überschusswerbung untersagt.2. Die Eintragung in das Gewerberegister stellt eine marktrelevante Wettbewerbshandlung dar, auch wenn der Gewerbetreibende mit seiner Anmeldung in erster Linie einer öffentlich-rechtlichen Pflicht nachkommt.

Fundstelle: OLGR Brandenburg 2006, 69

OLG Naumburg
Urteil vom 05.08.2005 - 10 U 5/05 (HS)
UWG § 11 Abs. 1

Ein Unternehmen, das keine Mitarbeiter beschäftigt, die sich überwiegend mit der Beobachtung des Marktes befassen, muss sich nicht so behandeln lassen, als habe es stets zeitnah von Wettbewerbsverstößen des Mitbewerbers Kenntnis.

OLG Hamburg
Urteil v. 18.08.2005 – 5 U 135/04 – Stimmenimitator
BGB § 242 BGB

1. Der Auskunftsanspruch bei Wettbewerbsverstößen erstreckt sich ausnahmsweise dann auch auf die erzielten Umsätze, wenn sich der Verletzer in einem regional beschränkten Umfeld vorsätzlich an eine konkrete Wettbewerbsmaßnahme eines Konkurrenten anlehnt und gezielt auf diese Bezug nimmt (Abgrenzung zu BGH NJOZ 2002, 1993, 1994 – Auskunftsanspruch über erzielte Umsätze).
2. Dieses Voraussetzungen sind gegeben, wenn bei der Werbung eines lokalen Konkurrenten für ein einzelnes Produkt (hier: bestimmtes Modell einer Waschmaschine) die Stimme des prominenten Werbeträgers (hier: Dieter Bohlen) imitiert wird und durch die damit erzielte Aufmerksamkeit Kaufinteressenten zu dem Verletzer umgeleitet werden sollen. In diesem Fall ist die Annahme gerechtfertigt, dass die Umsatzentwicklung für das konkrete Produkt bei dem Verletzer zugleich wichtige Anhaltspunkte dafür liefern kann, welcher Schaden dem Wettbewerb durch das beanstandete Verhalten entstanden ist.

Fundstelle: Magazindienst 2006, 188

OLG Oldenburg
Urteil vom 01.09.2005 – 1 U 51/05
UWG § 4 Nr. 11 UWG; HWG §§ 3, 11 Abs. 1 Nr. 1, 11 Abs. 1 Nr. 2

1. Es verstößt gegen das Irreführungsverbot des § 3 HWG und ist wettbewerbswidrig (gemäß § 4 Nr. 11 UWG), für eine in der medizinischen Wissenschaft umstrittene Blutuntersuchung (IgG-Antikörpertest) zur Bestimmung einer Nahrungsmittelunverträglichkeit zu werben, wenn für den Werbeadressaten nicht hinreichend erkennbar wird, dass das beworbene Untersuchungsverfahren (noch) nicht zu dem in der Medizin allgemein anerkannten Standard gehört und in seiner Wirksamkeit bzw. Zuverlässigkeit (noch) nicht hinreichend gesichert und anerkannt ist. Allein der Hinweis darauf, dass die Krankenkassen die Kosten des Diagnoseverfahrens nicht erstatten, und andere in der Werbung enthaltene Andeutungen genügen hierzu nicht.

2. Zum Schutzzweck des § 11 Abs. 1 Nr. 1 und 2 HWG . Ein Verstoß gegen § 11 Abs. 1 Nr. 1 HWG ist bei gebotener teleologischer Reduktion zu verneinen, wenn es lediglich um einen Rückgriff auf selbst dem Laien geläufige allgemeine Erkenntnisse geht.

OLG Hamburg
Beschluss vom 05.09.2005 – 5 W 90/05 - Dringlichkeit bei StA-Ermittlungen
ZPO §§ 935, 940; UWG § 12 Abs. 2

1. Für die Geltendmachung urheberrechtlicher Ansprüche findet die Dringlichkeitsvermutung aus § 12 Abs. 2 UWG keine entsprechende Anwendung.
2. Beantragt der Verletzte erst nach Abschluss der staatsanwaltlichen Ermittlungen, die ca. 1 ½ Jahre angedauert haben, eine einstweilige Verfügung gegen den (ihm) zunächst namentlich nicht bekannten Verletzer, so rechtfertigt dieser Umstand in der Regel die Annahme, dem Verletzten sei die Verfolgung seiner Rechte nicht dringlich i.S.v. §§ 935 , 940 ZPO . Dies gilt jedenfalls dann, wenn sich der Verletzte auf gelegentliche Sachstandsanfragen beschränkt und sich nicht intensiv mit Nachdruck – unter Hinweis auf ihm gegebenenfalls drohende Rechtsnachteile - darum bemüht hat, bei den Strafverfolgungsbehörden die Identität des Verletzers so bald wie möglich in Erfahrung zu bringen, um (auch) zivilrechtlich gegen ihn vorgehen zu können.

OLG Oldenburg
Urteil vom 08.09.2005 – 1 U 28/05
UWG § 5 Abs. 1, RBerG Art. 1 § 5

Zu den Voraussetzungen irreführender Werbung eines Unternehmens, das ohne Erlaubnis zur Rechtsberatung Beratungsdienstleistungen gegenüber verschuldeten Verbrauchern anbietet und hierfür wirbt.

OLG Köln
Urteil vom 09.09.2005 - 6 U 96/05- Sonderpreis mit Zugabe "solange der Vorrat reicht"
UWG §§ 3, 4 Nr. 4, 5 Abs. 4

1. "Bedingungen" für die Inanspruchnahme von Verkaufsförderungsmaßnahmen i.S.d. § 4 Nr. 4 UWG sind auch zeitliche oder gegenständliche Limitierungen des Angebots. Der Begriff ist nicht so auszulegen, dass darunter nur Handlungen fallen, die in der Macht des Verbrauchers stehen.
2. Ist eine Werbeaussage dahin zu verstehen, dass der preisreduzierten Hauptware eine andere Ware gratis so lange zugegeben wird, wie der Vorrat der Zugabe reicht, so sind die Bedingungen für die Inanspruchnahme der Zugabe nicht "klar und eindeutig" angegeben, wenn jedwede Erläuterungen zur Vorratsmenge der Zugabe fehlen. Bei einer Zweideutigkeit, die zur Bejahung des Tatbestandes des § 4 Nr. 4 UWG führt, kann es sich um eine Bagatelle handeln, die nach § 3 UWG von weiteren Sanktionen ausgenommen ist. Daher ist generalisierend auf die Bedeutung des Informationsdefizites für den Verbraucher abzustellen; auf die tatsächlich gegebenen Umstände bei den beworbenen Verkaufsförderungsmaßnahmen kommt es nicht an.

Fundstelle: OLGR Köln 2006, 48

OLG Naumburg
Urteil vom 09.09.2005 - 10 U 15/05
UWG §§ 3, 5 Abs. 1, 5 Abs. 2 S. 2

Eine irreführende Werbung ist nicht anzunehmen, wenn ein Autohaus damit wirbt, Partner einer Automarke zu sein, obwohl es mit dem Hersteller nur einen Service- oder Werkstattvertrag und keinen Neuwagenvertriebsvertrag geschlossen hat.

OLG Köln
Beschluss vom 20.09.2005 - 6 W 112/05 - Gutschein bei Arzneimittelkauf
UWG §§ 3, 4 Nr. 11; AMG § 78; AMPreisV

1. Die Bestimmungen der Arzneimittelpreisverordnung, mit der die Apothekenabgabepreise für verschreibungspflichtige Arzneimittel festgelegt werden, sind das Marktverhalten regelnde Vorschriften i.S. des § 4 Nr. 11 UWG.
2. Der Apotheker, der dem Erwerber eines preisgebundenen Arzneimittels einen Einkaufsgutschein (hier: über drei

Euro) ausstellt, der beim Erwerb eines freien Apothekenartikels angerechnet wird, verstößt gegen die Preisbindungsbestimmungen.
Fundstelle: GRUR 2006, 88

OLG Brandenburg
Urteil vom 29.09.2005 - 6 U 28/05 - Mitteilungen über den Ausgang eines Gerichtsverfahrens unter namentlicher Nennung des Prozessgegners
UWG §§ 3, 4, 8; BGB §§ 823 Abs. 1, 1004
1. Der Inhalt von periodischen Tätigkeitsberichten kann nicht zum Anlass genommen werden, Unterlassungsansprüche geltend zu machen, weil es an der Wiederholungsgefahr fehlt.
2. Es kann einer Körperschaft nicht untersagt werden, ihre Mitglieder wahrheitsgemäß über den Ausgang von Gerichtsverfahren unter namentlicher Nennung des Prozessgegners zu unterrichten.
Fundstelle: OLGR Brandenburg 2006, 67; WRP 2006, 128 (Leitsatz)

OLG Nürnberg
Beschluss vom 11.10.2005 – 3 U 1622/05
UWG § 4 Nr. 11; MPG §§ 3, 5
Bei Lesehilfen zur Behebung von Altersweitsichtigkeit handelt es sich um Medizinprodukte i.S. des Medizinproduktegesetzes.

OLG Bremen
Urt. v. 13.10.2005 - 2 U 28/05 – Natürliche Handlungseinheit bei Verstößen gegen ein Vertragsstrafeversprechen
§ 7 UWG a.F.; § 325 ZPO
1. Mehrere Verstöße gegen ein Vertragsstrafeversprechen stellen eine natürliche Handlungseinheit dar, wenn sie innerhalb eines verhältnismäßig engen Zeitraums begangen worden sind (hier: 14 Verstöße in 7 Wochen), überwiegend dasselbe Werbemedium in nahezu gleichen zeitlichen Abständen gewählt wurde (hier: dieselbe Tageszeitung) und die grafische Aufmachung jeweils im Wesentlichen übereinstimmte.
2. Ist ein in den fraglichen Zeitraum fallender Verstoß bereits Gegenstand einer rechtskräftigen, eine Verurteilung aussprechenden Entscheidung gewesen, so ist eine nachfolgende, auf weitere Einzelfälle während dieses Zeitraums gestützte Klage mit Rücksicht auf den "Verbrauch" des Klagerechts unzulässig.

OLG Köln
Urteil vom 14.10.2005 – 6 U 57/05 - Urlaubsgewinnspiel
UWG §§ 3, 4 Nr. 4, 4 Nr. 5
1. Die einer Werbung mit Preisnachlässen von "bis zu x %" zugefügte Einschränkung "ausgenommene Werbeware" ist keine "klare und eindeutige" Angabe i.S.v. § 4 Nr. 4 UWG. Anders verhält es sich mit den Zusätzen "Nur auf Neukäufe" sowie "ausgenommen bereits reduzierte Ware".
2. a) Das Transparenzangebot des § 4 Nr. 5 UWG findet bereits Anwendung, wenn im Vorfeld eines Preisausschreibens oder Gewinnspiels auf die Veranstaltung werbend hingewiesen wird.
b) Der Umfang der zu erläuternden Teilnahmebedingungen kann nach Zeitpunkt und Situation der Unterrichtung des Verbrauchers unterschiedlich sein; maßgeblich ist, an welchen Informationen er jeweils konkret ein schützenswertes Interesse hat.
c) Wird ein Gewinnspiel in deutlichem zeitlichen Abstand vor der Durchführung der Veranstaltung beworben, so genügen Angaben darüber, wer von der Teilnahme ausgeschlossen ist, auf welche Weise die Teilnahmekarten erhältlich sind, wann Einsendeschluss ist, was es zu gewinnen gibt und dass über die Gewinne das Los entscheidet. Ist als Hauptgewinn des "Urlaubsgewinnspiels" ein 2-Wochen-Urlaub in der Karibik für 2 Personen ausgewiesen, so sind in diesem Stadium weitere Angaben zu den Reisemodalitäten entbehrlich.
Fundstelle: OLGR Köln 2006, 158

OLG Frankfurt
Urteil vom 20.10.2005 – 6 U 201/04
UWG §§ 3, 4 Nr. 11 UWG; AMPreisV §§ 1, 3
Mit der Ausgabe so genannter "Family-Taler" für den Erwerb von verschreibungspflichtigen, preisgebundenen Arzneimitteln verstößt ein Apotheker

gegen die ArzneimittelpreisVO, wenn der Kunde dafür im Rahmen eines Prämiensystems einen geldwerten Vorteil erhält.
Fundstelle: Magazindienst 2006, 174

OLG Jena
Urteil vom 02.11.2005 – 2 U 384/05
UWG § 3
1. Zur Frage der wettbewerbsrechtlichen Erheblichkeit eines Verstoßes gegen die Preisangabenverordnung.
2. Eine feststellbare Nachahmungsgefahr kann ein Überschreiten der Bagatellgrenze begründen, wenn sie eine quantitative Verstärkung für sich genommen geringfügiger Verstöße bewirkt und dadurch die geschützten Verbraucherinteressen gefährdet.
Fundstelle: OLG-NL 2006, 7

OLG Jena
Urteil vom 02.11.2005 – 2 U 418/05
UWG §§ 3, 4 Nr. 7, 8; StGB §§ 286, 287
Die Aufforderung eines Wettbewerbers in einem an eine Bank gerichteten Schreiben, die Kontoverbindung mit einem Vermittler von Sportwetten zu kündigen, der ohne inländische behördliche Erlaubnis handelt, ist dann nicht wettbewerbswidrig, wenn die Vermittlung für einen Sportwettenveranstalter durchgeführt wird, der bereits zur Unterlassung verurteilt wurde. In einem solchen Fall kann sich der Wettbewerber auf die Wahrnehmung berechtigter Interessen und die Grundsätze eines Abwehrboykotts berufen.
Fundstelle: OLG-NL 2005, 276

OLG Hamburg
Urteil vom 02.11.2005 – 5 U 143/04 - Tarif-Stress
UWG § 12 Abs. 2
1. Für die Beurteilung der Frage, ob die Dringlichkeitsvermutung auf Grund des eigenen vorprozessualen und prozessualen Verhaltens des Antragstellers als widerlegt anzusehen ist, bedarf es einer Gesamtbetrachtung aller relevanten Umstände des Einzelfalls. In diese sind auch solche Verzögerungsumstände mit einzubeziehen, die für sich genommen nicht notwendigerweise dringlichkeitsschädlich gewesen wären. Eine isolierte Betrachtung einzelner Verfahrensabschnitte ohne Rücksicht auf vorangegangenes und nachfolgendes – zeitverzögerndes – Verhalten verfehlt die dem § 12 Abs. 2 UWG zu Grunde liegende gesetzliche Intention.
2. Sind in einem früheren Verfahrensstadium bereits Verzögerungen eingetreten, die sich als potenziell dringlichkeitsschädlich erweisen, so hat der Antragstellerin in aller Regel besondere Veranlassung darauf hinzuwirken, dass im Verlauf des weiteren Verfahrens keine zusätzlichen Verzögerungen eintreten. Diese Obliegenheit beeinflusst auch die Art und Weise der von dem Antragsteller zu verlangenden Maßnahmen, um nach Kräften ein verzögerungsfreies Handeln solcher Einrichtungen zu fördern bzw. nach Möglichkeit sicherzustellen, auf deren Arbeitsabläufe er in der Regel keinen bestimmenden Einfluss hat und deren Nachlässigkeit als solche ihm nicht entgegen gehalten werden kann.

