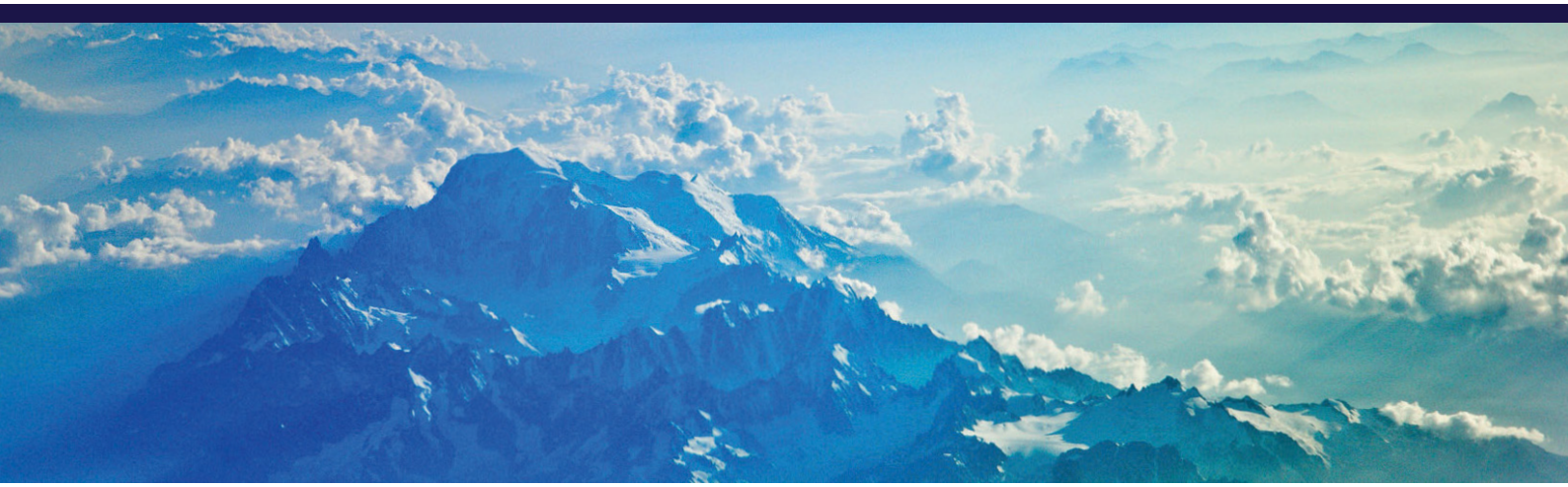
PREU BOHLIG



Newsletter November

AUSGABE 3/2021

News

Preu Bohlig übernimmt kennzeichenrechtliche Vertretung der TSV München von 1860 GmbH & Co. KGaA. 02

Gewerblicher Rechtsschutz

Hohenloher Landschwein 03

Anti-Suit-Injunctions und deren Folgen 06

Zur Kennzeichenpflicht im Influencer Marketing 09

Bewässerungsspritze II 14

Goldhase III 15

Änderungen am IntPatÜbkG mit Blick auf das Inkrafttreten des EPGÜ 17

Das neue Lieferkettengesetz - was Sie jetzt erwartet 20

OLG Düsseldorf wertet patentrechtlichen Rückrufanspruch auf 23

Auszeichnungen

WWL Thought Leaders Germany Life Sciences 04

Who's Who Legal Germany 2021 08

JUVE Handbuch Wirtschaftskanzleien 12

JUVE Ranking Patentrecht 2021 18

Focus Spezial 21

Veranstaltungen und Seminare 25

Haben Sie Interesse an unserem Newsletter? 26

Unsere Standorte 27

Preu Bohlig übernimmt die kennzeichenrechtliche Vertretung der TSV München von 1860 GmbH & Co. KGaA.

Die Löwen setzen bei Markenfragen künftig auf Preu Bohlig. Unter der Leitung ihres Münchner Partners Dr. Alexander Bayer übernimmt die Kanzlei Preu Bohlig künftig die anwaltliche Markenvertretung der TSV München von 1860 GmbH & Co. KGaA.

Seit Juli 2021 verstärkt Dr. Alexander Bayer das Marken- und Cyberteam von Preu Bohlig. Dr. Bayer hatte die TSV München von 1860 GmbH & Co. KGaA bereits in seiner vorherigen Kanzlei bei der Erlangung und Durchsetzung von Kennzeichenrechten, was im Rahmen der Kommerzialisierung der Marken sowohl die Sponsoringverträge als auch die Vertretung des nahezu gesamten Markenportfolios beinhaltete, umfassend betreut.

„Als Mitglied der Kanzlei fühle ich mich geehrt, die Löwen zu betreuen und somit unsere Expertise zur Anwendung zu bringen“, sagt Dr. Bayer.

1860-Geschäftsführer Marc-Nicolai Pfeifer freut sich, dass er auf die Kompetenz von Dr. Bayer bauen kann und zusätzlich die Kanzlei Preu Bohlig als Löwen-Partner gewinnen konnte. „Wir schätzen die Arbeit von Dr. Bayer und wähnen uns bei ihm und seinem Team bezüglich unserer Markenfragen, die bei einem derart großen Klub wie den Löwen naturgemäß immer mal vorkommen, in besten Händen.“

Dr. Alexander Bayer, LL.M.

Rechtsanwalt, Partner
München

Tel +49 (0)89 383870-0
aba@preubohlig.de
Profil: Link Website

Hohenloher Landschwein

In einem kürzlich veröffentlichten Urteil hat der Bundesgerichtshof zum Verhältnis des Schutzes geographischer Herkunftsangaben als Kollektivmarken nach dem Markengesetz einerseits und dem Schutz geographischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen nach der Verordnung über Qualitätsregelung für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel andererseits (Verordnung Nr. 1151/2012, nachfolgend „VO 1151/2012“) entschieden (Az.: I ZR 163/19 vom 29. Juli 2021).

Hintergrund

Hintergrund war Folgender: Die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (Klägerin) ist Inhaberin der deutschen Kollektivmarken “Hohenloher Landschwein“ und „Hohenloher Weiderind“, eingetragen für u. a. Fleisch. Eine Eintragung der Bezeichnungen als geschützte geographische Angaben oder Ursprungsbezeichnungen auf Grundlage der VO 1151/2012 besteht nicht. Mitglieder der Klägerin können die Kennzeichen nutzen, sofern sie sich an die von ihr aufgestellten Erzeugerrichtlinien halten, welche Anforderungen an die Tierzucht, Tierhaltung, Fütterung und dergleichen vorsehen.

Die Beklagten, eine Landmetzgerei und ihr Geschäftsführer (nachfolgend: Beklagte), gehören nicht der Klägerin an. Die Beklagte warb für ihr Fleisch u.a. mit den Angaben “Hohenloher Landschwein“, „Hohenloher Weiderind“ sowie „Zartes Schweinefilet – Das ‚Beste vom Hohenloher Landschwein‘“.

Die Klägerin hat nach erfolgloser Abmahnung Klage eingereicht unter anderem mit dem Antrag, der Beklagten die Benutzung der Bezeichnungen „Hohenloher Weiderind“ und/oder „Hohenloher Landschwein“ für Fleisch zu untersagen.

Das Landgericht hatte die Klage abgewiesen; das Berufungsgericht hatte die Beklagte antragsgemäß verurteilt; der Bundesgerichtshof wies die Revision der Beklagten zurück.

Unterlassungsanspruch bejaht

Der BGH hat einen Unterlassungsanspruch gemäß § 97 (2) MarkenG i.V.m. § 14 (5) Satz 1, (2) Satz 1 Nr. 1 MarkenG bejaht. Die Beklagten haben die streitgegenständlichen Zeichen im geschäftlichen Verkehr für dieselben Waren benutzt, für die die Kollektivmarken Schutz genössen, ohne die in den Markensatzungen der Klägerin enthaltenen Bedingungen zu erfüllen oder selbst Mitglieder der Klägerin zu sein.

Die Beklagte konnte sich auch nicht mit Erfolg auf die Schutzschranke des § 100 (1) Satz 1

MarkenG berufen. Danach gewährt die Eintragung einer geographischen Herkunftsangabe als Kollektivmarke ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten zu untersagen, solche Angaben im geschäftlichen Verkehr zu benutzen, sofern die Benutzung den guten Sitten entspricht und nicht gegen § 127 MarkenG verstößt. Insbesondere kann nach § 100 (1) Satz 2 MarkenG eine solche Marke einem Dritten, der zur Benutzung einer geographischen Bezeichnung berechtigt ist, nicht entgegengehalten werden.

Die Benutzung durch die Landmetzgerei widersprach nach Ansicht des Bundesgerichtshofs den „guten Sitten" im Sinne von § 100 (1) Satz 1 MarkenG, also den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe und Handel. Zwar sei zugunsten der Beklagten zu berücksichtigen, dass sie beschreibende Begriffe für die Vermarktung ihrer Produkte verwenden dürften und die Klägerin die Auswahl geeigneter Bezeichnungen durch die Anmeldung einer Vielzahl von Kollektivmarken erschwere. Die Beklagten hätten aber die Zeichen in identischer Form genutzt, ohne den angesprochenen Verbraucher durch einen Hinweis zu verdeutlichen, dass ihre Produkte nicht von einem Mitglied der Klägerin stammten und deren Erzeugerrichtlinien nicht vollständig entsprechen. Der durch die gegenständlichen Kollektivmarken gewährte Schutz umfasse alle in § 97 MarkenG genannten rechtlich geschützten Funktionen (Gewährleistung der betrieblichen oder geographischen Herkunft, der Art, Qualität oder sonstigen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen). Die Kollektivmarken der Klägerin besäßen einen guten Ruf; diesen würden die Beklagten ausnutzen und sich den Sog der werbewirksamen Marke verkaufsfördernd zu Nutze machen.