OLG Naumburg
Urteil vom 11.11.2005 – 10 U 26/05
UWG §§ 3, 4 Nr. 1, Nr. 10, 8 Abs. 4
Auch wenn der Kläger eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs die Anspruchsgegner grundsätzlich gemeinsam hätte in Anspruch nehmen können, ist noch nicht ohne weitere Anhaltspunkte von einem rechtsmissbräuchlichen Verhalten im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG auszugehen. Allein der Umstand, dass der Kläger eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs nur einen einmaligen Verstoß des Anspruchsgegners nachweisen kann, reicht nicht aus, einen nur unerheblichen Wettbewerbsverstoß anzunehmen.

OLG Jena
Urteil vom 16.11.2005 – 2 W 452/05
UWG § 4 Nr. 11; BRAO § 43b
1. Behauptet der Antragsteller eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs nach § 4 Nr. 11 UWG, 43b BRAO, dass eine unzulässige Werbung um ein Einzelmandat vorliegt, so tritt eine Umkehr der Darlegungs- und Beweislast in Bezug auf die Herkunft der Adressen der angeschriebenen Personen

nur dann ein, wenn wenigstens ausreichende Anhaltspunkte vorgetragen sind, die ausschließen, dass die Anschrift redlich und ohne Kenntnis von einem konkreten Beratungsbedarf verwendet wurde (Abgrenzung zu OLG Naumburg NJW 2003, 3566).
2. Die sachliche Werbung eines Rechtsanwalts mit dem Angebot zur Mitwirkung bei der Schuldenbereinigung nach § 305 InsO ist auch bei einer Person, die bereits die eidesstattliche Versicherung abgegeben hat, nicht grundsätzlich aufdringlich und deshalb zulässig.
Fundstelle: OLG-NL 2006, 39

OLG Oldenburg
Urteil vom 24.11.2005 – 1 U 49/05
UWG §§ 7 Abs. 2 Nr. 3, 2 Abs. 1 Nr. 1
1. Eine Wettbewerbshandlung i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG kann vorliegen, wenn ein Marktforschungsunternehmen im Auftrag eines pharmazeutischen Herstellers per Telefax Ärzte gegen Zahlung eines Entgelts von 70 € zu einer Beteiligung an einer ca. 45-minütigen Befragung zur Behandlung bestimmter Krankheiten (hier Morbus Bechterew) zu gewinnen versucht.
Der Umstand, dass die Befragung gegenüber den Ärzten als Teil einer wissenschaftlichen Untersuchung dargestellt wird, muss dem nicht entgegenstehen.
2. Eine solche ohne vorherige Einwilligung der Ärzte erfolgte Werbung per Telefax für eine entsprechende Befragung ist regelmäßig unlauter und wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG a.F. und § 7 Abs. 1 Nr. 3 UWG n.F.
Diese Werbung wird auch nicht durch die Wissenschaftsfreiheit gemäß Art. 5 Abs. 3 GG gerechtfertigt, jedenfalls dann nicht, wenn es bei der Befragung - wie sich aus der Würdigung der tatsächlichen Umstände des entschiedenen Falles ergibt - dem Meinungsforschungsunternehmen um kommerzielle Interessen geht und eine wissenschaftliche Auswertung des erhobenen Datenmaterials nicht festzustellen ist.

OLG Hamburg
Urteil vom 30.11.2005 - 5 U 17/05 – SprudelPower
UWG §§ 3, 5 UWG; Mineral- und Tafelwasserverordnung § 15 Abs. 1 Nr. 1
Die Bezeichnung „SprudelPower“ für ein Gerät zur Anreicherung von Trinkwasser aus der Wasserleitung mit Kohlensäure ist nicht irreführend im Sinne des § 5 UWG . Der Verkehr wird aufgrund dieser Bezeichnung nicht annehmen, durch ein solches Gerät könne ein Getränk hergestellt werden, welches dieselben Eigenschaften habe wie „Sprudel“ aus natürlichem Mineralwasser im Sinne der Mineral- und Tafelwasserverordnung.
Fundstelle: WRP 2006, 382 (Leitsatz)

OLG Hamburg
Urteil vom 30.11.2005 - 5 U 46/05 – SprudelFixx
UWG §§ 3, 5 UWG; Mineral- und Tafelwasserverordnung § 15 Abs. 1 Nr. 1
Die Bezeichnung „SprudelFixx“ für ein Gerät zur Anreicherung von Trinkwasser aus der Wasserleitung mit Kohlensäure ist nicht irreführend im Sinne des § 5 UWG . Der Verkehr wird aufgrund dieser Bezeichnung nicht annehmen, durch ein solches Gerät könne ein Getränk hergestellt werden, welches dieselben Eigenschaften habe wie „Sprudel“ aus natürlichem Mineralwasser im Sinne der Mineral- und Tafelwasserverordnung.

OLG München
Beschluss vom 05.12.2005 - 29 W 2745/05
UWG § 4 Nr 11; BRAO § 43b
Zur wettbewerbsrechtlichen Beurteilung einer Anwaltswerbung, die durch Verteilen von Werbeflyern an Teilnehmer einer Gesellschafterversammlung im Vorraum des Hotelkonferenzraums erfolgt.
Fundstelle: NJW 2006, 517

OLG Naumburg
Urteil vom 09.12.2005 – 10 U 13/05
HWG §§ 12, 11 Abs. 1 Nr. 2, 11 Abs. 1 Nr. 4, 11 Abs. 1 Nr. 6; UWG § 8 Abs. 4
Der „unclean-hands-Einwand“ geht ins Leere, wenn ein Anspruchssteller sich gegen die Interessen der Allgemeinheit betreffende Wettbewerbsmethoden eines Mitbewerbers wendet, obwohl sein eigenes wettbewerbliches Verhalten ebenfalls nicht einwandfrei ist.

OLG Naumburg
Urteil vom 09.12.2005 – 10 U 37/05
ApoBetrO § 25; UWG § 3
Ein Schal ist grundsätzlich geeignet, als Gegenstand und Informationsträger, der in einer Apotheke vertrieben werden darf, angesehen zu werden.

OLG Naumburg
Urteil vom 09.12.2005 – 10 U 42/05
LadSchlG § 3 Nr. 2; UWG §§ 3, 4 Nr. 11
Ein in der Zeit ab 20:00 Uhr vorgenommener VIP-Verkauf verstößt gegen § 3 LadenschlussG, auch wenn nur eine bestimmte Gruppe von Gewerbetreibenden zu der Teilnahme eingeladen wird, solange bei deren Auswahl kein sachlicher Grund erkennbar ist.

OLG Oldenburg
Urteil vom 12.01.2006 - 1 U 121/05 - Warenvorrat bei "Total-Räumung"
UWG § 5 Abs. 5
Wird von einem Möbelhaus im Rahmen einer angekündigten "Total-Räumung wegen Umbaus" in einer Werbebroschüre für ein im Preis herabgesetztes Möbelstück (hier eine Einbauküche) geworben, wird der Werbeadressat unter Umständen mit dem Vorhandensein nur eines Einzelstücks zu rechnen haben. Bei Fehlen jeglichen Warenvorrats im Zeitpunkt des Erscheinens der Werbung ist jedoch stets eine Irreführung i.S.d. § 5 Abs. 5 UWG anzunehmen.
Fundstelle: WRP 2006, 382 (Leitsatz)

OLG Zweibrücken
Urteil vom 26.01.2006 – 4 U 233/04
UWG §§ 5 Abs. 2 Nr. 2, 6 Abs. 2 Nr. 2
Eine vergleichende Werbung mit einem Preisvergleich verstößt gegen den Grundsatz der Preiswahrheit, wenn der angegebene Preis des verglichenen Mitbewerbers nicht mehr aktuell ist, weil dieser zwischenzeitlich seine Preise geändert und nunmehr seinerseits billiger anbietet.

OLG Koblenz
Urteil vom 14.02.2006 - 4 U 1680/05
UWG §§ 3, 4 Nr. 11
Zur Wettbewerbswidrigkeit der Integration eines Moduls in Software für Arztpraxen, mit dem Voucher zur Bestellung von Medikamenten bei einer Versandapotheke ausgedruckt werden können, die zur Aushändigung an den Patienten bestimmt sind.

OLG München
Urteil vom 16.02.2006 – 29 U 4412/05
BGB §§ 134, 286, 817; UWG § 1; JÖSchG § 11 Abs. 5
Zur Nichtigkeit eines getarnter Werbung in einem Kinofilm dienenden Product Placement-Vertrags nach § 134 BGB i.V.m. § 1 UWG a.F. sowie zu dessen bereicherungsrechtlichen Rückabwicklung.

OLG Zweibrücken
Urteil vom 16.03.2006 – 4 U 62/05
UWG § 3
Das Fotografieren in den Geschäftsräumen von Wettbewerbern zur Feststellung von Wettbewerbsverstößen ist unzulässig.

4. Sonstiges

OLG Köln
Beschluß vom 10.02.2005 - 6 W 123/04 - Grenzen der Auskunftspflicht im Vollstreckungsverfahren (Mitwirkung eines Dritten)
ZPO §§ 793, 888 I, 891
1. Hat der Verpflichtete eine Auskunft erteilt, können Zwangsmittel gleichwohl eingesetzt werden, wenn die erteilte Auskunft nicht ernst gemeint, von vornherein unglaubhaft oder unvollständig ist.
2. Kann die Auskunft nicht ohne die Mitwirkung eines Dritten erteilt werden, der inzwischen über die maßgeblichen Geschäftsunterlagen verfügt, so ist der Schuldner verpflichtet, die zumutbaren Maßnahmen zu ergreifen, um sich die benötigten Kenntnisse zu verschaffen. Ist den deutschen Behörden und den Parteien der aktuelle Aufenthaltsort des

Dritten unbekannt, ist der Schuldner aber nicht gehalten, detektivische Recherchen in die Wege zu leiten.
Fundstelle: GRUR-RR 2006, 31

OLG Naumburg
Urteil vom 04.03.2005 - 10 U 3/04 - Wegfall des Verfügungsgrundes durch Untätigkeit nach Sortenschutzverletzung (Untätigkeit des Sorteninhabers)
ZPO § 940; SortG §§ 10 I, 37 I; Verordnung 2100/94/EG Art. 13, 17 II; Verordnung 1768/95/EG Art. 9, 3 I, II
Ein Verfügungsgrund (§ 940 ZPO) für eine Regelungsverfügung kann nicht angenommen werden, wenn ein Sorteninhaber nach einer Verletzungshandlung, die dem Kl. durch eine Nachbauerklärung zur Kenntnis gegeben worden ist, nochmals rund drei Jahre zuwartet, bis ein Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gerichtsanhängig gemacht wird.
Fundstelle: GRUR-RR 2006, 32

OLG Köln
Urteil vom 28.04.2005 – 15 U 9/05 - Zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz bei Presseberichterstattung: Ablehnung von Unterlassungs- und Widerrufsansprüchen bei "wertneutralen Falschmeldungen"
BGB §§ 823 Abs. 1, 1004; PresseG NW §§ 1 ff.
1. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht ist ein unbenanntes Freiheitsrecht, das als zivilrechtlicher Auffangtatbestand nur dort zur Wirkung kommt, wo es in seinem Wesen verletzt ist.
2. Sogenannte "wertneutrale Falschmeldungen", also Äußerungen, mit denen nichts Negatives über einen Betroffenen ausgesagt wird, mögen zwar nach den Landespressegesetzen gegebenenfalls ein Recht auf Gegendarstellung geben, mangels eines Eingriffs in das Wesen des Persönlichkeitsrechts des Betroffenen begründen sie jedoch keine zivilrechtlichen Unterlassungs- und Widerrufsansprüche.
Fundstelle: AfP 2005, 287; NJW-RR 2006, 126; ZUM-RD 2006, 78

OLG Karlsruhe
Urteil vom 13.05.2005 – 14 U 209/04
GG Art. 5 Abs. 1; BGB §§ 823, 1004 BGB; StGB §§ 186, 193
1. Ehrverletzende wahre Tatsachenbehauptungen durch die Presse sind durch berechtigte Interessenwahrnehmung gerechtfertigt, wenn ihnen ein allgemeines Informationsinteresse zugrunde liegt und der Nachweis sorgfältiger Recherche erbracht ist.
2. Zur Frage der Beweislast im Prozeß auf Unterlassung.
3. Ein Presseorgan, das über Vorgänge berichtet, die bereits Gegenstand eines von einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt gesendeten Fernsehbeitrags waren, genügt seiner pressemäßigen Sorgfaltspflicht, wenn es sich durch Nachfrage bei der Anstalt darüber vergewissert hat, daß der Betroffene gegen die gesendeten Äußerungen presserechtlich nicht vorgegangen ist.
Fundstelle: ZUM-RD 2006, 76; OLGR Karlsruhe 2006, 158

OLG Koblenz
Beschluss vom 27.06.2005 – 12 VA 2/04 - Internationale Rechtshilfe: Zustellungsersuchen für eine auf einen Kartellverstoß gestützte und auf die Zahlung von Strafschadensersatz durch deutsche Unternehmen gerichtete Sammelklage nach US-amerikanischem Recht
GG Art. 2, 20; GVGEG Art. 23, 29; ZustÜbkHaag Art. 1 Abs. 1
1. Die Frage, ob eine Zivil- oder Handelssache i.S. von Art. 1 Abs. 1 HZÜ vorliegt, ist aufgrund einer autonom-staatsvertraglichen Qualifikation zu beantworten. Maßgebend ist, ob bei der Rechtsverfolgung private oder öffentliche Interessen im Vordergrund stehen. Wird eine auf einen Kartellverstoß gestützte Sammelklage nach US-amerikanischem Recht (class action) erhoben, die auch auf die Verpflichtung eines deutschen Unternehmens zur Zahlung von Strafschadenersatz (treble damages) an alle Arzneimittelkonsumenten in den USA gerichtet ist, so handelt es sich nicht um eine Zivil- und Handelssache in diesem Sinne.
2. Hilfsweise stünde der Anordnung der Zustellung dieser Klage im Wege internationaler Rechtshilfe im Inland der Souveränitätsvorbehalt gem. Art. 13 Abs. 1

HZÜ entgegen. Dies gilt jedenfalls dann, wenn die Sammelklage missbräuchlich erhoben wird, weil sie unter Ausnutzung publizistischen Drucks und der unbegrenzten Höhe des möglichen Strafschadensersatzes nur auf die Erzwingung eines Vergleichs abzielt. Die Offensichtlichkeit des Missbrauchs kann sich daraus ergeben, dass die als extraterritorialer Kartellrechtsverstoß bezeichneten Handlungen im Einklang mit einem Importverbot nach dem Recht der USA stehen.
Fundstelle: WuW/E DE-R 1557;IPRax 2006, 25

OLG Frankfurt
Beschluss vom 24.10.2005 – 6 W 149/05
ZPO § 93
Ist mit der Einlegung eines bloßen Kostenwiderspruchs eine einstweilige Verfügung, die neben einem Unterlassungsanspruch mit Rücksicht auf das Sicherungsinteresse des Gläubigers einen Ausspruch auf Herausgabe von Verletzungsgegenständen zur Verwahrung an den Gerichtsvollzieher enthält, in der Hauptsache anerkannt, ist im Hinblick auf die Kostenvorschrift des § 93 ZPO eine vorherig Abmahnung des Antragsgegners aus Sicht des Antragstellers regelmäßig entbehrlich.
Fundstelle: Magazindienst 2006, 60

OLG Hamburg
Beschluss vom 31.10.2005 - 5 W 116/05 - Handy-Flyer
ZPO § 93
Geht aus der vorgerichtlichen Abmahnung unmissverständlich hervor, welchen Wettbewerbsverstoß der Antragsteller geltend macht, und unterwirft sich der Antragsgegner nicht, so hat er hinreichende Klageveranlassung gegeben. Reicht Antragsteller daraufhin einen inhaltlich unzutreffend formulierten – weil zu weit gehenden - Verfügungsantrag bei Gericht ein, kann sich der Antragsgegner gleichwohl nicht mehr durch ein „sofortiges“ Anerkenntnis von seiner Kostenlast befreien, wenn der Streitgegenstand mit der vorprozessualen Abmahnung identisch ist, eine inhaltliche Abweichung nicht beabsichtigt war, der Antragsgegner dies erkennt und der Antragsteller auf Hinweis des Gerichts die erforderliche sprachliche Anpassung vornimmt.
Fundstelle: WRP 2006, 382 (Leitsatz)

KG
Beschluss vom 01.11.2005 – 1 W 334/05
ZPO §§ 91, 103, 104
Die Kosten einer Abmahnung nach dem Unterlassungsklagengesetz sind keine Kosten des Rechtsstreits. Sie sind im Kostenfestsetzungsverfahren nicht festsetzbar (Aufgabe der bisherigen Rspr. des Senats, vgl. WRP 1982, 25).
Fundstelle: VuR 2006, 39 (Leitsatz)

OLG Hamburg
Beschluss vom 31.01.2006 – 5 W 12/06 - Sofortiges Anerkenntnis nach Berechtigungsanfrage
ZPO §§ 93, § 99 Abs. 2
Auf die sog. Berechtigungsanfrage eines Markeninhabers kann der wegen einer Markenverletzung in Anspruch Genommene eine gegenteilige Rechtsauffassung äußern, ohne dass er bei einer unmittelbar folgenden gerichtlichen Inanspruchnahme die Möglichkeit verliert, den Anspruch noch kostenfrei gemäß § 93 ZPO anzuerkennen. Denn der Austausch von unterschiedlichen Rechtsansichten macht eine vorherige Abmahnung nicht schon wegen voraussichtlicher Erfolglosigkeit entbehrlich.