Unterschiedliche Ausgestaltung des Schutzes geographischer Kollektivmarken und Schutz geographischer Bezeichnungen nach der VO 1151/2012

Der Bundesgerichtshof befand in dem Zusammenhang, dass die Anwendung von § 100 (1) MarkenG nicht durch die VO 1151/2012 ausgeschlossen sei. Dieses ergebe sich aus der Ausgestaltung des Verhältnisses zwischen dem Schutz geographischer Kollektivmarken und dem Schutz geographischer Bezeichnungen nach der VO 1151/2012.

Die Bezeichnungen "Hohenloher Landschwein" und „Hohenloher Weiderind" seien nach nationalem Recht als geographische Kollektivmarken geschützt. Gemäß § 99 MarkenG können Kollektivmarken auch ausschließlich aus Zeichen bestehen, dem Verkehr zur Bezeichnung der geographischen Herkunft der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Der nationale Schutz von Kollektivmarken entspreche den Vorgaben der Richtlinie Nr. 2015/2436 (Markenrechtsrichtlinie).

Einen Antrag nach der VO 1151/2012 auf Eintragung der Bezeichnungen „Hohenlohe Landschwein" und „Hohenloher Weiderind" hatte die Klägerin nicht gestellt. Entsprechend konnte sich die Klägerin nicht auf den in dieser Verordnung vorgesehenen Schutz berufen.

Der Bundesgerichtshof weist jedoch darauf hin, dass Kollektivmarken, die aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der geographischen Herkunft von Waren und Dienstleistungen dienen

WWL Thought Leaders Germany 2021

Peter von Czettritz ist als „Thought Leader" – Germany – Life Sciences 2021 genannt.

können, auf der einen Seite, und Ursprungsangaben und geographische Angaben auf der anderen Seite, nicht nur unterschiedlichen rechtlichen Regelungen unterliegen, sondern auch verschiedene Ziele verfolgen.

Während die Hauptfunktion der (auch geographischen) Kollektivmarke darin liege, die betriebliche Herkunft der Waren oder Dienstleistungen aus einem Unternehmen des Verbands zu gewährleisten, bestehe die Hauptfunktion von Ursprungsbezeichnungen und geographischen Angaben darin, die geographische Herkunft der Erzeugnisse und der darauf beruhenden spezifischen Eigenschaften zu garantieren.

Der Bundesgerichtshof verweist dabei auf Art. 14 der VO, welcher die Beziehungen zwischen Marken, Ursprungsbezeichnungen und geographischen Angaben regelt. Danach können auch geographische Kollektivmarken, die vor dem Zeitpunkt der Einreichung eines Antrags auf Schutz einer entsprechenden Ursprungsbezeichnungen bei der Kommission eingetragen wurden, selbst dann weiterverwendet werden, wenn zu einem späteren Zeitpunkt eine entsprechende Ursprungsbezeichnung oder geographische Angabe eingetragen wird und die Verwendung der Marke im Widerspruch zum Schutz dieser Ursprungsbezeichnungen oder geographischen Angaben nach Art. 13 (1) der VO 1151/2012 steht.

Der Schutz geographischer Kollektivmarken besteht daher grundsätzlich selbstständig neben dem Schutz geographischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen nach der VO 1151/2012.

Astrid Gérard, LL.M.
Rechtsanwältin, Partnerin
München

+49 (0)89 383870-0
asg@preubohlig.de
Profil: Link Website

Anti-Suit-Injunctions und deren Folgen

Neben den FRAND-Fragen etabliert sich zunehmend eine weiter umkämpfte Besonderheit in Patentprozessen mit den Anti-Suit- und Anti-Anti-Suit-Injunctions ausländischer und deutscher Gerichte.

Im Kern geht es um den inländischen Justizgewährungsanspruch, der abgesichert werden soll. Seit langem[1] wird es als Verletzung der Hoheitsrechte angesehen, wenn ein ausländisches Gericht Beteiligten eines vor einem inländischen Gericht anhängigen Prozesses verbietet, diesen Prozess fortzuführen, und/oder den Beteiligten untersagt, ein Verfahren vor inländischen Gerichten anhängig zu machen (sog. Anti-Suit-Injunction).

Gerichte sind nun dazu übergegangen, den Justizgewährungsanspruch mit einer sog. Anti-Anti-Suit-Injunction abzusichern. Dadurch wird einer Prozesspartei, in der Regel dem Verletzungsbeklagten verboten, im Ausland bei einem Gericht z.B. eine solche Anti-Suit-injunction zu beantragen oder das Verfahren fortzuführen. Bemerkenswert ist dabei, dass die Gerichte mit ihrem Antidot genau das tun, was sie sich von einem ausländischen Gericht verbitten, nämlich in ein anhängiges Verfahren eines anderen Gerichts einzugreifen und dieses zu beenden.[2] Dies entwickelt sich geradezu zu einem Wettlauf der Gerichte, wobei die Anzahl der Präambel „Anti“ eskaliert.

Dem Antragsteller einer solchen Anti-Suit-Injunction kann es nach LG München I[3] in einem Verfügungsverfahren untersagt werden, eine Anti-Suit-Injunction (ASI) zu beantragen bzw. ein solches Verfahren außer zum Zweck der Antragsrücknahme weiter zu betreiben. Darin liege ein Eingriff in ein sonstiges Recht des § 823 Abs. 1 BGB (Patent), dem mit einem (vorbeugenden) Unterlassungsanspruch begegnet werden kann.

Nach OLG München[4] ist der Erlass einer vorbeugenden Unterlassungsverfügung (Anti-Anti-Suit-Injunction, AASI) die einzig wirksame Abwehrmaßnahme gegenüber einer

[1] OLG Düsseldorf, Beschluss vom 10. Januar 1996 – 3 VA 11/95 –, juris betreffend eine US-antisuit injunction

[2] Das LG München I räumt in einer Entscheidung 7 O 14276/20 (s.u.) ein, dass seine eigene Entscheidung möglicherweise wegen Verstoßes gegen den chinesischen ordre public dort nicht anerkennungsfähig und vollstreckungsfähig sei.

[3] LG München I, Urteil vom 02. Oktober 2019 – 21 O 9333/19 –, juris, ebenso LG München I, Urteil vom 30. August 2019, 21 O 9512/19

[4] OLG München, Urteil vom 12. Dezember 2019 – 6 U 5042/19 –, GRUR 2020, 3792019, 21 O 9512/19

Anti-Suit-Injunction dar, mittels derer die Ausübung der Rechtsposition von Patentinhabern in den in Deutschland anhängigen Patentverletzungsverfahren bis zum Abschluss des zwischen anderen Parteien geführten US-Verfahrens gesichert werden kann.

Umstritten ist dabei auch und insbesondere, wie der Anlass für eine solche vorbeugende Unterlassungsverfügung und damit die Frage des Rechtsschutzbedürfnisses zu beurteilen ist.

Nach LG München I[5] gibt es unterschiedliche Anlässe für die Begründung des Rechtsschutzinteresses einer vorbeugenden Unterlassungsverfügung AASI. Die allenfalls theoretische Möglichkeit einer ASI genüge für eine Erstbegehungsgefahr nicht. Hinzukommen müsse vielmehr regelmäßig ein Verhalten des Anspruchsschuldners, aus dem sich eine in naher Zukunft bevorstehende und konkrete Verletzungshandlung ergibt.

- So kann es sich verhalten, wenn sich der Anspruchsschuldner auf das Bestehen eines bestimmten Rechts beruft und eine ASI „androht“ oder bereits gestellt hat.

- Dies sei aber auch der Fall, Patentbenutzer hat in einer Jurisdiktion, die ASIs grundsätzlich bereitstellt, eine Hauptsacheklage auf Einräumung einer Lizenz oder auf Feststellung einer angemessenen globalen Lizenzgebühr für eine solche Lizenz eingereicht hat oder dies androht.

- Ferner bestehe eine Erstbegehungsgefahr, wenn Patentbenutzer gegenüber anderen (dritten) Patentinhabern den Erlass einer ASI angedroht oder eine solche bereits beantragt habe und es keine Anhaltspunkte dafür gebe, dass sich der Patenbenutzer, für den Patentinhaber erkennbar, von dieser Praxis für die Zukunft, jedenfalls im Verhältnis zum Patentinhaber, losgesagt habe.

- Ferner liege selbst im Schweigen eine Erstbegehungsgefahr, wenn der Patentbenutzer sich nicht innerhalb der ihm vom Patentinhaber, zum Beispiel im Rahmen des ersten Verletzungshinweises, gesetzten kurzen Frist in Textform erklärt habe, keinen Antrag auf Erlass einer ASI zu stellen. [6]

Effektiver Rechtsschutz könne nur durch eine „maßvolle zeitliche Vorverlagerung“ zu Gunsten des Patentinhabers erzielt werden. Dem Interesse des Patentbenutzers, vor kostenpflichtigen einstweiligen Verfügungen zur Abwehr befürchteter ASI-Anträge verschont zu werden, werde dadurch Rechnung getragen, dass die die Erstbegehungsgefahr begründenden Alternativen sämtlich auf Handlungen des Patentbenutzers abstellen. Der Patentbenutzer und seine Konzernunternehmen hätten es demnach selbst in der Hand, durch geeignete Erklärungen eine Erstbegehungsgefahr gar nicht erst entstehen bzw. entfallen zu lassen.