V. Hinweis

Links zu Gerichten im Internet
Einige der Entscheidungen sind im Volltext über die Internetseiten der Gerichte abrufbar.

- Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften http://curia.eu.int/
- Bundesgerichtshof http://www.bundesgerichtshof.de
- Bundespatentgericht http://www.bundespatentgericht.de

B. Aufsätze / Urteilsanmerkungen

Zusammengestellt von *Carsten Johne*

(Die Auflistung stellt einen Überblick über die in Zeitschriften erschienenen Publikationen des letzten Quartals dar und erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit)

neu in die Auswertung aufgenommen:
* Competition Law Review
* Competition Policy Newsletter

I. Patentrecht / Gebrauchsmusterrecht

Barth, Stephan-M./Wolhändler, Jacques
Werbung mit Patentschutz. Erfreulicher Ansatz des OLG München zum Schließen einer Rechtsprechungslücke
Mitt. 2006, 16 (Heft 1)

Beyerlein, Thorsten
Anmerkung zu OLG Braunschweig, Urt. v. 06.10.2005 - 2 U 19/05 - Verpflichtung zur Anzeige einer Erfindung an eine Universität für einen dort beschäftigten Professor (Selbststabilisierendes Knie II)
Mitt. 2006, 44 (Heft 1)

Bor, Fiona
Exemptions to patent infringement applied to biotechnology research tools
European International Property Review 2006, 5 (Heft 1)

Brack, Hans-Peter
Patent Infringement Warnings in a Common Law versus a Civil Law Jurisdiction - An Actionable Threat?
IIC 2006, 1 (Heft 1)

Bremi, Tobias/Harrison, David
Divide et impera? Recent case law related to divisional applications before the EPO
Mitt. 2006, 49 (Heft 2)

Groß, Michael
Aktuelle Lizenzgebühren in Patentlizenz-, Know-how- und Computerprogrammlizenz-Verträgen: 2004/2005
K&R 2006, 122 (Heft 3)

Hartmann, Marion D.
Die Patentierbarkeit von Stammzellen und den damit zusammenhängenden Verfahren
GRURInt 2006, 195 (Heft 3)

Heinrich, Peter
Die Formulierung patentrechtlicher Unterlassungsbegehren und –urteile
sic! 2006, 48 (Heft 1)

Hinkelmann, Klaus
Revision des Gebrauchsmuster-Systems im Jahre 2005 in Japan
Mitt. 2006, 105 (Heft 3)

Hodapp, Gregor Jens
Zur Höhe der erstattungsfähigen Patentanwaltsgebühren nach Einführung des Rechtsanwaltsvergütungsgesetzes
Mitt. 2006, 22 (Heft 1)

Klawitter, Christian/Zintler, Mathias
Neuer Mustervertrag für F&E-Kooperation zwischen Wirtschaft (industriellen Auftraggebern) und Hochschulen
Mitt. 2006, 116 (Heft 3)

Kock, Michael A./Porzig, Susann/ Willnegger, Eva
The Legal Protection of Plant-Biotechnological Inventions and Plant Varieties in Light of the EC Biopatent Directive
IIC 2006, 135 (Heft 2)

Köllner, Malte
Anmerkung zu BGH, B. v. 05.10.2005 - X ZB 7/03 - Arzneimittelgebrauchsmuster
Mitt. 2006, 129 (Heft 3)

Kühnen, Thomas
Eine neu Ära bei der Antragsformulierung? Kritische Gedanken zur BGH-Entscheidung "Blasfolienherstellung"
GRUR 2006, 180 (Heft 3)

Ma, Lin/Xiao, Zhiyuan
Die Zuständigkeit für Patentstreitigkeiten in China
GRURInt 2006, 28 (Heft 1)

Meibom, Wolfgang von
Durchgriffsansprüche (Reach-Through-Ansprüche) bei Patenten für Research Tools
Mitt. 2006, 1 (Heft 1)

Müller-Stoy, Tilmann
Patent- und Gebrauchsmusterschutz in Vergabesachen
GRUR 2006, 184 (Heft 3)

Nassall, Wendt
Anmerkung zu BGH, Urt. vom 11. 10.2005 - X ZR 76/04 - Zur Auslegung eines Patentes (,,Seitenspiegel“)
jurisPR-BGHZivilR 3/2006 vom 20. Januar 2006, Anm. 3

Nassall, Wendt
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 21.12.2005 - X ZR 165/04 - Finanzieller Ausgleich zu Gunsten des nicht eingetragenen Miterfinders, der die Möglichkeit, den Gegenstand der Erfindung selbst zu nutzen, nicht wahrgenommen hat („Zylinderrohr“)
jurisPR-BGHZivilR 12/2006 Anm. 2

Nassall, Wendt
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 22.11.2005 - X ZR 79/04 - Grenzen des Vernichtungsanspruchs gegen den mittelbaren Patentverletzer („extracoronales Geschiebe“)
jurisPR-BGHZivilR 13/2006 Anm. 4

Ono, Nahoko
Better Than Nothing: Japan's Next Move on Patentability of Medical Methods
IIC 2006, 196 (Heft 2)

Pagenberg, Jochen
Europäische Patentrichter fordern dezentrale europäische Patentverletzungsgerichte für eine harmonisierte Rechtsprechung
GRURInt 2006, 35 (Heft 1)

Pagenberg, Jochen
Industry, Legal Profession and Patent Judges Press for Adoption of the European Patent Litigation Agreement (EPLA)
IIC 2006, 46 (Heft 1)

Reichl, Wolfgang
Beobachtungen zur Patentierbarkeit computerimplementierter Erfindungen
Mitt. 2006, 6 (Heft 1)

Rentsch, Rudolf A./Wild, Gregor
Die patentrechtliche Einrede des freien Standes der Technik, insbesondere im Bereich der Nachmachung
sic! 2006, 15 (Heft 1)

Rößler, Matthias
Der neuheitsschädliche Produktverkauf
Mitt. 2006, 98 (Heft 3)

Scheffler, Dietrich
Anmerkung zu OLG Zweibrücken, Urt. v. 04.11.2004 - 4 U 149/03 - Abgrenzung von Geschmacks- und Gebrauchsmusterschutz für einen Kristalllampensockel ("Kristallampen-Sockel")
Mitt. 2006, 15 (Heft 1)

Schmaltz, Christiane/Kuczera, Markus
Patentverletzung und Betrug - Kollision von Strafrecht und Zivilprozessrecht bei der Auskunft und Rechnungslegung im Patentverletzungsstreit
GRUR 2006, 97 (Heft 2)

Schmidt-Evers, Jürgen/Thun, Clemens
Nachträgliche Heilung europäischer Teilanmeldungen, die bei Einreichung die Anforderungen des Art. 76 (1) EPÜ nicht erfüllen - die große Beschwerdekammer entscheidet
Mitt. 2006, 56 (Heft 2)

Schmidt-Evers, Jürgen/Thun, Clemens
Anmerkung zu EPA, Entsch. v. 13.07.2004 - T 1158/01 - Zulässigkeit einer Teilanmeldung zu einer Teilanmeldung
Mitt. 2006, 79 (Heft 2)

Tilmann, Winfried
The Harmonisation of Invalidity and Scope of Protection Practice of the National Courts of EPC Member States
IIC 2006, 62 (Heft 1)

Vollraht, Ulrich
Anmerkungen zum Einwand der Wirkungslosigkeit des Patents bei Benutzung des freien Standes der Technik
Mitt. 2006, 97 (Heft 3)

Warren-Jones, Amanda
Identifying European moral consensus: why are the patent courts reticent to accept empirical evidence in resolving biotechnological cases
European International Property Review 2006, 26 (Heft 1)

Wiebe, Andreas/Heidinger, Roman
Ende der Technizitätsdebatte zu programmbezogenen Lehren? Anmerkungen zur EPA-Entscheidung "Auktionsverfahren/Hitachi"
GRUR 2006, 177 (Heft 3)

II. Urheberrecht / Geschmacksmusterrecht

Becker, Bernhard von
Anmerkung zu LG München I, U. v. 10.11.2005 - 7 O 24552/04 - Übersetzervergütung
ZUM 2006, 39 (Heft 1)

Berberich, Matthias
Die Doppelfunktion der Zweckübertragungslehre bei der AGB-Kontrolle
ZUM 2006, 205 (Heft 3)

Christmann, Sabine
Sonderfragen zur territorialen Rechtevergabe und territorialen Adressierung bei Pay-TV am Beispiel Film und Sport
ZUM 2006, 23 (Heft 1)

Czychowski, Christian/Nordemann, Jan Bernd
Die Entwicklung der Gesetzgebung und Rechtsprechung zum Urheberrecht in den Jahren 2004 und 2005
NJW 2006, 580 (Heft 9)

Dietz, Adolf
Verfassungsklauseln und Quasi-Verfassungsklauseln zur Rechtfertigung des Urheberrechts - gestern, heute und morgen
GRURInt 2006, 1 (Heft 1)

Fikentscher, Adrian
Sportübertragungsrechte im Zeitalter der neuen Medien
UFITA 2005, 635 (Heft 3)

Frohne, Renate
Urheberrecht in der römischen Antike?
UFITA 2005, 799 (Heft 3)

Ganley, Paul
Surviving Grokster: innovation and the future of peer-to-peer
European International Property Review 2006, 15 (Heft 1)

Gaster, Jens
Das urheberrechtliche Territorialitätsprinzip aus Sicht des Europäischen Gemeinschaftsrechts
ZUM 2006, 8 (Heft 1)

Geiger, Christophe
The Private Copy Exception, an Area of Freedom (Temporarily) Preserved in the Digital Environment
IIC 2006, 74 (Heft 1)

Gostomzyk, Tobias
Zur Ausgestaltung des rechtlichen Gehörs im Verfahren vor dem Beschwerdeausschuss des Deutschen Presserates
UFITA 2005, 775 (Heft 3)

Grützmacher, Malte
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 21.07.2005 - I ZR 290/02 - Datenbankschutz (HIT BILANZ)
CR 2006, 14 (Heft 1)

Haines, Alexander/Scholz, Matthias
Anmerkung zu LG München, Urt. v. 19.01.2006 - 7 O 23237/05 - Keine Erschöpfung bei Onlineverbreitung von Software
CR 2006, 161 (Heft 3)

Helmensdorfer, Urs
Was leistet der "ausübende Künstler"?
UFITA 2005, 811 (Heft 3)

Heydn, Truiken J./Schmidl, Michael
Der Handel mit gebrauchter Software und der Erschöpfungsgrundsatz
K&R 2006, 74 (Heft 2)

Heymann, Laura A.
Inducement as Contributory Copyright Infringement: Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. v. Grokster, LTd.
IIC 2006, 31 (Heft 1)

Hilty, Reto M.
Das Urheberrecht und der Wissenschaftler
GRURInt 2006, 179 (Heft 3)

Huppertz, Peter
Handel mit Second Hand-Software. Analyse der wesentlichen Erscheinungsformen aus urheber- und schuldrechtlicher Perspektive
CR 2006, 145 (Heft 3)

Janssens, Marie-Christine
Implementation of the 2001 Copyright Directive in Belgium
IIC 2006, 50 (Heft 1)

Katzenberger, Paul
Vergütung der Sendeunternehmen für Privatkopien ihrer Livesendungen aus der Sicht der europäischen Urheberrechtsrichtlinien
GRURInt 2006, 190 (Heft 3)

Kirschenhofer, Matthias
Die Verbreitung von Programmen und Territorialitätsprinzip am Beispiel von Film-, Fernseh- und Sportprogrammen - Rechtsfragen im Bereich Sport
ZUM 2006, 15 (Heft 1)

Koch, Frank A.
Grid Computing im Spiegel des Telemedien-, Urheber- und Datenschutzrechts
CR 2006, 112 (Heft 2)

Kreile, Johannes
Territorialitätsprinzip im Bereich fiktionaler Programme
ZUM 2006, 19 (Heft 1)

Kröber, Christian
Der grenzüberschreitende Internet-Handel mit CD- und DVD-Rohlingen und die Vergütungsansprüche nach §§ 54 ff. UrhG
ZUM 2006, 89 (Heft 2)

Nassall, Wendt
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 06. Oktober 2005 - I ZR 266/02 - Zur Schadensbemessung nach den Grundsätzen der Lizenzanalogie (,,Pressefotos“)
jurisPR-BGHZivilR 5/2006 vom 03. Februar 2006, Anm. 4

Nimmer, Raymond T.
"Google Print Library Project" - Unfair Use of Copyright
CRi 2006, 1 (Heft 1)

Oechsler, Jürgen
Das Vervielfältigungsrecht für Prüfungszwecke nach § 53 Abs. 3 Nr. 2 UrhG
GRUR 2006, 205 (Heft 3)

Olenhusen, Albrecht Götz von
Factum clarum jus nebulosum. Alan Patrick Herberts Beitrag zum englischen Urheberrecht und Uncommon Law
UFITA 2005, 861 (Heft 3)

Ory, Stephan
Erste Entscheidungen zur angemessenen und redlichen Vergütung nach § 32 UrhG
AfP 2006, 9 (Heft 1)

Poll, Günter
"Korb 2": Was wird aus der Privatkopieregelung in §§ 53 ff. UrhG? Zugleich Anmerkung zu BVerfG, B. v. 25.07.2005 - 1 BvR 2182/04 -, ZUM 2005, 812
ZUM 2006, 96 (Heft 2)

Reber, Nikolaus
"Gemeinsame Vergütungsregelungen" in den Guild Agreements der Film- und Fernsehbranche in den USA - ein Vorbild für Deutschland?
GRURInt 2006, 9 (Heft 1)

Rieber-Mohn, Thomas
Harmonising Anti-Circumvention Protection with Copyright Law: The Evolution from WCT to the Norwegian Anti-Circumvention Provisions
IIC 2006, 182 (Heft 2)

Rüberg, Michael
Mo(n)tezumas späte Rache. Der Schutz nachgelassener Werke im deutschen Urheberrecht - Zugleich Anmerkung zu OLG Düsseldorf, Urt. v. 16.08.2005 - I-20 U 123/05
ZUM 2006, 122 (Heft 2)

Sankol, Barry
Unterlassungsanspruch gegen Internet-Access-Provider bei Urheberrechtsverletzungen durch Dritte? Illegale Tracks in File-Sharing-Systemen
UFITA 2005, 653 (Heft 3)

Schmelz, Christoph
Zum Schutz des Urhebers vor Werkzerstörungen - Eine methodenorientierte Betrachtung
UFITA 2005, 705 (Heft 3)

Schmelz, Christoph
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 06.12.2005 - VI ZR 265/04 - Keine Geldentschädigung bei Verletzung des postmortalen Persönlichkeitsschutzes
ZUM 2006, 214 (Heft 3)

Sendrowski, Heiko
Ein memento mori dem Schutzrecht sui generis
Mitt. 2006, 69 (Heft 2)

Spieker, Oliver
Die fehlerhafte Urheberbenennung: Falschbenennung des Urhebers als besonders schwerwiegender Fall
GRUR 2006, 118 (Heft 2)

Steger, Yolanda
Gestion collective transfrontalière de la musique sur Internet
sic! 2006, 45 (Heft 1)

Wandtke, Artur-Axel
Aufstieg und Fall der Künstlerin Marlene Dietrich oder der Streit um Künstlerrechte
UFITA 2005, 839 (Heft 3)

Zentek, Sabine
Anmerkung zu OLG Naumburg, Urt. v. 07.04.2005 - 10 U 7/04 - Erste Entscheidung zum § 32a UrhG. Eine Enttäuschung
ZUM 2006, 117 (Heft 2)

III. Markenrecht

Baechler, Roman
Sinn und Unsinn abstrakter Farbmarken
GRURInt 2006, 115 (Heft 2)

Bender, Achim
Have a Break ... Have a Praktiker. Die Gemeinschaftsmarke in Reform und Rechtsprechung im Jahr 2005, Teil 1: Die Reformen und die absoluten Schutzversagungsgründe
MarkenR 2006, 11 (Heft 1)

Bender, Achim
Have a Break... Have a Praktiker. Die Gemeinschaftsmarke in Reform und Rechtsprechung im Jahr 2005, Teil 2: Die relativen Schutzversagungsgründe un ein Ausblick auf 2006
MarkenR 2006, 60 (Heft 2)

Bender, Achim
Das neue Rechtsinstitut der Weiterbehandlung im Gemeinschaftsmarkensystem: ein Danaergeschenk!
Mitt. 2006, 63 (Heft 2)

Berlit, Wolfgang
Anmerkung zu BGH, Beschluss vom 15.09.2005 - I ZB 10/03 - Rechtserhaltende Markenbenutzung nur bei konkretem Bezug zur Ware (NORMA)
LMK 2006, 164410

Berlit, Wolfgang
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 03.11.2005 - I ZR 29/03 - Zulässige Auslobung von Markenware als Gewinn – Gewinnfahrzeug mit Fremdemblem
LMK 2006, 173505

Born, Christian
Zur Zulässigkeit einer humorvollen Markenparodie. Anmerkung zum Urteil des BGH "Lila-Postkarte"
GRUR 2006, 192 (Heft 3)

Dietrich, Christian
Rechtliche Probleme bei der Verwendung von Metatags
K&R 2006, 71 (Heft 2)

Eichelberger, Jan
Das Serienzeichen im deutschen Markenrecht
WRP 2006, 316 (Heft 3)

Erdmann, Willi
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 22.09.2005 - Rs. T-130/03 – Erfordernis eines ausdrücklichen und unbedingten Antrags auf Änderung der Anmeldung für eine Einschränkung des in einer Gmeinschaftsmarkenanmeldung enthaltenen Warenverzeichnisses (TRIVASTAN/TRAVATAN)
MarkenR 2006, 52 (Heft 1)

Erdmann, Willi
Anmerkung zu EuG, U. v. 24.11.2005 - Rs. T-346/04 – Zur Verwechslungsgefahr des angemeldeten Wortzeichens „ARTHUR ET FELICE“ und der Wort-Bild-Marke „ARTHUR“ (ARTHUR/ARTHUR ET FELICIE)
MarkenR 2006, 54 (Heft 1)

Erdmann, Willi
Anmerkung zu OLG Hamburg, U. v. 28.04.2005 - 5 U 114/04 – Zum Umfang der Vermarktung der Wortmarke „Jan Ullrich“ (Markenlizenzvertrag),
MarkenR 2006, 55 (Heft 1)

Erdmann, Willi
Anmerkung zu OLG Hamburg, Urt. v. 25.08.2005 - 5 U 94/04 - Rechtserhaltende Benutzung auch bei Markenverwendungen, die sich nicht im kern der eigentlichen Geschäftstätigkeit des Markeninhabers bewegen (LOTTO)
MarkenR 2006, 91 (Heft 2)

Erdmann, Willi
Anmerkung zu EuG, U. v. 27.10.2005 - Rs. T-336/03 – Keine Verwechslungsgefahr aufgrund fehlender Zeichenähnlichkeit (MOBILIX/OBELIX)
MarkenR 2006, 93 (Heft 2)

Erdmann, Willi
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 12.01.2006 - Rs. T-147/03 - Quantième/Quantum
MarkenR 2006, 139 (Heft 3)

Ernst, Stefan
AdWorld-Werbung in Internet-Suchmaschinen als kennzeichen- und wettbewerbsrechtliches Problem
MarkenR 2006, 57 (Heft 2)

Fritzsche, Jörg
BGH, Urteil vom 24.02.2005 - I ZR 161/02 - Priorität und Verlust von Unternehmenskennzeichen (Seicom)
LMK 2006, 164503

Haedicke, Maximilian
Anmerkung zu EuGH, Urt. v. 07.07.2005 - Rs. C-418/02 - Markenschutz für Dienstleistungen im Rahmen des Einzelhandels; Definition der Dienstleistung; Praktiker
GPR 2006, 30 (Heft 1)

Holzer, Simon
„Feta“ als geschützte Ursprungsbezeichnung nach der Verordnung (EWG) Nr. 2081/92
sic! 2006, 137 (Heft 2)

Jacobs, Georg
Internet-Specific Collisions of Trademarks in the Domain-Name System - An Economic Analysis Based on U.S. Law
IIC 2006, 156 (Heft 2)

Jänich, Volker Michael
Anmerkung zu BGH, Beschluss vom 15.09.2005 - I ZB 25/03 - Kein europäischer Schutz betriebsbezogener Herkunftsangaben (Königsberger Marzipan)
LMK 2006, 164615

Jüngst, Oliver Jan/Schork, Micaela
Der Anspruch auf rechtliches Gehör im Gemeinschaftsmarkenrecht
Mitt. 2006, 109 (Heft 3)

Kazemi, Robert
Der durch eine Nichtangriffsabrede gebundene Dritte als Zeuge im Löschungsverfahren vor den ordentlichen Gerichten
GRUR 2006, 210 (Heft 3)

Lange, Paul
Die Medion-Entscheidung des EuGH - Analyse und Folgerungen
WRP 2006, 311 (Heft 3)

Laredo, Guido
Der Sonderschutz der berühmten Marke
sic! 2006, 71 (Heft 2)

Leitzen, Mario
Innergemeinschaftlicher Transit, Markenverletzung und Produktpiraterie - Zugleich Anmerkung zu BGH "Diesel" und EuGH "Class International/Colgate-Palmolive"
GRUR 2006, 89 (Heft 2)

Lewinski, Silke von
Trademark Decisions in Armenia
IIC 2006, 179 (Heft 2)

Lichti, Heiner
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 22.09.2005 - I ZR 188/02 - Abweichung der Eintragung einer Marke von der angemeldeten Darstellung; kennzeichenmäßiger Gebrauch einer farblichen Gestaltung (Dentale Abformmasse)
Mitt. 2006, 33 (Heft 1)

Lins, Edgar
Aktuelles aus dem Markenrecht
Mitt. 2006, 13 (Heft 1)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 27.09.2005 - Rs. T-123/04 - Eintragungsfähigkeit von „Cargo-Partner" für Dienstleistungen im Bereich des Transportwesens (CARGO)
MarkenR 2006, 52 (Heft 1)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 05.10.2005 - Rs. T-423/04 – Erfordernis der Gesamtwürdigung sämtlicher Umstände bei der Untersuchung der Ähnlichkeit kollidierender Zeichen (BK Rods/B.K.R.)
MarkenR 2006, 53 (Heft 1)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 25.10.2005 - Rs. T-379/03 - Eintragungsfähigkeit der Marke „Cloppenburg" für „Dienstleistungen des Einzelhandels" (Cloppenburg)
MarkenR 2006, 54 (Heft 1)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 09.11.2005 - Rs. T-275/03 – Zur Zulässigkeit der Vorlage einer Übersetzung der Eintragungsurkunde im Beschwerdeverfahren (Focus)
MarkenR 2006, 52 (Heft 1)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu OLG München, Urt. v. 17.11.2005 - 29 U 1927/05 - Verwechslungsgefahr zwischen eingetragener Wortmarke „EDUCA" und „EDUCA MEMORY" (EDUCA)
MarkenR 2006, 92 (Heft 2)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 17.11.2005 - Rs. T-154/03 – Verwechslungsgefahr zwischen Arzneimittelmarken „ARLEX" und „ARTEX" (ALREX/ARTEX)
MarkenR 2006, 93 (Heft 2)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 20.11.2005 - Rs. T-3/04 – Maßgeblichkeit des Gesamteindrucks einer zusammengesetzten Marke für die Frage der Verwechslungsgefahr (KINJI/KINNIE)
MarkenR 2006, 94 (Heft 2)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 23.11.2005 - Rs. T-396/04 – Zur Frage der Verwechslungsgefahr zwischen den Zeichen „NICKY" und „NOKY" (NICKY /
MarkenR 2006, 94 (Heft 2)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 30.11.2005 - Rs. T-12/04 – Zur Eintragungsfähigkeit der Almdudler-Flasche als Formmarke (Almdudler)
MarkenR 2006, 95 (Heft 2)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu OLG Naumburg, Urt. v. 19.08.2005 - 10 U 9/05 - Die Neue Post
MarkenR 2006, 137 (Heft 3)

Loschelder, Michael
Anmerkung zu OLG Koblenz, Urt. v. 17.11.2005 - 6 U 407/05 - Bösgläubigkeit des Anmelders
MarkenR 2006, 138 (Heft 3)

Omsels, Hermann-Josef
Versuch einer Neuorientierung des Schutzes der geografischen Herkunftsangaben im deutschen Recht
WRP 2006, 434 (Heft 4)

Pahlow, Louis
Das Recht an der Marke als Benutzungsrecht des Markeninhabers
MarkenR 2006, 97 (Heft 3)

Rüetschi, David/Stauber, Damian
Eintragung und Schutz abstrakter Farbmarken
sic! 2006, 3 (Heft 1)

Schaeffer, Michael
Handel - eine markenschutzfähige Dienstleistung?
Mitt. 2006, 57 (Heft 2)

Scheuch, Silke
Anmerkung zu BGH, Beschluss vom 22.09.2005 - I ZB 40/03 - Keine Verwechslungsgefahr zwischen Wort-/Bildmarke „coccodrillo" und dem LACOSTE-Krokodil („coccodrillo")
jurisPR-BGHZivilR 12/2006 Anm. 3

Schricker, Gerhard
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 07.04.2005 - I ZR 221/02 - Schadensersatzhaftung des Betriebsinhabers für Beauftragte – Tochtergesellschaft als Beauftragte der Muttergesellschaft – Meißner Dekor II
LMK 2006, 172503

Tilmann, Winfried
Anmerkung zu EuGH, U. v. 06.10.2005 - Rs. C-120/04 - Unvereinbarkeit der "Prägetheorie" mit Art. 5 Abs. 1 lit. b Marken-Richtlinie (Medion ./. Thomson multimedia Sales)
GRURInt 2006, 39 (Heft 1)

IV. Wettbewerbsrecht

Dittmer, Stefan
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 09.06.2005 - I ZR 279/02 - Irreführung durch Hinweis auf kostenpflichtige und nur allgemeine telefonische Gewinnauskunft ("Telefonische Gewinnauskunft")
EWiR 2006, 157 (Heft 5); EWiR § 3 UWG 1/2006, 157

Dornis, Tim W./Förster, Achim
Die Unterwerfung: Rechtsnatur und Rechtsnachfolge
GRUR 2006, 195 (Heft 3)

Engels, Stefan
Europäische Liberalisierung des Direktmarketings gegenüber Verbrauchern
K&R 2006, 59 (Heft 2)

Frenz, Walter
Wettbewerbsrechtliche Implikationen verschärfter Entsorgungsstandards
WRP 2006, 340 (Heft 3)

Gloy, Wolfgang
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 22.09.2005 - I ZR 55/02 - Keine unterlautere Werbung mit Artenschutz-Engagement ("Artenschutz")
EWiR 2006, 59 (Heft 2); EWiR § 4 UWG 1/2006, 59 (Gloy)

Hauck, Ronny
Dabeisein ist alles … - Der Rechtsschutz privater Unternehmen gegen die Teilnahme der öffentlichen Hand am Wettbewerb
WRP 2006, 323 (Heft 3)

Hecker, Manfred/Ruttig, Markus
Zur Unlauterkeit der Veranstaltung von Sportwetten ohne Erlaubnis einer deutschen Behörde
WRP 2006, 307 (Heft 3)

Köhler, Helmut
Rechtsprechungsbericht zum Recht des unlauteren Wettbewerbs, Teil 2
GRUR-RR 2006, 33 (Heft 2)

Köhler, Helmut
Rechtsprechungsbericht zum Recht des unlauteren Wettbewerbs, Teil 3
GRUR-RR 2006, 73 (Heft 3)

Kügele, Stephan
Wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Kopplungsangeboten
GRUR 2006, 105 (Heft 2)

Müller-Thele, Stefan/Schlegel, Uwe
Neue Wege für anwaltliche Werbung. Aktuelle Rechtsprechung im Überblick
MDR 2006, 65 (Heft 2)

Nassall, Wendt
Lauterkeit und Sittlichkeit. Zivilrechtliche Konsequenzen unlauterer Wettbewerbshandlungen? - Anmerkung zu BGH, Urt. v. 29.06.2005 - VIII ZR 299/04
NJW 2006, 127 (Heft 3)

Ottofülling, Andreas
Außergerichtliches Konfliktmanagement nach § 15 UWG
WRP 2006, 410 (Heft 4)