Aber nicht nur eine (angekündigte) ASI löse eine vorbeugende Unterlassungsverfügung aus. Auch eine Klage auf Lizenzgewährung oder eine Klage auf Festsetzung einer FRAND-Lizenz könne eine vorbeugende Unterlassungsverfügung nach sich ziehen. Die bislang bekannt gewordenen Anträge auf Erlass einer ASI seien damit begründet worden, eine im Erlassstaat anhängige Hauptsacheklage zu schützen. Diese Hauptsacheklagen seien auf die Schließung eines FRAND-Lizenzvertrages bzw. auf die von einem konkreten Vertragsabschluss losgelöste, abstrakte Feststellung von FRAND-Lizenzkonditionen gerichtet. Beiden Klagetypen sei aber die Argumentation gemein, der Patentbenutzer sei lizenzwillig und die Abwesenheit eines die bereits vorgenommenen und fortgesetzten weltweiten Benutzungshandlungen legitimierenden Lizenzvertrages sei allein dem Patentinhaber zuzuschreiben.

Wäre der Patentbenutzer wirklich lizenzwillig, würde er sich weiterer, über die bereits begangenen und andauernden Benutzungshandlungen hinausgehenden rechtswidriger Eingriffe in die eigentumsähnlich geschützten Rechtspositionen der Patentinhaber enthalten.

[5] LG München I, Urteil vom 25. Februar 2021 – 7 O 14276/20 –, juris

[6] So auch LG München I, Urteil vom 24. Juni 2021, 7 O 36/21

Ein Patentbenutzer, der einen Antrag auf Erlass einer ASI stellt oder dies androht, könne nach dieser Entscheidung des LG München I in der Regel nicht als hinreichend lizenzwillig (s.o.) angesehen werden. Mithin könne von dem Patentbenutzer auch gefordert werden, dass er nach Erhalt des Verletzungshinweises nicht nur seine qualifizierte Lizenzbereitschaft erklärt, sondern auch, dass er keine ASI beantragen wird.

Die Rechtsprechung und Rechtsschöpfung im Bereich der ASI und der AASI usw. dürfte sich vermutlich in den kommenden Jahren in einer Eskalationsspirale weiter ausbreiten und wird möglicherweise zu einem regelmäßigen Begleiter in patentrechtlichen Auseinandersetzungen erwachsen. Besonders die Ableitung, wonach ein ausländisches Verfahren gleichzeitig die inländische FRAND-Verteidigung ausschließt, scheint unter Art. 102 AEUV nicht selbstverständlich zu sein, wenn es im Kern darum geht, dass durch das ausländische Verfahren die „richtigen“ FRAND-Bedingungen insbesondere die Höhe der Lizenzgebühr geklärt werden soll. Denn dies spricht ja für die „Lizenzwilligkeit“, aber eben nur zu anderen als den geforderten Preisen. Diese auf anderem Feld geführte Auseinandersetzung um die „richtige“ Lizenzgebühr besitzt einen augenfälligen Zusammenhang zu der Unwilligkeit deutscher Gerichte, sich auf den steinigen Weg der Berechnung der FRAND-Lizenzgebühr einzulassen und zu konzentrieren, wie dies in USA, UK und in der VR China ohne weiteres geschieht. Stattdessen sucht die deutsche Praxis vielfach einen anderen Ausweg und meidet auffällig den Kern der Auseinandersetzung – die Höhe der fairen Lizenzgebühr. Auch hier wäre eine europarechtliche Klärung der involvierten Fragen[7] überfällig und umso dringlicher, als in den Verfügungsverfahren der BGH nicht befasst werden wird.

Prof. Dr. Christian Donle
Rechtsanwalt, Partner
Berlin
T +49 (0)30 226922–0
berlin@preubohlig.de
Profil: Link Website

[7] Das LG München I hält Vorlageentscheidungen auch im Verfügungsverfahren für möglich, Beschluss vom 19.01.2021 - 21 O 16782/20

WHO’S WHO LEGAL – Germany 2021

Preu Bohlig & Partner ist bei Who’s Who Legal Germany 2021 gelistet.

Peter von Czettritz in der Kategorie: „**Life Sciences**“ – **Most highly regarded**

Astrid Gérard in der Kategorie: „**Trademarks**“

Andreas Haberl und Dr. Axel Oldekop in der Kategorie: „**Patents**“

Zur Kennzeichenpflicht im Influencer Marketing

1. Die Frage, ob Influencer-Posts als unternehmerische Tätigkeit im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 6 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb („UWG“) angesehen, somit als Werbung qualifiziert werden müssen und, wenn ja, ob und wie die Posts gekennzeichnet werden müssen, beschäftigt die Gerichte bereits seit einigen Jahren. Eine einheitliche Linie hatte sich dabei bislang nicht herausgebildet, was zu einer erheblichen Verunsicherung der Influencer-Szene und auch der Werbetreibenden geführt hat. Nunmehr hat der Bundesgerichtshof („BGH“) in drei am 9. September 2021 veröffentlichten Entscheidungen zumindest für einige Konstellationen Klarheit geschaffen.

2. Ausgangspunkt der Streitigkeiten ist das sog. Trennungsgebot (Verbot von Schleichwerbung), das in einer Reihe von Vorschriften verankert ist. Im Bereich des Influencer-Marketings sind insbesondere § 5a Abs. 6 UWG und § 6 Abs. 1 Nr. 1 Telemediengesetz („TMG“) relevant. Nach § 5a Abs. 6 UWG handelt unlauter, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt. Speziell für den Bereich des Internets schreibt § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG vor, dass kommerzielle Kommunikation klar als solche zu erkennen sein muss, wobei Angaben in Bezug auf Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens, die unabhängig und ohne finanzielle Gegenleistung gemacht werden, nach § 2 Nr. 5 Buchst. b TMG nicht als kommerzielle Kommunikation in diesem Sinne gelten. Vergleichbare Regelungen finden sich in Nr. 11 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG und im Mediendienstestaatsvertrag (MStV; zuvor Rundfunkstaatsvertrag, RStV) der Länder.

Die Anwendung dieser Vorschriften auf Influencer-Posts in sozialen Medien, insbesondere Posts, die mittels „Tap Tags“ auf die Accounts oder Internetseiten der Hersteller der in den Posts dargestellten Produkte verlinken, war lange unklar und heftig umstritten. Eine einheitliche Linie der mit der zunehmenden Zahl von Klagen gegen Influencer befassten Gerichte war nicht zu erkennen.

Der Streit drehte sich dabei im Wesentlichen um drei Fragen:

1. Wann ist ein Post, der mittels sog. „Tap Tags“ auf die Internetseite eines Unternehmens verlinkt, als Werbung (im Gegensatz zu einem redaktionellen Inhalt) anzusehen?

2. Wann ergibt sich aus den Begleitumständen des Posts hinreichend deutlich, dass ein kommerzieller Zweck verfolgt wird, sodass eine Kennzeichnung entbehrlich ist?

3. Wenn eine Kennzeichnung erforderlich ist, wie hat diese Kennzeichnung zu erfolgen?

Während hinsichtlich der letzten Frage schon bisher weitgehend Einigkeit bestand, dass eine Kennzeichnung als Werbung deutlich zu Beginn des Posts erfolgen und den Post insgesamt umfassen muss, nicht nur einzelne Inhalte, Darstellungen oder Textabschnitte (OLG Braunschweig, GRUR-RR 2020, 452), gingen die Auffassungen der Gerichte, wann ein Post als Werbung anzusehen und wann eine Kennzeichnung entbehrlich ist, weil der kommerzielle Zweck eindeutig ist, weit auseinander.

a. Bei der Frage, ob eine kennzeichnungspflichtige Werbung vorliegt, bestand weitgehende Einigkeit lediglich bei Posts, für die der Influencer eine direkte Gegenleistung des verlinkten Unternehmens erhalten hat. Diese sind von den Gerichten grundsätzlich als kennzeichnungspflichtige Werbung angesehen worden (so etwas KG, GRUR-RR 2018, 155; OLG Frankfurt, MMR 2020, 43; OLG Karlsruhe, GRUR 2021, 88, 1474; OLG Köln, GRUR-RR 2021, 167, 168). Fehlte es dagegen an einer Gegenleistung des verlinkten Unternehmens, gingen die Auffassungen der Gerichte bislang auseinander.

Auf der einen Seite sah beispielsweise das OLG Karlsruhe (GRUR-RR 2020, 452) bereits im bloßen „Taggen“ von Fotos eine Werbung, auch wenn keine Gegenleistung vorlag (MMR 2021, 159). Noch weitergehend hatte das OLG Braunschweig (GRUR-RR 2020, 452) die Auffassung vertreten, dass im Zweifel sämtliche Posts in einem Social-Media-Account als kennzeichnungspflichtige Werbung anzusehen seien, sobald auch nur einzelne Posts vorhanden seien, für die der Profilinhaber eine Gegenleistung erhalten habe oder in denen er seine eigene kommerzielle Tätigkeit bewerbe.

Auf der anderen Seite hatte etwa das OLG München (GRUR 2020, 1096) in dem bloßen „Taggen“ von Produkten und der Weiterleitung auf die Instagram-Accounts der jeweiligen Hersteller noch keine kennzeichnungspflichtige Werbung gesehen. Die Informationen zu Produkten, inklusive der angebrachten Tags und Links, gehörten vielmehr zum „redaktionellen Teil“ der Posts und dienten damit vorrangig anderen Zielen als der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung von Verbrauchern.

b. Auch bei der Frage, wann eine Kennzeichnung entbehrlich ist, weil der werbliche Charakter eines Posts klar und eindeutig erkennbar ist, gingen die Auffassungen in der Rechtsprechung weit auseinander. Während das OLG Hamburg (MMR 2020, 767) und das OLG München (GRUR 2020, 1096) angenommen hatten, dass bei einem verifizierten Account und einer erheblichen Follower-Zahl der werbliche Zweck sämtlicher Beiträge für die Nutzer offenkundig sei, hatte das KG (GRUR 2019, 543) die Auffassung vertreten, dass gerade die für Influencer typische Vermischung von redaktionellen Äußerungen und als Werbung zu qualifizierenden Tags und Links die Gefahr der Irreführung und die Notwendigkeit der Aufklärung begründe, weil werbliche und redaktionelle Ebenen ineinander übergingen.

3. Der BGH hat sich in drei Verfahren nun erstmals dezidiert mit der Einordnung von Postings als kommerzielle Kommunikation und möglichen Konsequenzen, insbesondere inwieweit Influencerinnen mit einer jeweils hohen Follower-Anzahl und regelmäßigen Posts mit ihren Instagram-Beiträgen gegen die Pflicht zur Kennzeichnung von Werbung verstoßen haben, auseinandergesetzt. In allen drei Verfahren hatte der Kläger, ein Verein zur Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder (Verband Sozialer Wettbewerb e.V.), die Influencerinnen wegen unzulässiger Schleichwerbung aufgrund nicht als Werbung gekennzeichneter Posts auf Unterlassung und Kostenerstattung in Anspruch genommen. Im Einzelnen:

a. Zum Verfahren I ZR 90/20 – Influencer I (Luisa-Maxime Huss)

Hier hatte das Gericht die Frage zu beleuchten, inwieweit ein Posting auf einem Instagram-Account

zugunsten eines fremden Unternehmens als Werbung anzusehen und somit als solche gekennzeichnet werden musste. Soweit hier eine Gegenleistung für das Posting des Beitrags entrichtet wird (wie im vorliegenden Fall), ist die Frage eindeutig zu beantworten: Ein solches Posting ist als Werbung zu qualifizieren und entsprechend als solche zu kennzeichnen (§ 5a Abs. 6 UWG/§ 3a UWG i.V.m. § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG sowie § 58 Abs. 1 S. 1 RStV bzw. § 22 Abs. 1 S. 1 MStV).

Das streitgegenständliche Posting war nicht als Werbung gekennzeichnet. Nachdem die Vorinstanzen der Klage stattgegeben hatten, blieb die Revision ohne Erfolg.

b. Zum Verfahren I ZR 125/20 – Influencer II (Cathy Hummels)

Im zweiten Verfahren wurde die Klageabweisung des OLG Hamburg (Az. 15 U 142/19) vom BGH bestätigt. Hier war die Konstellation so, dass keine Gegenleistung des Herstellers floss, dessen Produkte im Rahmen des Postings „beworben“ wurden.

In einem solchen Fall wäre der Beitrag nur dann als Werbung anzusehen und aus Lauterkeitsgründen so zu kennzeichnen, „wenn der Beitrag nach seinem Gesamteindruck übertrieben werblich ist, etwa weil er ohne jede kritische Distanz allein die Vorzüge eines Produkts dieses Unternehmens in einer Weise lobend hervorhebt, dass die Darstellung den Rahmen einer sachlich veranlassten Information verlässt“. Nicht entscheidend hierfür ist laut dem BGH, ob hier Produktbilder mit sog. „Tap Tags“ versehen sind, mit denen lediglich die Produkte des Herstellers identifiziert werden. Ein werblicher Überschuss sei jedoch gegeben, wenn neben dem „Tap Tag“ noch auf die Internetseite des Herstellers des abgebildeten Produkts verlinkt wird, wie im vorliegenden Fall. Allerdings hatte dies keine Auswirkungen auf die Kennzeichnungspflicht. Denn soweit in einem Posting absatzfördernde Äußerungen – sei es für das eigene Unternehmen oder für Dritte – klar als kommerzielle Kommunikation bzw. Werbung erkennbar ist und keine Gegenleistung erfolgt, genügt das Verhalten (in dem Fall) der Postenden den vorgenannten Kennzeichnungsvorschriften des § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG. Bei den Bestimmungen nach dem TMG handelt es sich um bereichsspezifische Spezialvorschriften, die den Anwendungsbereich der Regelung des § 5a Abs. 6 UWG beschränken. Der Instagram-Account von Cathy Hummels ist aufgrund ihrer Bekanntheit und hohen Followerzahl für Verbraucher erkennbar für die Imagepflege und daher aus rein kommerziellen Erwägungen betrieben. Eine Gegenleistung der im Posting gezeigten und verlinkten Produkte Dritter erfolgte nicht. Daher bedurfte es keiner gesonderten Kennzeichnung.

c. Zum Verfahren I ZR 126/20 – Influencer III (Leonie Hanne)

In dem Verfahren wurde die Klageabweisung der Vorinstanzen (zuletzt OLG München, Az.: 29 U 2333/19) bestätigt. Zwar stellten die Postings der Instagram-Accountinhaberin ähnlich wie bei dem vorgenannten Sachverhalt geschäftliche Handlungen zugunsten des eigenen Unternehmens sowie ggf auch zugunsten fremder Unternehmen dar, jedoch ergebe sich der kommerzielle Zweck des Postings unmittelbar aus den Gesamtumständen. Was die geschäftlichen Handlungen zugunsten fremder Unternehmen anbelangt, so schied die Annahme eines Verstoßes gegen § 5a Abs. 6 UWG aus, da – wie bei der BGH-Entscheidung Influencer II – keine Gegenleistung floss, die Beiträge den vorrangigen Spezialvorschriften des § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG, § 58 Abs. 1 S. 1 RStV und § 22 Abs. 1 S. 1 MStV genügten und auch kein sonstiger Verstoß gegen UWG-Normen festgestellt werden konnte.

4. Scheinbar private Posts in Sozialen Medien können durchaus geschäftlicher Natur und als unternehmerische Tätigkeit zu qualifizieren sein. Daran ändert es auch nichts, wenn über ein Instagram-Account ansonsten nur private Beiträge veröffentlicht werden. Posts von einer als Influencer tätigen Person mit einer höheren Anzahl an Followern werden im Zweifel immer als geschäftliche Handlungen zugunsten des eigenen Unternehmens zu qualifizieren sein. Denn die Vermarktung und Ausweitung der eigenen Reichweite steigert den Marktwert für Drittunternehmen, die Influencer als Marketingtool sehen und einsetzen.

Während der BGH sich nicht damit befasst hat, wann die Grenze von einer Tätigkeit als Privatperson zur Tätigkeit als Unternehmer/in überschritten wird, so sind jetzt zumindest ein paar Parameter fixiert, unter welchen Bedingungen Beiträge als Werbung für die eigene oder fremde Geschäftstätigkeit als solche zu kennzeichnen sind, insbesondere, wenn hier mit einem Post vorrangig die Förderung des Absatzes eines Drittunternehmens bezweckt wird. Für den Betrachter eines Posts muss jeder mit einem Kommunikationsakt verfolgte kommerzielle Zweck klar und eindeutig erkennbar sein.

5. Auf Basis des am 13. Februar 2020 vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz („BMJV“) veröffentlichten Regelungsvorschlags zur Abgrenzung nichtkommerzieller Kommunikation zur Information und Meinungsbildung von geschäftlichen Handlungen (Influencer) wurde am 20. Januar 2021 ein Regierungsentwurf veröffentlicht, der den für solche Sachverhalte vorrangig anwendbaren § 5a Abs. 6 UWG durch einen § 5a Abs. 4 UWG ersetzt („Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht"). Hiernach müssen nur noch Posts, die gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgen, als „Werbung" oder „Anzeige" gekennzeichnet werden. Damit soll einer überobligationsmäßigen Kennzeichnung bei Posts in sozialen Medien vorgebeugt werden. Eine solche wird als Gefahr für den Verbraucher angesehen: Denn wenn durchweg alle Posts eines Influencers – auch solche ohne irgendeinen Produktbezug, die eindeutig aus der Privatsphäre entstammen – als „Anzeige" deklariert werden oder als solche deklariert werden müssten, würden die Verbraucher die bezweckte Warnung vor werblichen Inhalten nicht mehr ernst nehmen und im Übrigen schwieriger zwischen redaktionellen und werblichen Inhalten unterscheiden können. Man hätte dann eine Täuschung durch Überkennzeichnung. Dieses Gesetz tritt allerdings erst im Mai 2022 in Kraft.

6. Nachdem die vorgenannten Entscheidungen des BGH richtungsweisend sind, werden diese auch noch nach Inkrafttreten der UWG-Novelle fortgelten. Im Ergebnis werden mit dem Schritt die bereits telemedienrechtlich umgesetzten Regelungen ins UWG übernommen.

Bei Postings zu Produkten, für die es eine Gegenleistung vom Hersteller gab, ist somit das Posting stets entsprechend als Werbung zu kennzeichnen, und zwar in einer Art und Weise, die auf den ersten Blick und zweifelsfrei hervortritt. Wir empfehlen hier die Dauereinblendung der Bezeichnung „Werbung“, „Anzeige“ oder – je nach Sprachwahl und ggf. Zielpublikum – z.B. „Advertisement“ in einer auf den üblichen Endgeräten lesbaren Schriftgröße in einer entsprechenden Kontrastfarbe zum Hintergrund. Wenn der Hinweis erst erfolgt, wenn man auf einen „Tap Tag“ klickt, ist dies zu spät. Eine Kennzeichnungspflicht entfällt lediglich, soweit hier nur die Leistungen/Produkte des Influencers, sprich die eigenen Unternehmungen dadurch gefördert werden sollen.