Scherer, Inge
Marktverhaltensregeln im Interesse der Marktbeteiligten - Funktionsorientierte Ausrichtung des neuen Rechtsbruchtatbestandes in § 4 Nr. 11
WRP 2006, 401 (Heft 4)

Schlegel, Oliver
Anmerkung zu OLG Hamm, Urt. v. 10.02.2005 – 4 U 167/04 – Haftung für T-Caller-Aussagen bei Teleshopping-Sendungen
CR 2006, 109 (Heft 2)

Schricker, Gerhard
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 27.01.2005 - I ZR 146/02 - Mittelbare Mitgliedschaft in Verband zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs ("Sammelmitgliedschaft III")
EWiR 2006, 63 (Heft 2); EWiR § 8 UWG 1/2006, 63 (Schricker)

Steinbeck, Anja
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 22.09.2005 - I ZR 28/03 - Zulässige wertvolle Zugabe ohne Wertangabe (Zeitschrift mit Sonnenbrille)
GRUR 2006, 163 (Heft 2)

Stieper, Malte
Das Verhältnis von Immaterialgüterrechtsschutz und Nachahmungsschutz nach neuem UWG
WRP 2006, 291 (Heft 3)

Storr, Stefan
Anmerkung zu OLG Köln, U. v. 15.07.2005 - 6 U 17/05 - Keine Befreiung eines Versicherers vom Vergaberecht bei In-House-Geschäft im Fall von in privater Hand befindlichen Mitgliedern
EWiR 2006, 61 (Heft 2); EWiR § 4 UWG 2/2006, 61 (Storr)

Vasella, David
Zur Fallgruppe der Behinderung und beschreibenden Domainnamen: Der „tax-info"-Entscheid des Zivilgerichts Basel-Stadt
sic! 2006, 143 (Heft 2)

Wehlau, Andreas
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 22.09.2005 - I ZR 28/03 - Zulässige Zugaben beim Vertrieb von Presseerzeugnissen („Zeitschrift mit Sonnenbrille")
BGHR 2006, 109 (Heft 2)

V. KARTELLRECHT

Achenbach, Hans/Wegner, Carsten
Probleme der "reinen Ahndungsgeldbuße" im Kartellrecht (§ 81 Abs. 5 GWB)
ZWeR 2006, 49 (Heft 1)

Bacchiega, Alberto/Dionnet, Stéphane/Todino, Mario
Johnson & Johnson/Guidant: potential competition and unilateral effects in innovative markets
Competition Policy Newsletter 2005, 87 (Heft 3)

Barlingen, Bertus van/Barennes, Marc
The European Commission's 2002 Leniency Notice in practice
Competition Policy Newsletter 2005, 6 (Heft 3)

Breit, Ingrid
The „Pre-insulated pipes" judgment: the European Court of Justice confirms the legality of the Commission's Guidelines on fines
Competition Policy Newsletter 2005, 78 (Heft 3)

Buntscheck, Martin/Lutz, Gleiss
Der Anspruch auf Anschluss an die Energieversorgungsnetze nach § 17 EnWG
WuW 2006, 30 (Heft 1)

Conde Gallego, Beatriz
Die Anwendung des kartellrechtlichen Missbrauchsverbots auf "unerlässliche" Immaterialgüterrechte im Lichte der IMS Health- und Standard-Spundfass-Urteile
GRURInt 2006, 16 (Heft 1)

Crocioni, Pietro
Can State Aid Policy Become more Economic Friendly?
World Competition 2006, 89 (Heft 1)

Dallmann, Michael
Englische Klauseln nach der 7. GWB-Novelle
WRP 2006, 347 (Heft 3)

Deisenhofer, Thomas
Towards a proportionality test in he field of the liberal professions? - The pending reference for a preliminary ruling in Case C-202/04 Macrino and Capodarte raises the issue of the compatibility with Articles 10 nd 81 C of State regulation drafted by private actors
Competition Policy Newsletter 2005, 25 (Heft 3)

Deselaers, Wolfgang
Uferlose Geldbußen bei Kartellverstößen nach der neuen 10% Umsatzregel des § 81 Abs. 4 GWB?
WuW 2006, 118 (Heft 2)

Durand, Benoît/Rabassa, Valérie
The role of quantitative analysis to delineate antitrust markets: An example. Blackstone/Acetex
Competition Policy Newsletter 2005, 118 (Heft 3)

Eilmansberger, Thomas
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 15.09.2005 - Rs. T-325/01 - Neues zum Handelsvertreterprivileg: Das DaimlerChrysler-Urteil des EuG
ZWeR 2006, 65 (Heft 1)

Ensthaler, Jürgen/Gesmann-Nuissl, Dagmar
Die rechtliche Stellung des Handelsvertreters innerhalb der Kfz-Vertriebssysteme - Zugleich Anmerkung zu EuG, Urt. v. 15.09.2005 - Rs. T-325/01
EuZW 2006, 167 (Heft 6)

Fagerlund, Niklas/Rasmussen, Søren Bo
AstraZeneca: the first abuse case in the pharmaceutical sector
Competition Policy Newsletter 2005, 54 (Heft 3)

Faure, Michael/Van den Bergh, Roger
Insurance of Loss to Property caused by Natural Disasters: Competition or Solidarity?
World Competition 2006, 25 (Heft 1)

Gasparon, Philipp/Višnar, Blaž
Coca-Cola: Europe-wide remedies in fizzy trinks
Competition Policy Newsletter 2005, 60 (Heft 3)

Greenaway, Sean
Competition between stock exchanges: findings from DG Competition 's investigation into trading in Dutch equities
Competition Policy Newsletter 2005, 69 (Heft 3)

Grewe, Dirk
Action gainst Deutsche Telekom supports the development of competition in German broadband markets
Competition Policy Newsletter 2005, 57 (Heft 3)

Gruber, Peter
Das Wichtigste vom neuen österreichischen Kartellrecht
EuZW 2006, 15 (Heft 1)

Haastern, Augustijn van/Georgiev, George Stephanov
Commission launches inquiries into the energy and financial service sectors
Competition Policy Newsletter 2005, 51 (Heft 3)

Haus, Florian C./Jansen, Guido
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 28.06.2005 - KVR 17/04 - Zum Preismissbrauch marktbeherrschender Unternehmen nach dem Urteil des Bundesgerichtshofs im Fall Stadtwerke Mainz
ZWeR 2006, 80 (Heft 1)

Hetzel, Philipp
Die Vielzahl kartellrechtlicher Kronzeugenregelungen als Hindernis für die Effektivität der europäischen Kartellbekämpfung
Europarecht 2005, 735 (Heft 6)

Hofmann, Christian
Wettbewerb bei VISA und MasterCard: Kartellrechtliche Beurteilung der Vereinheitlichung in den Kreditkarten-Systemen
WuW 2006, 17 (Heft 1)

Jenny, Frédéric
Cartels and Collusion in Developing Countries: Lessons from Empirical Evidence
World Competition 2006, 109 (Heft 1)

Kahlenberg, Harald/Hempel, Rolf
Identifizierende Pressemitteilungen des Bundeskartellamts bei der Einleitung von Untersagungsverfahren
WuW 2006, 127 (Heft 2)

Klees, Andreas
Anmerkung zu EuG, Urt. v. 14.12.2005 - Rs. T-209/01, 210/01 - Kein Fusionswert alleine wegen vergangener Verhaltensweisen ("GE/Honeywell")
EWiR 2006, 51 (Heft 2); EWiR Art. 82 EG 1/2006, 51 (Klees)

Kloc-Evison, Kamila/Larsson Haug, Helena/Siebert, Stefan
Procter & Gamble/Gillette: the role of economic analysis in Phase I cases
Competition Policy Newsletter 2005, 43 (Heft 3)

Koenig, Christian/Neumann, Andreas/Schellberg, Margret
Neue Spielregeln für den Zugang zur Eisenbahninfrastruktur als Voraussetzung für chancengleichen Wettbewerb auf der Schiene
WuW 2006, 139 (Heft 2)

Kokkoris, Ioannis
Buyer Power Assessment in Competition Law: A Boon or a Menace?
World Competition 2006, 139 (Heft 1)

Kopke, Alexander
Merger Remedies Study
Competition Policy Newsletter 2005, 3 (Heft 3)

Kreutzmann, Alix
Neues Kartellrecht und geistiges Eigentum
WRP 2006, 453 (Heft 4)

Lindström-Rossi/de Waele, Sandra/Vaigauskaite, Dovile
Application of EC antitrust rules in the sport sector: an update
Competition Policy Newsletter 2005, 72 (Heft 3)

Lissel, Patrick M.
Kartellgesetz 2005 und Wettbewerbsgesetznovelle in Österreich
RIW 2006, 128 (Heft 2)

Loughran, Mary/Gatti, John
Merger Control: Main Developments between 1 May and 31 August 2005
Competition Policy Newsletter 2005, 81 (Heft 3)

Madiéga, Tambiama
'Innovation and Market Definition under the EU Regulatory Framework for Electronic Communications
World Competition 2006, 55 (Heft 1)

Müller-Stoy, Walter
Alternativer und kumulativer Primärrechtsschutz bei der Vergabe öffentlicher Aufträge - eine Bestandsaufnahme
WRP 2006, 330 (Heft 3)

Nolte, Steffen
Renaissance des Handelsvertretervertriebs? - Die europäische Rechtsprechung und die Leitlinien der Kommission
WuW 2006, 252 (Heft 3)

Ryan, Stephen A.
The revised system of case referral under the Merger Regulation: experiences to date
Competition Policy Newsletter 2005, 38 (Heft 3)

Säcker, Franz Jürgen
Zur Ablehnung des Zusammenschlussvorhabens Axel Springer AG/ProSiebenSat.1 Media AG durch KEK und Bundeskartellamt
K&R 2006, 49 (Heft 2)

Sester, Peter/Crdenas, Jos Luis
Vereinbarungen zur kartellrechtlichen Konvergenz in internationalen Abkommen zur Liberalisierung des Handels - Am Beispiel des Assoziationsabkommens zwischen der EU und Chile
RIW 2006, 179 (Heft 3)

Schmidtchen, Dieter
Der "more economic approach" in der Wettbewerbspolitik
WuW 2006, 6 (Heft 1)

Sewczyk, Irene
Identifizierte Pressemitteilungen bei der Einleitung von Untersagungsverfahren - Antwort auf Kahlenberg, Hempel in WuW 2006, S. 127 ff.
WuW 2006, 244 (Heft 3)

Soltész, Ulrich/Marquier, Julia
Hält "doppelt bestraft" wirklich besser? Der ne bis in indem-Grundsatz im Europäischen Netzwerk der Kartellbehörden
EuZW 2006, 102 (Heft 4)

Soltész, Ulrich/Marquier, Julia/ Wendenburg, Felix
Zugang zu Kartellrechtsakten für jedermann? Das EuG-Urteil Österreichische Banken - Zugleich Anmerkung zu EuG, Urt. v. 13.04.2005 - Rs. T-2/03
EWS 2006, 102 (Heft 3)

Strauß, Ingo
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 08.11.2005 - KZR 37/03 - Kein Anspruch auf unentgeltliche Hörfunkberichterstattung über Bundesliga-Fußballspiele (Hörfunkrechte)
ZUM 2006, 141 (Heft 2)

Szoboszlai, Judit
Delegation of State Regulatory Powers to Private Parties - Towards an Active Supervision Test
World Competition 2006, 73 (Heft 1)

Topel, Julia
Das Verhältnis zwischen Regulierungsrecht und allgemeinem Wettbewerbsrecht nach dem europäischen Rechtsrahmen in der Telekommunikation und dem TKG
ZWeR 2006, 27 (Heft 1)

Vollmer, Christof
Der Zugriff auf elektronisch gespeicherte Daten im Kartellordnungswidrigkeitenverfahren
WuW 2006, 235 (Heft 3)

Wagner-von Papp, Florian
Anmerkung zu BGH, Beschluss vom 28.06.2005 - KRB 2/05 - Verneinung des Mehrerlöses durch (Quoten)Kartell nur in besonderen Ausnahmefällen ("Berliner Transportbeton")
EWiR 2006, 171 (Heft 6); EWiR § 81 GWB 1/06, 171

Wils, Wouter P. J.
Powers of Investigation and Procedural Rights and Guarantees in EU Antitrust Enforcement: The Interplay between European and National Legislation and Case-law
World Competition 2006, 3 (Heft 1)

Wirtz, Markus M./Möller, Silke
Das Diskussionspapier der Kommission zur Anwendung von Art. 82 EG auf Behinderungsmissbräuche
WuW 2006, 226 (Heft 3)

Zaera Cuadrado, Elisa
Italian cross-border banking mergers: A case for Article 21 of the Merger Regulation?
Competition Policy Newsletter 2005, 95 (Heft 3)

VI. Sonstiges

Andreangeli, Arianna
The Protection of Legal Professional Privilege in EU Law and the Impact of the Rules on the Exchange of Information within the European Competition Network on the Secrecy of Communications between Lawyer and Client: one step forward, two steps back?
Competition Law Review 2005, 31 (Heft 2)

Ashton, David/Vollrath, Christian
Choice of court and applicable law in tortious actions for breach of Community competition law
ZweR 2006, 1 (Heft 1)

Bornemann, Roland
Die Bedeutung der "starken Stellung" in der Medienkonzentrationskontrolle
ZUM 2006, 200 (Heft 3)

Chiu, Iris H-Yu/Shen, Will W.
A sui generis intellectual prperty right for layout designs on printed circuit boards? An analysis of current intellectual property laws and proposals for reform
European International Property Review 2006, 38 (Heft 1)

Ebert, Ina
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 06.12.2005 - VI ZR 265/04 - Berichterstattung über Verstorbene als Grundlage von Geldentschädigungsansprüchen Angehöriger
jurisPR-BGHZivilR 13/2006 Anm. 2

Emde, Raimond
Zulässigkeit einer an Mindestpreisklauseln gebundenen Mindestlizenzgebühr
MDR 2006, 301 (Heft 6)

Emde, Raimond
Der Ausgleichsanspruch des Lizenznehmers analog § 89b HGB
WRP 2006, 449 (Heft 4)

Flechsig, Norbert P./Karg, Tanja C.
Inhalt und Umfang der Nachbesserungsmöglichkeiten im Gegendarstellungsrecht. Zur Zulässigkeit der Neufassung einer Gegendarstellung nach gerichtlicher Abweichung im Lichte der Unverzüglichkeit der Anspruchserhebung
ZUM 2006, 177 (Heft 3)

Götting, Horst-Peter
Anmerkung zu BGH, Urteil vom 06.12.2005 - VI ZR 265/04 - Keine Geldentschädigung bei Verletzung des postmortalen Persönlichkeitsrechts
LMK 2006, 172015

Gounalakis, Georgios/Wege, Christoph
Product Placement und Schleichwerbungsverbot - Widersprüche im neuen Fernsehrichtlinien-Entwurf
K&R 2006, 97 (Heft 3)

Grotheer, Marc
Der eigentumsrechtliche Unterlassungsanspruch nach § 1004 BGB als Schutz vor Konkurrenten - am Beispiel der Rechtsprechung zur Fremdbefüllung von Flüssiggastanks
GRUR 2006, 110 (Heft 2)

Günther, Philipp H.
Die Schubladenverfügung - Stolperfalle Dringlichkeit?
WRP 2006, 407 (Heft 4)

Helth, Ulrich
Persönlichkeitsschutz in Australien. Entwicklung eines eigenständigen Right of Privacy?
GRURInt 2006, 99 (Heft 2)