JUVE Handbuch Wirtschaftskanzleien 2021/2022

Genannt werden Preu Bohlig & Partner in den Kategorien „Patentprozesse/Rechtsanwälte“, „Marken- und Designrecht“, „Wettbewerbsrecht“, sowie im Gesundheitswesen: „Pharma- und Medizinprodukterecht“

Peter von Czettritz ist "Führender Berater im Pharma- und Medizinprodukterecht"

„Oft empfohlen“ im Bereich Patentprozesse/Rechtsanwälte:
Dr. Ludwig von Zumbusch, Prof. Dr. Christian Donle, Dr. Christian Kau und Daniel Hoppe

Soweit Dritte von dem Posting profitieren und keine Gegenleistung erfolgt ist, ist zu zwar aus wettbewerbsrechticher Sicht zu unterscheiden, inwieweit dies aufgrund der Gesamtumstände für den Verbraucher offensichtlich ist. Soweit dies nicht offensichtlich ist, jedoch mittels Tap Tags unmittelbar auf das Angebot des Drittunternehmens verlinkt ist, wäre hier nach UWG-Vorgaben auch eine entsprechende Kennzeichnung als Werbung vorzunehmen. Nur bei einer gänzlich offensichtlichen Werbung für Dritte ist diese entbehrlich. Allerdings entfällt die vorgenannte Kennzeichnungspflicht nach dem vorrangig anwendbaren TMG mangels Gegenleistung.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass die rechtlichen Fragestellungen und Fallstricke mit den vorgenannten BGH-Entscheidungen nicht gänzlich geklärt bzw. weg sind; jedoch wurden diese reduziert auf Grenzfälle, für die die Rechtsprechung sicherlich weitere Regelungen aufzeigen wird, jedenfalls bis zur nächsten UWG- oder TMG-Novelle, die über eine entsprechende EU-Richtlinie angestoßen werden sollte. In einem ubiquitär zugänglichen Medienraum mit nationalen Regelungen vorzustoßen würde sicherlich einer EU-weiten, einheitlichen Regelung zuwiderlaufen.

Dr. Jan Peter Heidenreich, LL.M.
Rechtsanwalt, Partner
Hamburg

Tel +49 (0)40 6077233-0
jph@preubohlig.de
Profil: Link Website

Dr. Alexander Bayer, LL.M (McGill)
Rechtsanwalt, Partner
München

Tel +49 (0)89 383870-0
aba@preubohlig.de
Profil: Link Website

Bewässerungsspritze II

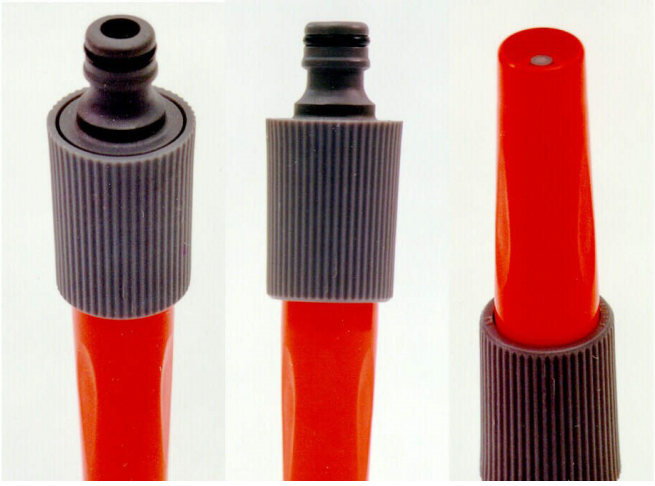
In unserem Newsletter vom 9. März 2021 berichteten wir über die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs zur Berechnung des Ablaufes des Fünfjahres-Zeitraums zur Erklärung des Verfalls einer Unionsmarke (Urteil vom 17.12.2020, C-607/19 – Husqvarna).

Hintergrund war das Vorabentscheidungsgesuch des Bundesgerichtshofs zur Auslegung der Verfallsvorschriften von (neu) Artikel 58 (1) a) UMV (Verordnung Nr. 2017/1001).

Der Bundesgerichtshof hat nunmehr die Vorgaben des Gerichtshofs in seinem Urteil „Bewässerungsspritze II“ (Urteil vom 22.07.2021, Az. I ZR 212/17) umgesetzt.

Zum Hintergrund: Das Unternehmen Husqvarna, Hersteller von Geräten für die Garten- und Landschaftspflege, ist Inhaberin einer am 26.01.2000 für „Bewässerungsspritzen“ eingetragenen dreidimensionalen Unionsmarke (Nr. 000456244). Lidl bot zwischen Juli 2014 bis 2015 ein Spiralschlauch-Set an, dass u. a. aus hochgradig ähnlichen Spritzen für Gartenschläuche bestand. Husqvarna reichte vor diesem Hintergrund im Jahr 2015 Klage gegen Lidl beim Landgericht Düsseldorf u. a. auf Unterlassung und Schadensersatz ein. Lidl beantragte widerklagend im September 2015 die Erklärung des Verfalls der Unionsmarke von Husqvarna wegen Nichtbenutzung. Die von der Marke geschützten Produkte waren seit Mai 2012 nicht mehr vertrieben worden.

Die Frage war, ob der für die Berechnung des ununterbrochenen Zeitraums der Nichtbenutzung der Zeitpunkt der Erhebung der Widerklage im September 2015 oder der Zeitpunkt des Schlusses der letzten mündlichen Verhandlung am 24. Oktober 2017 maßgeblich sei. Die von der Marke geschützten Waren waren ab Mai 2012 nicht mehr vertrieben worden.



In dem Urteil „Bewässerungsspritze II“ hat nunmehr der Bundesgerichtshof die Rechtsprechung des Gerichtshofs auf den Sachverhalt angewandt. Danach kommt es für die Feststellung, ob der in Artikel 58 (1) a) UMV genannte ununterbrochene Nichtbenutzungszeitraum von fünf Jahren abgelaufen ist, auf den Zeitpunkt der Erhebung der Widerklage auf Erklärung des Verfalls an.

Nachdem die Voraussetzungen des Verfalls zum Zeitpunkt der Erhebung der Widerklage noch nicht erfüllt waren, hat der Bundesgerichtshof die Widerklage auf Löschung der Klagemarke abgewiesen.

Astrid Gérard, LL.M.
Rechtsanwältin, Partnerin
München

+49 (0)89 383870-0
asg@preubohlig.de
Profil: Link Website

Goldhase III

Mit dem Urteil vom 29.7.2021 in der Sache „Goldhase III“ hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass Lindt & Sprüngli (im Folgenden „Lindt“) an dem Goldton des „Goldhasen“ eine Farbmarke kraft Verkehrsgeltung für Schokoladenhasen gemäß § 4 Nr. 2 Markengesetz erworben hat. Das Urteil ist z. B. abgedr. in WRP 2021, 1295.

Der „Goldhase“ beschäftigt die Gerichte schon seit vielen Jahren (sh. insbesondere OLG Frankfurt/Main, GRUR-RR 2008, 191; BGH GRUR 2011, 148; OLG Frankfurt am Main, GRUR-RR 2012, 255; BPatG, GRUR 2011, 68; OLG Frankfurt am Main GRUR-RR 2004, 136; österreichischer OGH, GRUR Int 2005, 945; BGH GRUR 2007, 235; EuG GRUR 2011, 425 und EuGH GRUR 2012, 925).

In der zuletzt genannten Entscheidung hat der EuGH festgestellt, dass die Form des „Goldhasen“ mit rotem Band und Glöckchen mangels Unterscheidungskraft nicht als Gemeinschaftsmarke eintragungsfähig sei.

Lindt verfügte damit nicht über eine Formmarke an dem „Goldhasen“.

In dem jetzigen Verfahren hat Lindt geltend gemacht, dass sie eine Farbmarke an dem Goldton des „Goldhasen“ kraft Verkehrsgeltung gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG erworben hat. Lindt hat dazu folgendes vorgetragen: Der Goldhase werde als 10 g, 50 g, 100 g, 200 g, 500 g und 1 kg Schokoladenhase angeboten. Es gäbe verschiedene Sorten, die sich äußerlich vor allem durch die farbliche Gestaltung des Halsbandes unterscheiden würden. Der Lindt-Goldhase sei im Jahre 1952 entwickelt worden und werde seitdem in Deutschland in goldener Folie angeboten. Im aktuellen Goldton werde er seit dem Jahre 1994 in Deutschland vertrieben. Lindt habe in den letzten 30 Jahren allein in Deutschland mehr als 500 Millionen Goldhasen abgesetzt. Der Lindt-Goldhase sei der mit Abstand meistverkaufte Osterhase Deutschlands. Sein Marktanteil habe in Deutschland im Jahre 2017 über 40 % betragen. Lindt bewerbe den Goldhasen vor und zu Ostern in großem Umfang in einer Vielzahl unterschiedlicher Medien. Ferner legte Lindt ein Verkehrsgutachten aus dem September 2018 vor, wonach knapp 80 % des angesprochenen Verkehrs den goldenen Farbton als Herkunftshinweis auf Lindt verstehen würden.

Des Weiteren war unstreitig, dass Lindt den Goldton nicht für sämtliche oder zahlreiche Produkte aus ihrem Hause verwendet und damit nicht als „Hausfarbe“.

Das Landgericht München I gab der Klage auf der Grundlage einer kraft Verkehrsgeltung gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG erworbenen Farbmarke statt (WRP 2019, 1625). Das OLG München hob die erstinstanzliche Entscheidung auf und wies die Klage ab (WRP 2020, 1633). Zur Begründung führte das OLG München im Wesentlichen aus, dass der goldene Farbton des Lindt-Goldhasen für die Ware Schokoladenhasen keine Verkehrsgeltung erlangt habe. Das vorgelegte Verkehrsgutachten trage nicht dem Umstand Rechnung, dass die Klägerinnen die goldene Farbe nicht für Schokoladenhasen generell verwenden würden, sondern nur für ein sehr bekanntes und erfolgreiches Produkt. Die vermeintliche Zuordnung der goldenen Farbe zum „Unternehmen Lindt“ bei Schokoladenhasen beruhe allein auf der außergewöhnlichen Bekanntheit des Lindt-Goldhasen und begründe keine Verkehrsgeltung der Farbe des Goldhasen für jede Form der in entsprechender Goldfolie eingewickelten Schokoladenhasen. Dementsprechend liege allein in der großflächigen Benutzung der goldenen Farbe für die Hasen der Beklagten auch keine markenmäßige Benutzung.

Der Bundesgerichtshof sah die Sache anders und stellte fest, dass Lindt sehr wohl eine Benutzungsmarke gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG kraft Verkehrsgeltung an dem Goldton für den Goldhasen erworben habe.

Nach § 4 Nr. 2 MarkenG entsteht der Markenschutz durch die Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr, soweit das Zeichen innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat.

Der Bundesgerichtshof nahm insoweit Bezug auf das von Lindt vorgelegte Verkehrsgutachten, wonach mehr

als 80 % der Befragten den goldenen Farbton als Herkunftshinweis auf Lindt ansehen würde. Für die Annahme einer Verkehrsdurchsetzung in den beteiligten Verkehrskreisen gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG werde im Regelfall ein 50 % übersteigender Zuordnungsgrad ausreichen (z. B. BGH GRUR 2015, 581 – Langenscheidt – Gelb und GRUR 2015, 1012 – Nivea - Blau). Da der erforderliche Zuordnungsgrad für eine Verkehrsgeltung innerhalb beteiligter Verkehrskreise im Sinne von § 4 Nr. 2 MarkenG niedriger liegen könne als bei der Verkehrsdurchsetzung (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Kommentar zum Markengesetz, zu § 4, Rn. 47 und § 8 Rn. 665), genüge ein Zuordnungsgrad von über 50 % erst recht für eine Verkehrsgeltung.

Für die Verkehrsgeltung eines Farbzeichens sei es – entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts – auch nicht erforderlich, dass es sich um eine sogenannte „Hausfarbe“ für sämtliche oder jedenfalls für eine Vielzahl von Waren des betreffenden Unternehmens handele. Diese Voraussetzung könne der Vorschrift des § 4 Nr. 2 MarkenG nicht entnommen werden. Der Erwerb von Verkehrsgeltung setze nur voraus, dass das betreffende Zeichen als Hinweis auf die Herkunft eines Produkts diene und diese Voraussetzungen seien, wie dargelegt, hier gegeben.

Der BGH entschied in der Sache nicht. Er hob vielmehr das Berufungsurteil auf und verwies die Sache zurück, weil das Berufungsgericht noch Feststellungen zu der behaupteten Verletzung der Farbmarke treffen müsse. Die Entscheidung des Oberlandesgerichts München in dem wiedereröffneten Berufungsverfahren bleibt abzuwarten.

Jürgen Schneider
Rechtsanwalt, Partner
München

Tel +49 (0)89 383870-0
jsc@preubohlig.de
Profil: Link Website

Änderungen am IntPatÜbkG mit Blick auf das Inkrafttreten des EPGÜ

Der Start des Einheitlichen Patentgerichts rückt nun näher. Der Bundestag hat daher Ende August Änderungen am IntPatÜbkG beschlossen, die mit dem Inkrafttreten des EPGÜ wirksam werden (BGBl. 2021 Teil I Nr. 59, S. 3914). Das nun verabschiedete Änderungsgesetz entspricht dem bereits 2017 vorgestellten Entwurf.

Es ergeben sich insbesondere erhebliche Veränderungen beim Doppelschutzverbot (Art. II § 8 IntPatÜbkG). Nach dessen Neufassung gilt das Doppelschutzverbot in Zukunft nur noch für Europäische Patente, für die wirksam (!) ein Opt-Out erklärt wurde (§ 8 Abs. 1 IntPatÜbkG n.F.). Ein paralleles deutsches Patent verliert seine Wirkung an dem Tag, an dem das Opt-Out wirksam geworden ist. Für den Fall, dass das Opt-Out nachträglich gemäß Artikel 83 Abs. 4 EPGÜ zurückgenommen wird (sog. Opt-In), verbleibt es dabei, dass das deutsche Patent keine Wirkungen mehr entfaltet. Europäische Patente mit einheitlicher Wirkung (EPeW) können ebenfalls mit einem nationalen DE-Patent flankiert werden, ohne dass dieses seine Wirkung verlieren würde.

Die Neuregelung des Doppelschutzverbots macht es deutlich attraktiver, kein Opt-Out zu erklären, sondern parallel zum Europäischen Patent die nationale Stammanmeldung weiterzuführen. Erwägenswert ist auch die Inanspruchnahme der Priorität für eine deutsche Nachanmeldung, sofern zunächst eine EP-Anmeldung eingereicht wurde. Auf diese Weise kann man sich die Möglichkeit bewahren, vor dem Einheitlichen Patentgericht europaweit gegen Verletzungshandlungen vorzugehen, ohne die Option aufzugeben, vor den nationalen Gerichten aus dem deutschen Patent zu klagen. Zu betonen ist auch die Stärkung des Europäischen Patents mit einheitlicher Wirkung. Für das EPeW fällt das Doppelschutzverbot. Dies beugt einerseits dem Risiko der zentralen Vernichtung des EPeW vor dem Einheitlichen Patentgericht vor, andererseits ermöglicht es im Falle einer Patentverletzung, flexibel reagieren zu können. In der Gesetzesbegründung heißt es hierzu: „Es wird daher vorgeschlagen, die Verhältnisse zwischen einem nationalen Patent und einem EPeW mit einheitlicher Wirkung sowie zwischen einem nationalen Patent und einem Europäischen Patent neu zu gestalten. Das vorgeschlagene System ergibt sich bei einer Zusammenschau der §§ 8, 15 Absatz 1 und 18 IntPatÜbkG-E. In der Regel soll es möglich sein, neben einem Europäischen Patent oder einem EPeW ein nationales Patent zu halten“.

Die Regelung gilt nur für solche nationalen Patente, die nach dem Inkrafttreten des EPGÜ erteilt werden. Es kommt also nicht auf die Anmeldung, sondern nur auf den Tag der Erteilung an. DE-Patente, die vor der

Erteilung stehen, sollten also daraufhin überprüft werden, ob die Erteilung nicht hinausgezögert werden kann, um von dieser Möglichkeit profitieren zu können. Ausgeschlossen ist es allerdings, wegen ein und desselben Verletzungssachverhalts aus einem Europäischen Patent und einem inhaltsgleichen deutschen Patent vor dem Einheitlichen Patentgericht und gleichzeitig vor einem nationalen Gericht vorzugehen (Art. II § 18 IntPatÜbkG n.F., sog. Einrede der doppelten Inanspruchnahme). Hiervon unberührt bleibt der Eilrechtsschutz (Art. II § 18 Abs. 4 IntPatÜbkG).

Das Gesetz regelt auch das Verhältnis von deutschem Teil des EP und Europäischem Patent mit einheitlicher Wirkung (EPeW). Gemäß Art. II § 15 Abs. 2 IntPatÜbkG hört der deutsche Teil des EP auf zu existieren, sobald das Einheitspatent wirksam erteilt ist. Wird indes der Antrag auf einheitliche Wirkung zurückgewiesen, kann gemäß Art. II § 15 Abs. 3 IntPatÜbkG die Jahresgebühr für den deutschen Teil des EP noch nach Rechtskraft der Entscheidung über die Zurückweisung der Eintragung der einheitlichen Wirkung bezahlt werden; damit werden gefährliche Schutzrechtslücken verhindert, denn es kann nicht ausgeschlossen werden, dass eine rechtskräftige Entscheidung über die Wirksamkeit der Eintragung der einheitlichen Wirkung erst fällt, wenn die Jahresgebühr in Deutschland für das Europäische Bündelpatent bereits fällig war. Allerdings sieht die Verfahrensordnung des EPGÜ in Regel 97 hierfür ein beschleunigtes Verfahren vor, das in weniger als vier Monaten in zweiter und letzter Instanz entschieden sein soll.

Vorsicht ist geboten mit Blick auf den Entschädigungsanspruch beim Einheitspatent. Denn vor der Eintragung der einheitlichen Wirkung wird dieses behandelt wie ein gewöhnliches Europäisches Patent (Art. II § 15 Abs. 1 IntPatÜbkG mit Verweis auf Art. II §§ 1, 2 IntPatÜbkG). Auch hier bleibt es also beim Erfordernis der Einreichung einer Übersetzung der Patentansprüche ins Deutsche.

Die neu eingefügten Art. II §§ 19 und 20 IntPatÜbkG regeln die Zwangsvollstreckung aus Urteilen des Einheitlichen Patentgerichts: Zwangsmittel- und Ordnungsmittelverfahren können vor der deutschen Patentstreitkammer, in deren Bezirk der Beklagte seinen Sitz hat oder in dem vollstreckt werden soll, angestrengt werden (Art. II § 19 IntPatÜbkG); einer gesonderten Klauselerteilung bedarf es nicht, s. Art. 82 Abs. 1 S. 2 EPGÜ. Für die Zwangsvollstreckung gelten die §§ 802a ff. ZPO (für Vollstreckung von Geldforderungen) ebenso wie die §§ 887, 888 und 890 für die Vollstreckung von vertretbaren Handlungen, unvertretbaren Handlungen und Verpflichtungen zur Duldung oder zum Unterlassen. Für die Betreibung der Zwangsvollstreckung bedarf es einer durch einen hierzu befugten Übersetzer erstellten Übersetzung des zugrundeliegenden Urteils ins Deutsche (Art. II § 19 Abs. 2 IntPatÜbkG).