Hofmann, Herwig C. H.
Negotiated and non-negotiated administrative rule-making: The example of EC competition policy
Common Market Law Review 2006,153 (Heft 1)

Just, Christoph
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 06.10.2005 - I ZB 37/05 - Keine Pflicht des zu Unrecht abgemahnten Wettbewerbers zu Gegenabmahnung vor Klageerhebung ("Unberechtigte Abmahnung")
EWiR 2006, 159 (Heft 5); EWiR § 269 ZPO 1/2006, 159

Krämer, Michael
Übersicht über das Immaterialgüterrecht der Vereinigten Arabischen Emirate
GRURInt 2006, 108 (Heft 2)

Lenoir, Noelle
Biotechnology, Bioethics and Law: Europe's 21st Century Challenge
The Modern Law Review 2006, 1 (Heft 1)

Luginbühl, Stefan/Wollgast, Heike
Das neue Haager Übereinkommen über Gerichtsstandsvereinbarungen: Aussichten für das geistige Eigentum
GRURInt 2006, 208 (Heft 3)

Lubitz, Markus
Entwicklung des E-Commerce im Jahre 2005
K&R 2006, 55 (Heft 2)

Meyer, Sebastian
0800-TAXIRUF - Vanity-Nummern in Deutschland. Bedeutung und Konfliktpotenzial
K&R 2006, 116 (Heft 3)

Möller, Mirko
Die vorgesehenen Änderungen des Heilmittelwerberechts durch das Gesetz zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit in der Arzneimittelversorgung - Verschärfung oder Abschaffung eines Verbots?
WRP 2006, 428 (Heft 4)

Nazzini, Renato
Some Reflections on the Dynamics of the Due Process Discourse in EC Competition Law
Competition Law Review 2005, 5 (Heft 2)

Nordlander, Kristina
The Commission's Policy on Recidivism: legal certainty for repeat offenders?
Competition Law Review 2005, 55 (Heft 2)

Obergfell, Eva Inés
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 21.06.2005 - VI ZR 122/04 - Kunstfreiheit und allgemeines Persönlichkeitsrecht ("Esra")
JZ 2006, 196 (Heft 4)

Peifer, Karl-Nikolaus
Das Territorialitätsprinzip im Europäischen Gemeinschaftsrecht vor dem Hintergrund der technischen Entwicklungen
ZUM 2006, 1 (Heft 1)

Plath, Kai-Uwe/Scherenberg, Oliver
Anmerkung zu BGH, Urt. v. 17.11.2005 - IX ZR 162/04 - Insolvenzfestigkeit des Erwerbs von Nutzungsrechten an Software
CR 2006, 153 (Heft 3)

Riesenhuber, Karl
Die gerichtliche Kontrolle von Verteilungsregeln der Verwertungsgesellschaften
GRUR 2006, 201 (Heft 3)

Schmittmann, Jens M.
Die Domain des Notars
K&R 2006, 67 (Heft 2)

Seichter, Dirk
Die Umsetzung der Richtlinie zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums
WRP 2006, 391 (Heft 4)

Starck, Christian
Das Caroline-Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte und seine rechtlichen Konsequenzen - Zugleich Anmerkung zu EGMR, Urt. v. 24.06.2004 - Nr. 59320/00
JZ 2006, 76 (Heft 2)

Stender-Vorwachs, Jutta/Theißen, Natalia
Das Persönlichkeitsrecht der Frau in den Medien
NJW 2006, 549 (Heft 9)

Stjerna, Ingve Björn
Wahl und Wechsel der Schadensberechnungsmethode im Immaterialgüterrecht
MarkenR 2006, 104 (Heft 3)

Stuyck, Jules/Terryn, Evelyne/van Dyck, Tom
Confidence through fairness? The new Directive on unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market
Common Market Law Review 2006, 107 (Heft 1)

Treacy, Pat/Wray, Anna
IP crimes: the prospect for EU-wide criminal sanctions - a long road ahead?
European International Property Review 2006, 1 (Heft 1)

Trebes, Anja
Der zivilrechtliche Schutz der Persönlichkeit vor Presseveröffentlichungen im französischen Recht
GRURInt 2006, 91 (Heft 2)

Völzmann-Stickelbrock, Barbara
Die Internet-Domain in Zwangsvollstreckung und Insolvenz - Zugleich Anmerkung zu BGH, Beschl. v. 05.07.2005 - VII ZB 5/05
MarkenR 2006, 2 (Heft 1)

Wanckel, Endress
Der Schutz der Persönlichkeit bei künstlerischen Werken - Anmerkung zu BGH, Urt. v. 21.06.2005 - VI ZR 122/04
NJW 2006, 578 (Heft 9)

VII. Ausgewertete Zeitschriften

In Klammern werden die jeweils ausgewerteten Zeitschriften aufgezeigt

AfP Archiv für Presserecht (Heft 01)
BB Betriebs-Berater (Heft 04 bis 14/2006)
BGHR BGHReport (Heft 01 bis 07/2006)
Common Market Law Review – *Kluwer Law International* (Heft 01/2006)
Competition Law Review (Heft 02/05)
Competition Policy Newsletter (Heft 03/05)
CR Computer und Recht (Heft 01 bis 03/2006)
CRi Computer law review international (Heft 01/2006)
DB Der Betrieb (Heft 03 bis 13/2006)
Europarecht (Heft 06/2005)
European Law Journal (-)
EuZW Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht (Heft 01 bis 06/2006)
EWiR Entscheidungen zum Wirtschaftsrecht – Kurzkommentare (Heft 02 bis 06/2006)
EWS Europäisches Wirtschafts- und Steuerrecht (Heft 01 bis 03/2006)
GPR Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht (Heft 01/2006)
GRUR Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (Heft 02 und 03/2006)
GRURInt Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht Internationaler Teil (Heft 02 und 03/2006)
GRUR-RR Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht Rechtsprechungs-Report (Heft 02 und 03/2006)
IIC International Review of Industrial Property and Copyright Law (Heft 01 und 02/2006)
JZ Juristenzeitung (Heft 02/2006 bis 06/2006)
jurisPR-BGHZivilR Juris-Praxisreport BGH Zivilrecht (Ausgabe 03/2006 bis 13/2006)
K&R Kommunikation und Recht (Heft 02/2006 und 03/2006)
KUR Kunstrecht und Urheberrecht (Heft 05 und 06/2005)
The Law Quarterly Review (-)
LMK Kommentierte BGH-Rechtsprechung Lindenmaier-Möhring (bis LMK 2006, 173940)
MarkenR Zeitschrift für deutsches, europäisches und internationales Markenrecht (Heft 01 bis 03/2006)
MDR Monatsschrift für Deutsches Recht (Heft 02/2006 bis 07/2006)
Mitt. Mitteilungen der deutschen Patentanwälte (Heft 01 und 03/2006)
MMR Multimedia und Recht (Heft 02 und 03/2006)
The Modern Law Review (Heft 01 und 02/2006)
NJW Neue Juristische Wochenschrift (Heft 03 bis 14/2006)
ÖBl Österreichische Blätter für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht (-)
ÖJZ Österreichische Juristen-Zeitung (Heft 01 bis 06/2006)
RIW Recht der internationalen Wirtschaft (Heft 02 und 03/2006)
sic! Zeitschrift für Immaterialgüter-, Informations- und Wettbewerbsrecht (Heft 01 und 02/2006)
UFITA Archiv für Urheber- und Medienrecht (Heft 03/2005)
WM Wertpapiermitteilung (Heft 03 bis 13/2006)
World Competition – *Kluwer Law International* (Heft 01/2006)
WRP Wettbewerb in Recht und Praxis (Heft 03 und 04/2006)
WuB Entscheidungssammlung zum Wirtschafts- und Bankrecht (Heft 02 und 03/2006)

WuW Wirtschaft und Wettbewerb (Heft 01 bis 03/2005)
ZEuS Zeitschrift für Europarechtliche Studien (-)
ZHR Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht und Wirtschaftsrecht (-)
ZIP Zeitschrift für Wirtschaftsrecht (Heft 03 bis 13/2006)
ZLR Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht (-)
ZWeR Zeitschrift für Wettbewerbsrecht (Heft 01/2006)
ZUM Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (Heft 01 und 02/2006)

C. Kurze Beiträge

Verwechslungsgefahr bei zusammengesetzten Zeichen - Medion

Beitrag von *Paul T. Schrader*

Anmerkung zu EuGH, Urteil vom 6.10.2005 - Rechtssache C-120/04 (Medion AG ./. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH, Medion ./. Thomson multimedia Sales [Thomson Life])
(abgedruckt in GRUR Int. 2006, 37)

I. Entscheidungskontext

Die Entscheidung des EuGH betrifft die Frage, wann Verwechslungsgefahr zwischen einer Unternehmensbezeichnung und einem zusammengesetzten Zeichen gegeben ist, wenn in dem zusammengesetzten Zeichen die ältere Unternehmensbezeichnung als Bestandteil enthalten ist. Es war zu entscheiden, ob zwischen LIFE und „THOMSON LIFE" Verwechslungsgefahr im Sinne des Art. 5 I lit. b MarkenRRL besteht. Die Waren und Dienstleistungen sind identisch, die Entscheidung bezieht sich auf Wortmarken.

Die Problemlage kann vereinfacht wie folgt dargestellt werden:[1] A ist die ältere Marke. AB oder BA sind prioritätsjüngeren Zeichen. Die Frage ist, ob die nachfolgenden Konstellationen im Verwechslungsbereich liegen: AB/A oder BA/A sowie A/AB oder A/BA.

II. Streitfrage

Es bestehen unterschiedliche Ansichten bei der Beurteilung von Verwechslungsgefahr in der oben skizzierten Konstellation.

1. Gesamteindruck und Prägetheorie

Der BGH wendet derzeit bei der Bestimmung der Verwechslungsgefahr die sog. „Prägetheorie" an. Danach wird der hervorgerufene Gesamteindruck der beiden Zeichen zugrunde gelegt. Verwechslungsgefahr liege hiernach nur vor, wenn die übereinstimmenden Bestandteile in dem zusammengesetzten Zeichen dieses derart prägen, dass die anderen Bestandteile für den Gesamteindruck weitgehend in den Hintergrund treten. Es reiche nicht aus, wenn der übereinstimmende Bestandteil den Gesamteindruck des Zeichens lediglich mitbestimme. Auch wirke es sich nicht aus, ob die übernommene Marke im zusammengesetzten Zeichen eine selbständig kennzeichnende Stellung behält.

2. Selbständig kennzeichnende Stellung

Ein Teil der Literatur[2] stellt hingegen bei der Bestimmung von Verwechslungsgefahr darauf ab, ob der übereinstimmende Teil in dem streitigen Zeichen eine selbständig kennzeichnende Stellung hat. In dem zusammengesetzten Zeichen dürfe demnach der übernommene Bestandteil nicht derart in den Hintergrund getreten sein, dass er seine Eignung verloren habe, die Erinnerung an die eingetragene Marke wachzurufen. Dies entspricht der früheren Rechtsprechung des BGH.

3. Vorlagefrage

Das LG Düsseldorf hatte die Frage zu beantworten, ob zwischen LIFE und „THOMSON LIFE" Verwechslungsgefahr im Sinne des Art. 5 I lit. b MarkenRRL besteht. Da sich der Streits auf die Auslegung einer Richtlinie bezog, legte das Gericht die Frage dem EuGH vor. Die Vorlagefrage lautete:[3]
„Ist Art. 5 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie dahin auszulegen, dass für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen - bei Identität der Waren oder Dienstleistungen sich gegenüberstehender Zeichen - auch dann besteht, wenn eine ältere - normal kennzeichnungskräftige - Wortmarke in der Weise in das jüngere zusammengesetzte Wortzeichen eines Dritten oder sein durch Wortelemente bestimmtes Wort-/Bildzeichen übernommen wird, dass der älteren Marke die Unternehmensbezeichnung des Dritten vorangestellt wird und die ältere Marke zwar nicht den Gesamteindruck des zusammengesetzten Zeichens allein prägt, dass sie in dem zusammengesetzten Zeichen aber eine selbständig kennzeichnende Stellung behält?"

III. Entscheidung des EuGH

Der EuGH stellt bei der Prüfung des Vorliegens von Verwechslungsgefahr darauf ab,

[1] Beispiel entnommen aus: Urteilsanmerkung *Tilmann* GRUR 2006, 39.

[2] Zur Kritik an der Prägetheorie vgl. *Ingerl/Rohnke* MarkenR, 2. Aufl. 2003, § 14 Rn. 708 ff.
[3] EuGH GRUR 2006, 37 Tz. 17.
[4] Bezugnehmend auf EuGH GRUR Int. 2004, 843, 845 (Rn. 32) – Matratzen Concord/HABM.
[5] Vgl. *Ingerl/Rohnke* MarkenG § 14 Rn. 708 ff.
[6] *Keller/Glinke* WRP 2006, 21 27 f.

dass es bei einer komplexen Marke nicht auf einzelne Bestandteile ankomme. Vielmehr seien die fraglichen Marken als Ganzes miteinander zu vergleichen. Dabei kann es vorkommen, dass dieser Gesamteindruck von einzelnen Bestandteilen geprägt wird, so dass diese im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise blieben.[4] Werden zusammengesetzten Zeichen derart zusammengefügt, dass dabei eine ältere Marke in das neue Zeichen aufgenommen wird, so sei die Beantwortung der Frage der Verwechslungsgefahr nicht davon abhängig, ob der streitige Bestandteil des zusammengesetzten Zeichens eine dominierende Stellung hat. Ausreichend sei vielmehr, dass der Bestandteil eine selbständig kennzeichnende Stellung in dem neuen Zeichen hat.

Zur Begründung führt der EuGH Folgendes aus. Zunächst bestehe bei einer Zusammensetzung der Zeichen unter Aufnahme eines älteren Zeichens die Gefahr, dass dem Publikum glaubend gemacht werde, dass die Waren und Dienstleistungen von wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Der gewichtigere Einwand betrifft die gerechte Lösung der Verletzungssituation. Wird eine bekannte Marke mit einem weniger bekannten Zeichen kombiniert, so wird der Gesamteindruck der neuen Marke typischerweise von der bekannten Marke geprägt. Der Inhaber der weniger bekannten Marke würde bei Anwendung der o.g. Prägetheorie seines Ausschließlichkeitsrechts beraubt. Denn sonst könnte jeder Inhaber einer bekannten Marke die weniger bekannte Marke an seine Marke anfügen ohne hierbei im Verwechslungsbereich zu liegen. Ein gerechtes Ergebnis kann nur erzielt werden, wenn es nicht darauf ankommt, ob der Bestandteil (die ältere Marke) für den Gesamteindruck prägend ist, sondern nur, wenn es für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ausreicht, dass der Bestandteil eine selbständig kennzeichnende Stellung in dem neuen Zeichen hat.

Daher wurde die Vorlagefrage wie folgt beantwortet:
Art. 5 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie ist dahin auszulegen, dass bei identischen Waren oder Dienstleistungen eine Verwechslungsgefahr für das Publikum bestehen kann, wenn das streitige Zeichen durch die Aneinanderreihung der Unternehmensbezeichnung eines Dritten zum einen und einer normal kennzeichnungskräftigen eingetragenen Marke zum anderen gebildet wird und letztere in dem zusammengesetzten Zeichen, ohne allein seinen Gesamteindruck zu prägen, eine selbständig kennzeichnende Stellung behält.