Daneben eröffnet auch das EPGÜ die Möglichkeit, Ordnungs- und/oder Zwangsgelder beim Gericht erster Instanz zu beantragen. die dann nach Art. II § 20 IntPatÜbkG per Justizbeitreibungsordnung vollstreckt werden. Jedenfalls für die Vollstreckung von

JUVE Ranking Patenrecht 2021

Oft empfohlen:

Dr. Ludwig von Zumbusch, Prof. Dr. Christian Donle („einer der Wenigen, die mit kreativen Ideen Gegner herausfordern“, Wettbewerber), Dr. Christian Kau („macht einfach einen guten Job“, Wettbewerber), Daniel Hoppe

Zwangs- und Ordnungsgeldern erscheint dies der sinnvollere Weg, da dann – vergleichbar mit der jetzigen Situation in Deutschland – diejenige Kammer des Einheitlichen Patentgerichts den Titel auslegt, die ihn auch erlassen hat.

Die Gesetzesbegründung zum Änderungsgesetz beschäftigt sich schließlich noch mit der (höchst umstrittenen) Frage, welches Recht nationale Gerichte anwenden müssen, wenn ein Europäisches Patent Grundlage eines Verletzungsstreits ist, für das ein Opt-Out erklärt wurde oder im Rahmen der parallelen Zuständigkeit von Einheitlichem Patentgericht und nationalen Gerichten. Mit Verweis auf die „Intepretative Note“ des Vorbereitenden Ausschusses zur Errichtung des Einheitlichen Patentgerichts vom 29. Januar 2014 (im Internet abzurufen unter https://www.unified-patent-court.org/news/interpretative-note-–-consequences-application-article-83-upca) stellt sich der deutsche Gesetzgeber auf den Standpunkt, dass dann IntPatÜbkG und PatG direkt zur Anwendung kommen.

Zwischenzeitlich laufen die weiteren Vorbereitungen für den Start des Einheitlichen Patentgerichts und insbesondere für die Phase der vorläufigen Anwendbarkeit institutioneller Bestimmungen. Ende September hat Deutschland das sogenannte PPA-Protokoll ratifiziert. Mit diesem Protokoll werden die Bestimmungen zu den Institutionen des EPGÜ vorab angewandt, damit sich die Gremien des EPGÜ konstituieren können und insb. Richter gewählt, die Verfahrensordnung verabschiedet und Gerichtsgebäude logistisch aufgebaut werden können. Auch das IT-System wird dann bereits operationell sein und insbesondere Opt-Out-Erklärungen bereits vor dem Inkrafttreten des EPGÜ als Gericht entgegennehmen können.

Am 15. Oktober 2021 hat Slowenien nicht nur das EPGÜ, sondern auch das PAP-Protokoll ratifiziert. Es fehlt damit nur noch die Ratifizierung eines einzigen Staates, damit die Vorbereitende Phase starten kann. Aussichtsreichster Kandidat ist Österreich. Dort wurde das Gesetzgebungsverfahren zur Ratifizierung des PAP-Protokolls im Juli eingeleitet und wird voraussichtlich im Dezember 2021 oder Januar 2022 abgeschlossen sein. Das PAP-Protokoll tritt in Kraft am Tag nach Erreichen der notwendigen Anzahl von Ratifikationen.

Andreas Haberl
Rechtsanwalt, Partner
München

Tel +49 (0)89 383870-0
aha@preubohlig.de
Profil: Link Website

Konstantin Schallmoser, LL.M. (Paris II)
Rechtsanwalt, Partner
München, Paris
Tel +33 (0)153815040
ksc@preubohlig.de
Profil: Link Website

Das neue Lieferkettengesetz - was Sie jetzt erwartet

Am 11.06.2021 hat der Bundestag das das Gesetz über unternehmerische Sorgfaltspflichten in Lieferketten - kurz: Lieferkettengesetz oder Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) - verabschiedet, welches zum 01.01.2023 in Kraft tritt. Durch das Gesetz werden Unternehmen verpflichtet, menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten in ihren Lieferketten in angemessener Weise zu beachten.

ANWENDUNGSBEREICH

Das Gesetz gilt ab dem 01.01.2023 für alle Unternehmen, die ihre Hauptverwaltung, Haupt- oder Zweigniederlassung sowie ihren Verwaltungs- oder Satzungssitz in Deutschland haben und mindestens 3.000 Arbeitnehmer beschäftigen. Dabei werden ins Ausland entsandte Mitarbeiter ebenso mitgezählt, wie die Arbeitnehmer sämtlicher konzernangehöriger Unternehmen einer Obergesellschaft. Auf die Rechtsform des Unternehmens kommt es dabei nicht an, vgl. § 1 LkSG.

Zum 01.01.2024 sinkt der Schwellenwert von 3.000 auf 1.000 Arbeitnehmer. Im Jahr 2024 soll dann ebenfalls darüber beraten werden, ob der Anwendungsbereich des Lieferkettengesetzes weiter ausgedehnt wird und auch Unternehmen mit weniger als 1.000 Mitarbeitern umfasst werden sollen. Damit kann spätestens ab 2024 auch ein nicht unerheblicher Teil der kleineren und mittleren Unternehmen (KMU) vom Anwendungsbereich des Lieferkettengesetzes umfasst sein.

PFLICHTENKATALOG FÜR UNTERNEHMEN

Unternehmen die in den Anwendungsbereich des Lieferkettengesetzes fallen, sind verpflichtet menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten in ihren Lieferketten in angemessener Weise berücksichtigen. Dazu enthält das Lieferkettengesetz eine abschließende Liste menschenrechtlicher und umweltbezogener Verbote unter Bezugnahme auf zugrundeliegende völkerrechtliche Übereinkommen, vgl. § 2 LkSG. Diese sind unter anderem:

- Das Verbot von Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Sklaverei,

- Das Verbot der Missachtung des Arbeitsschutzes und der Koalitionsfreiheit,

- Das Verbot von Ungleichbehandlung und Diskriminierung,

- Einhaltung von Umweltstandards und sonstigen umweltbezogenen Verboten.

Der Begriff der Lieferkette wird in diesem Zusammenhang weit verstanden. Umfasst sind danach sämtliche Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens im In- und Ausland, sowie insbesondere die Handlungen unmittelbarer und mittelbarer Zulieferer. Zu den einzuhaltenden Sorgfaltspflichten zählen insbesondere:

- Einrichtung eines Risikomanagements,
- Durchführung regelmäßiger Risikoanalysen,
- Verabschiedung einer Grundsatzerklärung über die Menschenrechtsstrategie,
- Verankerung von Präventionsmaßnahmen,
- Ergreifen von Abhilfemaßnahmen,
- fortlaufende Dokumentation und Berichterstattung.

Die betroffenen Unternehmen sind allerdings nicht verpflichtet, die Einhaltung der menschenrechtlichen und umweltbezogenen Verbote zu garantieren. Vielmehr gilt für die Unternehmen eine Bemühenspflicht. Die Anforderungen an die Erfüllung dieser Sorgfaltspflichten stehen unter einem Angemessenheitsvorbehalt. Kriterien für die Konkretisierung der Angemessenheit sind: Art und Umfang der unternehmerischen Tätigkeit, Einflussvermögen des Unternehmens auf den unmittelbaren Verursacher einer Verletzung, typischerweise zu erwartende Schwere der Verletzung, Reversibilität oder Wahrscheinlichkeit einer Verletzung, sowie die Art des unternehmerischen Verursachungsbeitrags. Das Einflussvermögen des Unternehmens ist also regelmäßig umso geringer, je weiter die Gefahrenquelle in der Lieferkette von dem verantwortlichen Unternehmen entfernt ist. Daher gelten für die von unmittelbaren Zulieferern hervorgerufenen Menschenrechts- und Umweltrisiken strengere Sorgfaltsanforderung als für solche, die von mittelbaren Zulieferern hervorgerufen werden. Umfassende Sorgfaltspflichten für mittelbare Zulieferer gelten explizit nur dann, wenn ein Unternehmen substantiierte Kenntnis von der Verletzung einer geschützten Rechtsposition erlangt, § 9 LkSG. Nach der Gesetzesbegründung kommt eine solche Kenntnis aber bereits dann in Betracht, wenn der jeweilige Zulieferer in einer Region oder Branche mit generell bestehenden menschenrechtlichen oder umweltbezogenen Risiken tätig wird.

MÖGLICHE SANKTIONEN

Die Einhaltung des Lieferkettengesetzes wird vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle überwacht. Bei Verstößen gegen Vorschriften des Lieferkettengesetzes können Bußgelder von mehreren hunderttausend Euro oder von bis zu 2 % des durchschnittlichen Jahresumsatzes verhängt werden. Darüber hinaus können Unternehmen für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren von der Vergabe öffentlicher Aufträge ausgeschlossen werden.

Anders als zunächst im Gesetzgebungsverfahren diskutiert, begründet ein Verstoß gegen Vorschriften aus dem Lieferkettengesetz keine eigene zivilrechtliche Haftung, z.B. von Geschädigten auf Schadensersatz. Es wird sich zeigen, ob die Gerichte diese Einschränkung akzeptieren oder ob mit dem Lieferkettengesetz nicht doch ein neuer Maßstab an Sorgfaltspflichten eingeführt wird, welcher indirekt auch zu einer höheren zivilrechtlichen Haftungsbelastung von Unternehmen führt.

Focus Spezial 2021 – Deutschlands Top Anwälte 2021

Preu Bohlig & Partner gehört zu den Top-Wirtschaftskanzleien in Deutschland.

Das ist das Ergebnis einer Befragung, durchgeführt von den unabhängigen Research-Analysten der FOCUS Line Extensions.
Wir wurden genannt im Patent- und Markenrecht sowie in Gesundheit / Pharmazie.