IV. Reaktionen und Auswirkungen

Die Prägetheorie des BGH stand bereits in der Kritik. Hierbei wird die Ausgangsthese in Zweifel gezogen, dass der Verkehr die Marke in ihrer Gesamtheit wahrnehme. Der Durchschnittsverbraucher neige eher dazu, aus mehreren Bestandteilen bestehende Bezeichnungen der Bequemlichkeit und leichteren Fassbarkeit wegen von Anfang an gedanklich auf das Wesentliche, nämlich einem zur Identifizierung geeigneten Produktnamen zu verkürzen.[5] Die Entscheidung des EuGH geht einen ersten Schritt in diese Richtung. Der EuGH nimmt jedoch keine Änderung des Grundsatzes vor, zunächst die gegenüberstehenden Zeichen in ihrer Gesamtheit zu vergleichen. Lediglich die Außerachtlassung der nicht dominierenden Bestandteile eines Zeichens ist im Einzelfall zu unterlassen. Daher wird auch die sog. Prägetheorie in dieser Hinsicht angepasst werden müssen.

Der zu entscheidende Fall betraf nur das Verhältnis von sich gegenüberstehenden Wortmarken. Teilweise wird in der Literatur[6] darüber hinaus auch eine Auswirkung auf die Beurteilung von Verwechslungsgefahr von Wort-/ Bild- und Bildmarken angenommen. Da es nicht mehr darauf ankommt, ob ein Zeichenbestandteil die Marke prägt, sondern nur noch, ob der Bestandteil eine selbständig kennzeichnende Stellung in dem neuen Zeichen hat, sind hierdurch Veränderungen auch bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr von Wort-/ Bildmarken zu erwarten. Früher ging man von dem Grundsatz aus, dass der Gesamteindruck einer Wort-/ Bildmarke vor allem von dem Wortbestandteil geprägt wurde. Diese Feststellung hat für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr an Relevanz verloren. Kommt dem Bildbestandteil mehr als nur eine dekorative Funktion zu (also eine selbständig kennzeichnende Stellung in dem Zeichen), so kann unter Zugrundelegung der Grundsätze der vorliegenden Entscheidung auch dieser Bestandteil die Verwechslungsgefahr mit einem anderen Zeichen begründen.

DIE BAGATELLKLAUSEL IM UWG

Beitrag von *Carsten T. Johne*

Anmerkung zu OLG Jena, Urteil vom 02.11.2005 – 2 U 384/05 (Kaffeepreisauszeichnung); GRUR 2006, 246 = OLG-NL 2006, 7

Dem UWG kommt nicht die Aufgabe zu, jede nur denkbare unlautere Wettbewerbshandlung zu ahnden. Eine Wettbewerbshandlung ist gem. § 3 UWG nur dann unzulässig und begründet unter den weitergehenden Voraussetzungen der §§ 8 ff. UWG Ansprüche auf Unterlassung und Beseitigung, Schadensersatz bzw. Gewinnabschöpfung, wenn sie geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. Damit soll die Verfolgung von Bagatellfällen ausgeschlossen werden. Aufgrund der Verweisungstechnik im UWG und die dadurch bedingte Ausstrahlung der Unzulässigkeitsvoraussetzungen der Generalklausel auf die sonstigen näher spezifizierten Verbotstatbestände (§§ 4, 5 I, 6 II, 7 I UWG) muss die Bagatellklausel des § 3 UWG auch in diese hineingelesen werden.[1] Die Erheblichkeitsschwelle darf dabei aber nicht zu hoch angesetzt werden, da dies ansonsten quasi die Legalisierung eines unlauteren Wettbewerbs zur Folge hätte. In der Rechtsprechung zeichnet sich daher auch die Tendenz ab, grundsätzlich die wettbewerbliche Erheblichkeit von unlauteren Wettbewerbshandlungen zu bejahen.[2]

Das OLG Jena hatte zu entscheiden, inwieweit ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung (PAngV) wettbewerbsrechtlich erheblich ist. Die Beklagte war ein Einzelunternehmen der Media-Markt-Gruppe. Neben Elektronikartikeln wurden durch die Beklagte im Zusammenhang mit Kaffee- und Espressomaschinen auch abgepackter Kaffee in verschiedenen Größen angeboten. Bei der Preisauszeichnung des Kaffees fehlte jedoch die nach der PAngV erforderliche Angabe des Grundpreises. Die Beklagte wurde auf Unterlassung in Anspruch genommen. Dagegen wendete sie ein, dass der streitgegenständliche Wettbewerbsverstoß nicht erheblich i.S. von § 3 UWG sei. Das LG, wie auch das OLG, gaben dem Unterlassungsbegehren statt.

[1] Harte/Henning – *Schünemann*, § 3 UWG Rn. 257.
[2] *Köhler* GRUR-RR 2006, 1 (2).

Die Vorschriften der PAngV verfolgen den Zweck, durch die Verpflichtung zur sachlich zutreffenden und vollständigen Verbraucherinformation die Preiswahrheit und Preisklarheit zu gewährleisten, um durch optimale Preisvergleichsmöglichkeiten die Stellung der Verbraucher gegenüber Handel und Gewerbe zu stärken und den Wettbewerb zu fördern.[3] Es handelt sich insofern um Marktverhaltensregelungen (Beeinflussung des Marktverhaltens eben in Bezug auf die Preisangaben), denen ein entsprechender Wettbewerbsbezug beigemessen wird, so dass ein Verstoß gegen diese Regelungen unter die Fallgruppe des § 4 Nr. 11 UWG gefasst werden kann.[4] Aus der Erfüllung des Verbotstatbestandes allein kann aber noch nicht auf das Überschreiten der Bagatellschwelle und damit auf einen Anspruch auf Unterlassung der unlauteren Wettbewerbshandlung geschlossen werden, sondern die Erheblichkeit der Wettbewerbshandlung ist im Folgenden gesondert festzustellen.[5] Gerade bei geringfügigen Verstößen gegen die PAngV neigen die Gerichte dazu, einen Bagatellfall anzunehmen[6], womit eine Inanspruchnahme des Verletzers entfallen würde.

Die Feststellung einer nicht nur unerheblichen Wettbewerbsbeeinträchtigung verlangt eine Gesamtschau aller tatsächlichen Umstände des konkreten Wettbewerbssachverhalts, d.h. es sind alle objektiven und subjektiven Umstände in der Person des handelnden Wettbewerbers (z.B. Wettbewerbsstellung, Marktstärke, Art und Schwere des Verstoßes) sowie in der Person der betroffenen Marktteilnehmer (z.B. deren Schutzwürdigkeit) zu berücksichtigen.[7] Vorliegend hat die Beklagte bei dem von ihr angebotenen Kaffee nur den Gesamtpreis der Packung, nicht aber auch

[3] Harte/Henning – *v. Jagow*, § 4 Nr. 11 Rn. 109; BGH GRUR 2003, 971 (972) – Telefonischer Auskunftsdienst.
[4] Fezer – *Götting*, § 4-11 Rn. 91; Harte/Henning – *v. Jagow*, § 4 Nr. 11 Rn. 110; *Köhler* GRUR-RR 2006, 33 (39).
[5] Harte/Henning – *Schünemann*, § 3 Rn. 259; *Köhler* GRUR 2005, 1 (7).
[6] Vgl. BGH GRUR 1998, 955 – Flaschenpfand II; GRUR 2001, 258, 259 – Immobilienpreisangaben; OLG Stuttgart GRUR 2005, 608.
[7] Vgl. Begr. RegE-UWG zu § 3, BT-Dr 15/1487, S. 17; Fezer – *ders.*, § 3 Rn. 37 ff.
[8] OLG Jena OLG-NL 2006, 7 (8).
[9] OLG Jena a.a.O.
[10] Vgl. Ausführungen OLG Jena a.a.O.
[11] *Köhler* GRUR 2005, 1 (5).
[12] Begr. RegE-UWG zu § 3, BT-Dr 15/1487, S. 17.
[13] Der BGH hat zum Teil allerdings die Nachahmungsgefahr auch ohne erkennbare empirische Abstützung bejaht, vgl. Harte/Henning – *Schünemann*, § 3 Rn. 249 f. m.w.N.
[14] OLG Jena a.a.O.
[15] Vgl. auch Ausführungen OLG Jena a.a.O., S. 9.

den Grundpreis (gem. § 2 III PAngV der Preis für 1 Kilo – u.U. auch für 100 Gramm) angegeben. Das Gericht weist hier zunächst zu Recht darauf hin, dass es nicht darauf ankommen kann, ob mehrere Kaffeesorten oder lediglich eine angeboten wird (wozu im Einzelnen von der Beklagten auch nichts vorgetragen wurde), da sich die von der PAngV intendierten Möglichkeit des Preisvergleichs nicht nur auf das jeweilige Ladenlokal bezieht, sondern auch einen Vergleich zwischen verschiedenen Anbietern gewährleisten soll.[8] Der Verbraucher als relevanter Marktteilnehmer nach § 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 2 I Nr. 2 UWG soll mit der Angabe des Grundpreises einen Wert erhalten, mit dem er Produkte unabhängig ihrer Packungsgröße einfach miteinander vergleichen und so seine Kaufentscheidung treffen kann.

Andererseits wird der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige (und im hier relevanten Rahmen auch preisbewusste) Durchschnittsverbraucher mittels einfacher Rechenoperationen auch selbst den Grundpreis und damit den maßgeblichen Vergleichswert errechnen können, so dass es an der Erheblichkeit der Verletzung fehlen könnte. Müsste aber der Verbraucher beim Kauf alltäglicher Produkte, die oftmals in unterschiedlichen Packungsgrößen angeboten werden, stets entsprechende Umrechnungen vornehmen, würde dies einen normalen Einkauf, bei dem normalerweise verschiedenste Produkte erworben werden, erheblich erschweren und eher zu einem „Rechentest" werden lassen, womit die Markttransparenz letztendlich gefährdet wäre. Gerade das soll durch die PAngV aber verhindert werden.

Allerdings hat vorliegend die Beklagte lediglich den Kaffee fehlerhaft ausgepreist. Bezogen auf dieses eine Produkt könnte der Verbraucher durchaus selbst den Grundpreis ermitteln und einen Vergleich mit anderen Unternehmen schließen. Nicht zuletzt stellt der Verkauf von Kaffee bei der Beklagten nur ein unbedeutendes Marktsegment dar, so dass insgesamt die Erheblichkeitsschwelle nicht erreicht sein könnte. Das OLG wendet dagegen ein, dass aufgrund der Marktstärke der Beklagten die angesprochene und durch die Werbung angelockte Verbrauchergruppe regelmäßig sehr groß ist.[9] Vor allem aber weist das Gericht auf die nicht unerhebliche Nachahmungsgefahr hin, die ein Überschreiten der Bagatellgrenze begründe. Das Aufnehmen von sogenannten „Nebenprodukten" in das Sortiment ist auch für andere Unternehmen eine durchaus nicht unattraktive Geschäftsidee. Auch bei diesen Unternehmen bestünde dann angesichts der Tatsache, dass eine unrichtige Preisauszeichnung bei einzelnen Produkten (insb. „Nebenprodukten") geduldet würde, die Gefahr, dass diese Produkte nicht ordnungsgemäß ausgezeichnet würden, was letztendlich durch die Summierung dieser verschiedenen geringfügigen Verstöße zu einem Unterlaufen der durch die PAngV geschützten Verbraucherinteressen führen würde.[10] Für die Erheblichkeit des Wettbewerbsverstoßes stellt das OLG insofern nicht nur auf das Fehlverhalten der Beklagten, sondern auch auf die Möglichkeit eines zukünftigen Fehlverhaltens durch Dritte (in Bezug auf die fehlerhafte Preisauszeichnung) ab. Dagegen wendet sich Köhler, der vorbringt, dass sich der Handelnde nicht das mögliche unlautere Verhalten Dritter zurechnen lassen muss.[11] Allerdings findet eine solche durch das Gericht vorgenommene zukunftsorientierte Betrachtung des Verhaltens der Wettbewerber für die Entscheidung über die Erheblichkeit einer unlauteren Wettbewerbshandlung ihre Grundlage in der Begründung zum RegE-UWG.[12] Es darf nicht nur auf die einzelne Maßnahme abgestellt werden, sondern es müssen vielmehr die Auswirkungen eines solchen Verhaltens für den gesamten Wettbewerb betrachtet werden – auch viele, für sich gesehen geringfügige Einzelmaßnahmen verschiedener Wettbewerber können letztlich eine den Wettbewerb beeinträchtigende Wirkung nach sich ziehen. Das Gericht hat daher völlig zu Recht das potentielle Verhalten Dritter (d.h. die Nachahmungsgefahr der unlauteren Wettbewerbshandlung) in seine Betrachtung mit einbezogen.

Jeder geduldete Wettbewerbsverstoß trägt aber gewissermaßen auch die Gefahr einer Nachahmung in sich, liegt es doch in der Natur des Wettbewerbs, gesetzliche Grenzen auszureizen, um die eigene Marktposition zu stärken. Insofern müsste dann jeder geringfügige Verstoß aufgrund seines Nachahmungspotentials die Bagatellgrenze überschreiten, was letztlich zu einer Aufhebung dieser führen würde. Das würde aber zu einer erheblichen Überdehnung der Schutzfunktion des UWG hinsichtlich eines lauteren Wettbewerbs führen. Daher ist bei der Untersuchung einer Nachahmungsgefahr Zurückhaltung geboten. Sie darf nicht mithilfe von Evidenzappellen einfach unterstellt werden, sondern es müssen stichhaltige Anhaltspunkte für eine Nachahmung gegeben sein.[13] Bisher wurde das hier in Frage stehende Verhalten in drei dem Gericht bekannten Parallelverfahren

auch bei Schwestergesellschaften der Beklagten festgestellt, so dass sich bei den Einzelunternehmen der Media-Markt-Gruppe die Nachahmungsgefahr bereits manifestiert hat.[14] Insgesamt besteht auch durchaus die Gefahr, dass ebenso andere Unternehmen bei ihren „Nebenprodukten" auf eine genaue Preisauszeichnung verzichten, um sich vergleichbare Marktvorteile auf Kosten des Verbraucherschutzes zu sichern.[15]

Das OLG hat demnach eine durchaus nachvollziehbare und vertretbare Bewertung der Nachahmungsgefahr hinsichtlich der hier in Frage stehenden Wettbewerbshandlung vorgenommen. Die Entscheidung setzt die Schwelle für eine nach dem UWG relevante unlautere Handlung relativ niedrig an und reiht sich damit in die bisherige Rechtsprechung zu diesem Fragekreis ein.

D. Kurze Berichte

2. Jenaer Markenrechtstag

Am 30. und 31. März 2006 fand der 2. Jenaer Markenrechtstag statt. Unter der Leitung von Prof. Dr. Volker M. Jänich (Gerd Bucerius-Lehrstuhl für Bürgerliches Recht mit deutschem und internationalem Gewerblichen Rechtsschutz der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Schiller-Universität Jena) und in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Patent- und Markenamt Jena und dem FORUM Institut für Management fand der 2. Jenaer Markenrechtstag statt.

Nach den Grußworten durch Prof. Dr. Jänich und Herrn Ortlieb (Leiter der Dienststelle des Patent- und Markenamtes Jena und Leiter der Markenabteilung 3.1), eröffnete Herr Jörg Portmann den fachlichen Diskurs. Herr Portmann ist u.a. Leiter eines Prüfteams für Marken des Deutschen Patent- und Markenamtes. Er führte die Teilnehmer in die aktuelle Praxis im Löschungsverfahren vor dem DPMA ein. Hierbei ging er zunächst auf die Problematik zur Dienstleistungsmarke und deren Bezug auf die durch das Unternehmen vertriebenen Waren ein, wie sie sich in der Praktiker-Entscheidung vor dem EuGH und in der Otto-Entscheidung vor dem BGH stellte. Ein weiterer Schwerpunkt des Vortrags lag in der Eintragungsfähigkeit neuer Markenformen und dem sich in diesem Rahmen stellenden Problem der hinreichenden graphischen Darstellbarkeit. Im Folgenden richtete Herr Portmann sein Augenmerk auf die Frage, wann eine bösgläubige Markenanmeldung vorliegt, wobei er verschiedene Fallgruppen bildete und hierfür einige Beispiele anführte. Abschließend referierte er über die Verkehrsdurchsetzung im Löschungsverfahren und stellte in diesem Zusammenhang eine Gestaltungsmöglichkeit des Fragebogens für eine Verkehrsbefragung vor.

Es folgte ein Vortrag von Herrn Sascha Sajuntz zur rechtserhaltenden Benutzung von Marken. Herr Sajuntz ist Anwalt bei der Kanzlei Latham & Watkins. Nach einem allgemeinen Aufriss zum Grundsatz des Benutzungszwangs ging er auf die Frage ein, wie weit eine Marke bspw. durch Schriftanpassungen oder isolierte Verwendung von Markenbestandteilen abgewandelt werden kann, um dennoch als Benutzung der ursprünglich eingetragenen Marken angesehen zu werden. Dabei machte er auch Ausführungen zu Abwandlungen von besonderen Markenformen wie Formmarken, abstrakten Farbmarken sowie Hörmarken. Ein weiterer Schwerpunkt des Vortrages bezog sich auf die Zuordnungsprobleme der Marke zu Waren und Dienstleistungen, d.h. um die Frage, wann die angesprochenen Verkehrskreise in der konkreten Verwendung der Marke einen Hinweis auf die Herkunft einer Ware oder Dienstleistung erblicken. Anschließend ging Herr Sajuntz darauf ein, welcher Umfang und Zeitraum der Benutzung für die Erhaltung des Ausschließlichkeitsrechts als ausreichend angesehen wird. Abschließend wurden noch die Besonderheiten bei EU-Marken und IR-Marken in Bezug auf die rechtserhaltende Benutzung vorgestellt.

Es folgte ein weiterer Vortrag von Herrn Sajuntz zum Domainrecht. Nach einem Überblick über die Vergabegrundsätze von .de-Domains durch die DENIC wurden bereits aufgetretene kennzeichenrechtliche Problemfälle von Domainauseinandersetzungen dargestellt. Hierbei zeigte Herr Sajuntz die Möglichkeiten auf, unter welchen Voraussetzungen eine Kennzeichenverletzung durch eine Domainnutzung vorliegen kann. Weiterhin wurde der Kennzeichenschutz von Domains selbst angesprochen. Im zweiten Teil stand die Erörterung der Registrierung von .eu-Domains im Vordergrund, die – anders als die deutsche Vergabepraxis – auf einer gesetzlichen Grundlage beruht. Ein Schwerpunkt des Vortrages lag in der Relevanz von Schutzrechten im Vergabeverfahren, welches sich in der sog. Sunrise-Period befindet, in dem Registrierungen von Inhabern früherer Rechte (wie z.B. Kennzeichenrechten) bevorzugt werden. Schließlich wurden Möglichkeiten alternativer Streitbeilegungsverfahren vorgestellt.

Als erster Referent am Freitag informierte Philipp von Kapff, Dess. (Lyon) über die „Aktuelle Praxis zur Gemeinschaftsmarke". Herr von Kapff ist Mitglied der ersten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt (HABM) in Alicante. Im Mittelpunkt des Vortrags standen aktuelle Verfahrensfragen zur Gemeinschaftsmarke. So stellte von Kapff nicht nur verschiedene Probleme beispielsweise im Widerspruchs- und Beschwerdeverfahren anhand praktischer Fallbeispiele dar, sondern nahm auch Anregungen des Auditoriums zur Optimierung von Verfahrensabläufen im Bereich der elektronischen Anmeldung auf. Absolute und relative Eintragungshindernisse waren abschließender Gegenstand des Vortrags. Schwerpunkt bildete hier vor allem die Entscheidung DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT (EuGH GRUR 2004, 1027) zur Frage der Eintragbarkeit von Werbeslogans.

Zur aktuellen Rechtsprechung zu Fragen absoluter Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG bei der Eintragung von Marken referierte Dr. Paul Ströbele. Herr Dr. Ströbele ist vorsitzender Richter des 24. Senats (Marken-Beschwerdesenat) am Bundespatentgericht. Zunächst standen beschreibende Zeichen und Angaben im Mittelpunkt des Interesses. Bei der Frage der Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ging Dr. Ströbele vor allem auf die Entscheidungen Cityservice (BGH GRUR 2003, 1050) und BerlinCard (BGH GRUR 2005, 417) ein. Im besonderen Fokus stand außerdem die Problematik des Markenschutzes für Einzelhandelsdienstleistungen.

Prof. Dr. Volker Jänich referierte über neue Entwicklungen im Zusammenhang mit der Rechtsdurchsetzung im Markenrecht. Nach einem kurzen Aufriss der Rechtsprechung zur unberechtigten Schutzrechtsverwarnung stellte Prof. Jänich die patentrechtlich gelagerte Entscheidung „Detektionseinrichtung II" in diesem Zusammenhang vor. Hierbei wurde der Frage nachgegangen, ob die Grundsätze der zivilprozessualen Haftung auch im markenrechtlichen Kontext gelten. Ein weiterer Schwerpunkt wurde auf die Betrachtung neuer Markenformen gelegt. Hierbei stellte Prof. Jänich auf die bislang wenig beachtete Frage ab, wie z.B. Farb- und Formmarken verletzt werden können, insbesondere welchen Schutzumfang diese Marken haben. Weiterhin wurden höchstrichterliche Entscheidungen zur Berechnung des Schadensersatzes, der Bestimmung der Verwechslungsgefahr und der Durchführung von Waren im markenrechtlichen Kontext erläutert. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Vorstellung des Referentenentwurfs des Gesetzes zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten geistigen Eigentums. In diesem Zusammenhang ging Prof. Jänich auf die Konsequenzen der nicht rechtzeitigen Umsetzung der zugrunde liegenden Richtlinie, insbesondere auf die richtlinienkonforme Auslegung allgemeiner bürgerlich-rechtlicher Besichtigungs- und Auskunftsansprüche, ein.

Die Tagung traf bei einem interessierten Fachpublikum aus der gesamten Bundesrepublik Deutschland auf ein großes Interesse. Der 3. Jenaer Markenrechtstag wird am 12. und 13. Juli 2007 stattfinden.

E. BEST OF IP

Zitate aus Urteilen im Bereich des geistigen Eigentums.

Busengrapscher

Leitsatz

Der Vertrieb von Likörfläschchen mit Etikettierungen, auf denen die Bezeichnungen "Busengrapscher" bzw. "Schlüpferstürmer" mit sexuell anzüglichen Bilddarstellungen von Frauen verbunden sind, verstößt gegen § 1 UWG, weil dadurch der - diskriminierende und die Menschenwürde verletzende - Eindruck der sexuellen Verfügbarkeit der Frau als mögliche Folge des Genusses des angepriesenen alkoholischen Getränks vermittelt wird.

Aus dem Sachverhalt:

Der Bekl. stellt her und vertreibt Spirituosen, darunter jeweils in Minaturflaschen zu 0,02 l einen Brombeerlikör und einen Schlehen-mit-Rum-Likör. Die 4 x 5 cm großen Etiketten auf den 10,5 cm hohen Fläschchen sind beim Brombeerlikör mit der Bezeichnung "Busengrapscher" und beim anderen Likör mit der Bezeichnung "Schlüpferstürmer" versehen, und zwar in hervorgehobener Schrift jeweils über Abbildungen, die wie folgt gestaltet sind:

Aus den Gründen:

...

Mit seiner Einordnung der Flaschenetiketten in die allgemeine Kategorie "sexueller Anspielungen, drastischer Schlagwörter, frivoler Texte und sexbetonter Bilder", an die das Publikum durch die moderne Werbung gewöhnt sei, ist das BerG dem Charakter der hier in Rede stehenden Warenbezeichnung und zugleich Werbeaussage ebensowenig gerecht geworden wie mit seiner Einschätzung, es handele sich um eine scherzhaft gemeinte und verstandene Bezeichnung "wundersamer sexueller Wirkkraft" bzw. um einen "Scherz mit sexuellen Phantasievorstellungen". Bei dieser Beurteilung hat das BerG wesentliche Gesichtspunkte nicht hinreichend berücksichtigt, bei deren Beachtung die Werbung den Betrachtern gerade nicht mehr als reiner "Scherz" erscheinen kann, sondern einen Charakter gewinnt, der von dem verbreiteten Einsatz erotischer Anreize oder sexueller Anspielungen in der Werbung deutlich ins Negative abweicht. Beide Etiketten werden durch Wort- und Bilddarstellungen geprägt, die in obszöner Weise den Eindruck der freien Verfügbarkeit der Frau in sexueller Hinsicht vermitteln und zugleich die Vorstellung fördern sollen, daß die so bezeichneten alkoholischen Getränke geeignet seien, solcher Verfügbarkeit für die angesprochenen

sexuellen Handlungen Vorschub zu leisten. Der angesprochene Verkehr wird daher zu großen Teilen obszöne Andeutungen dieser Art als ernstgemeint ansehen, wenn sie - wie hier - zur Förderung des Absatzes eines alkoholhaltigen Getränks eingesetzt werden. Denn bei Berücksichtigung einerseits der in starkem Maße anzüglichen Schlagworte und Abbildungen, andererseits der allgemein bekannten enthemmenden Wirkung von Alkohol ist die Festellung des BerG, das Publikum werde die Etikettierung nicht mindestens auch als Propagierung eines Mittels zur Überwindung sexueller Widerstände verstehen, mit der Lebenserführung nicht in Einklang zu bringen. Ein solches Verständnis liegt im Gegenteil nahe und wird mit den verwendeten Etiketten auch bewußt angesprochen, und zwar in doppelter Hinsicht: durch Weckung des Gedankens an Enthemmung nicht allein der Frau, sondern auch des Mannes, um ihm den Mut zu sexuellem Vorgehen zu machen.

...

Der hohe Rang der hier betroffenen menschlichen Würde, die durch Art. 1 GG geschützt ist, erfordert ihre Achtung und Wahrung auch im Wettbewerbsgeschehen. Ihre Verletzung sowie die hier mit in Rede stehende Diskriminierung eines Bevölkerungsteils allein zu dem Zweck, den Absatz eines bestimmten Produkts zu fördern, entspricht nicht den Anschauungen der großen Mehrheit des Publikums und der Wettbewerbsteilnehmer von einem grundsätzlich einzuhaltenden Mindeststandard dessen, was im Wettbewerb als unanstößig (noch) zu tolerieren ist, und zwar jedenfalls dann nicht, wenn solche Rechtsverletzungen - wie vorliegend - bei einer Werbung erfolgen, die sich - durch Wahl des normalen Vertriebswegs - an das allgemeine Publikum wendet und nicht auf Waren bezieht, deren besonderer Charakter sich schon aus ihrer spezifischen Zwecksetzung - wie etwa bei unmittelbar zur sexuellen Verwendung bestimmten oder bei pornographischen Artikeln - und ihren entsprechenden besonderen Vertriebsstätten wie Sex-Shops ergibt. Solche Waren und ihre Bezeichnung werden sich - was der Bekl. mit seiner Berufung auf die angebliche Gewöhnung des Verkehrs an entsprechende Angebote der Sex-Shops verkennt - an ein begrenztes Publikum in Angebotsbereichen, in denen mit ihnen gerechnet wird und andere Maßstäbe anzulegen sind als bei Waren, die in gewöhnlichen Verkaufsstätten angeboten werden und dort nicht nur dem unmittelbar angesprochenen und interessierten (engen) Kundenkreis, sondern dem allgemeinen, in seiner Mehrheit an einer Werbung wie hier nicht interessierten und von ihr jedenfalls zu großen Teilen abgestoßenen Publikum - darunter Frauen und Kinder - entgegentritt.

...

Mit der hier getroffenen Beurteilung steht im Einklang, daß das DPA (Mitt. 1985, 215, 216) die Eintragung eines Warenzeichens "Schlüpferstürmer" mit der Begründung abgelehnt hat, es handele sich um eine ärgerniserregende Darstellung im Sinne des § 4 Abs. 2 Nr. 4 WZG, und daß ferner der Deutsche Werberat ausweislich des in den Gerichtsakten befindlichen Auszugs aus dem "Jahrbuch Deutscher Werberat 1991" in einem vergleichbaren Fall eine sexuell anzügliche Likörwerbung eines anderen Herstellers als "eindeutig frauendiskriminierend" verurteilt hat, weil die zur Werbung für einen Likör "Scharfer Hüpfer" im Comic-Stil verwendete Darstellung eines unbekleideten Mannes, der sich einer ebenfalls unbekleideten "Traumfrau" nähert, offenkundig die Aussage enthalte, Frauen seien leicht verfügbar, wenn sie Alkohol genossen hätten. Die vom deutschen Werberat (a.a.O.) referierten zustimmenden Reaktionen auf seine Rüge in einer großen Zahl von Zeitungen läßt im übrigen erkennen, daß der Einsatz solcher Werbemittel keineswegs nur - wie das BerG gemeint hat - von "besonders feinfühligen Menschen", sondern weit über deren Kreis hinaus als anstößig und wettbewerbsfremd empfunden wird.

...

BGH, Urteil vom 18.05.1995 - I ZR 91/93; GRUR 1995, 592

IMPRESSUM, HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Impressum:
Redaktion:
Prof. Dr. V. M. Jänich (Chefredakteur, verantwortlich)
Carsten T. Johne
Paul T. Schrader
Sylvia Wolfram
Birthe Rautenstrauch
Stephan Kunze
Laura Zentner

Urheberrechtlicher Hinweis:
Der Newsletter ist nur zur persönlichen Information des Empfängers bestimmt. Eine Weitergabe des Inhalts an Dritte ist nicht gestattet. Nachdruck, fotomechanische, elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Bearbeitung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Einspeicherung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe in Datenbanken oder anderen elektronischen Medien und Systemen ist - auch auszugsweise - nur nach schriftlicher Zustimmung erlaubt.

Haftungsausschluss
Der Inhalt des Newsletters ist nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Haftung und Gewähr für die Korrektheit, Aktualität, Vollständigkeit und Qualität der Inhalte sind ausgeschlossen.
Mit Namen gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der gesamten Redaktion dar.
Die Informationen stellen keine rechtliche Beratung dar und begründen kein Beratungsverhältnis.

Abbestellung:
Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr beziehen wollen, gehen Sie bitte zu unserer Internetseite

http://www.recht.uni-jena.de/z10/

Geben Sie dort Ihre E-Mail-Adresse ein und klicken Sie auf "Abbestellen". Ihre Daten werden dann automatisch aus unserer Datenbank entfernt.