EUROPÄISCHER AUSBLICK

Auch auf EU-Ebene gibt es Bestrebungen zur Harmonisierung der mitgliedstaatlichen Regelungen zum Menschenrechts- und Umweltschutz in Lieferketten. Der Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments hat im Januar 2021 einen umfassenden Forderungs- und Empfehlungskatalog an die Kommission vorgelegt und zugleich einen Richtlinienvorschlag unterbreitet. Der Vorschlag des EU-Parlaments deckt sich in weiten Teilen mit dem LkSG, geht aber teilweise auch darüber hinaus. So sollen nach dem Vorschlag des EU-Parlaments auch kleine und mittlere Unternehmen, die an der Börse notiert oder in Risikobranchen tätig sind in den Anwendungsbereich fallen. Auch wird nach dem Vorschlag nicht zwischen mittelbaren und unmittelbaren Zulieferern unterschieden.

FAZIT UND EMPFEHLUNG

Das Lieferkettengesetz ist ein lang angekündigter gesetzgeberischer Schritt zur Sicherung von Menschenrechten und Umweltstandards in Lieferketten. Gleichzeitig stellt es Unternehmen aber auch vor Herausforderungen: So ist der im LkSG mehrfach sehr offen gehaltene Wortlaut - z.B. bei der Frage ob sich ein Unternehmen angemessen um die Einhaltung der Sorgfaltspflichten bemüht hat - für die betroffenen Unternehmen vorerst fast unkalkulierbar. Eine Klarstellung durch die behördliche Praxis, Verwaltungsvorschriften, Rechtsvorschriften und letztlich auch richterliche Entscheidung wird zwar nach und nach erfolgen, macht eine vorausschauende Planung für Unternehmen aber schwierig. In Anbetracht der hohen Bußgelder wird in der Fachliteratur hinterfragt, inwieweit der Gesetzgeber hier seiner aus dem Bestimmtheitsgrundsatz, Art. 103 II GG, resultierenden Verpflichtung genüge getan hat. Unternehmen mit einer Mitarbeiterzahl von mehr als 1.000 Mitarbeitern sind gut beraten, sich bereits jetzt mit den Anforderungen des Lieferkettengesetzes auseinandersetzen und eine zügige Implementierung in ihre Compliance-Systeme vorzunehmen. Dies ist insbesondere ratsam, da gegenwärtig bereits an einer EU-weiten Regelung, mit zum teils noch strengeren Regeln gearbeitet wird.

Albrecht Lutterbeck
Rechtsanwalt, Partner
Düsseldorf

Tel +49 (0) 211 598916-0
alu@preubohlig.de
Profil: Link Website

OLG Düsseldorf wertet patentrechtlichen Rückrufanspruch auf

Das OLG Düsseldorf hat sich kürzlich in zwei Beschlüssen (Beschl. v. 20.9.2021 – I-2 W 18/21, GRUR-RS 2021 – Rückrufvollstreckung I, 28744 und Beschl. v. 24.9.2021 – I-2 W 19/21, GRUR-RS 2021, 28722 – Rückrufvollstreckung II) mit den Anforderungen an die Erfüllung des patentrechtlichen Rückrufanspruchs befasst.

Danach ist zur Erfüllung des Rückrufanspruchs Zweierlei erforderlich: Erstens – das ist nicht neu – muss der Rückrufschuldner seine gewerblichen Abnehmer ernsthaft dazu auffordern, die patentverletzenden Gegenstände zurückzugeben. Zweitens – das ist neu – muss der Rückrufschuldner dem Rückrufgläubiger den durchgeführten Rückruf nachweisen, entweder durch Vorlage sämtlicher versendeter Rückrufschreiben oder eines Musters und einer Adressliste, in der alle Empfänger des Rückrufschreibens aufgeführt sind.

Die Pflicht des Schuldners zur Offenlegung sämtlicher Rückrufadressaten gegenüber dem Gläubiger sei implizierter Bestandteil des Rückrufanspruchs. Sie bestehe unabhängig davon, ob sie im Tenor ausdrückliche Erwähnung findet und ob der Gläubiger neben dem Rückruf- auch einen Auskunftsanspruch geltend macht. Zwar gebe es faktische Überschneidungen der Informationen zu den Rückrufadressaten mit den gemäß § 140b PatG zu erteilenden Auskünften über die Abnehmer patentverletzender Erzeugnisse. Trotzdem handele es sich um zwei selbstständige Ansprüche, die der Patentinhaber unabhängig voneinander durchsetzen könne. Anderenfalls müsste der Patentinhaber immer auf Rückruf und auf Auskunft klagen, nur, um die Erfüllung des Rückrufanspruchs nachvollziehen zu können; dies finde weder im Patentgesetz noch in der Durchsetzungsrichtlinie eine Stütze.

Das OLG Düsseldorf scheint dem Rückrufgläubiger damit einen selbstständig durchsetzbaren Anspruch auf Nachweis der Erfüllung der Rückrufverpflichtung durch Offenlegung sämtlicher Rückrufadressaten an die Hand zu geben. In der Vergangenheit hatte sich das OLG Düsseldorf noch ausdrücklich gegen einen solchen Anspruch ausgesprochen, jedenfalls dann, wenn die Offenlegungspflicht nicht im Rückruftenor auftauchte und die Schuldnerin auch zur Rechnungslegung über die gewerblichen Abnehmer der angegriffenen Erzeugnisse verurteilt worden war (Beschl. V. 26.5.2015 – 2 W 9/15, BeckRS 2016, 5567). Die Offenlegung sämtlicher Rückrufadressaten wurde allenfalls im Berufungs- oder Vollstreckungsverfahren für die substantiierte Darlegung einer eingewandten Erfüllung des Rückrufanspruchs vom Schuldner verlangt (vgl. OLG Düsseldorf, Urt. V. 6.5.2010 – 2 U 98/09, BeckRS 2010, 15888).

Überdies beschäftigte sich das OLG Düsseldorf mit dem Erfordernis der „Ernsthaftigkeit“ und betonte, dass der Rückruf nicht als „bloße Bitte“ formuliert sein dürfe. Eine Aufforderung zur Rückgabe patentverletzender Gegenstände sei nur dann ernsthaft, wenn der Schuldner (i) den Grund der Rückrufaktion mitteilt und (ii) entweder überhaupt nicht, auch nicht konkludent, auf die Freiwilligkeit der Rückgabe hinweist, oder (iii) die Rückrufadressaten zugleich darüber belehrt, dass sie sich selbst Ansprüchen wegen Patentverletzung aussetzen, wenn sie die zurückgerufenen Produkte weiterhin vertreiben oder gebrauchen, und dass sie „mit Entdeckung zu rechnen“ haben, weil die Rückrufpflicht die Offenlegung aller Rückrufadressaten gegenüber dem Patentinhaber bzw. Gläubiger umfasst. Gegenüber Abnehmern, die das betreffende Patent mit dem Vertrieb oder Gebrauch der zurückgerufenen Gegenstände nicht selbst verletzen, weil sie beispielsweise im patentfreien Ausland sitzen, verbiete sich allerdings von vornherein jeder Freiwilligkeitshinweis.

Der Schuldner, der seine Abnehmer – zulässigerweise – darauf hinweist, dass die Rückgabe freiwillig ist, dürfe nur in absoluten Ausnahmefällen von der Belehrung über die negativen patentrechtlichen Konsequenzen bei fortgesetztem Benutzen der zurückgerufenen Gegenstände absehen. Die Belehrung sei nur dann entbehrlich, wenn der Abnehmer über die aufklärungspflichtigen Umstände bereits aufgrund eigenen Wissens hinreichend im Bilde ist. Grundsätzlich könne

allerdings selbst bei Unternehmen mit eigener Rechts- oder Patentabteilung kein entsprechendes patentrechtliches Detailwissen vorausgesetzt werden und auch nicht davon ausgegangen werden, dass die Abnehmer im Zeitpunkt des Rückrufverlangens anwaltlich vertreten sind. Anderes habe der Schuldner darzulegen. Auch in dieser Hinsicht scheint das OLG Düsseldorf strenger zu sein als zuvor. So hielt es in seiner früheren Rechtsprechung (Beschl. v. 26.5.2015 – I-2 W 9/15, BeckRS 2016, 5567) eine Rechtsfolgenbelehrung gegenüber Rückrufadressaten, die, wie beispielsweise Abnehmer medizinisch-technischer Erzeugnisse, ständig mit patentgeschützten Gegenständen umgehen, noch für entbehrlich und sah die Darlegungslast für eine etwaig fehlende patentrechtliche Sachkunde der Rückrufadressaten beim Gläubiger.

Die Entscheidungen des OLG Düsseldorf machen den Rückrufanspruch zu einem effektiveren Werkzeug. Dies ist im Sinne der Durchsetzungsrichtlinie, die in Art. 3 Abs. 2 verlangt, dass Maßnahmen, Verfahren und Rechtsbehelfe zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein müssen.

Daniel Hoppe
Rechtsanwalt, Partner
Hamburg

Tel +49 (0)40 6077233-0
dho@preubohlig.de
Profil: Link Website

Alice Pasch
Rechtsanwältin,
Hamburg

Tel +49 (0)40 6077233-0
apa@preubohlig.de
Profil: Link Website

Aktuelle Veranstaltungen, Seminare und Vorträge

siehe Website „Aktuelles"

JAN 2022

8. Januar 2022, Online Seminar
Kosmetikrecht kompakt
Akademie Fresenius

19. Januar 2022, Online Seminar
Kennzeichnung und Bewerbung von Kosmetika
Akademie Fresenius

Haben Sie Interesse an unserem Newsletter?

PREU BOHLIG & PARTNER
Rechtsanwälte mbB
Telefax +49 (0) 89 383870-22
oder info@preubohlig.de

Wenn Ihre Mitarbeiter, Kollegen oder andere Fachabteilungen an unserem Newsletter interessiert sind, senden Sie uns gerne dieses Formular ausgefüllt an o.g. Faxnummer oder E-Mail-Adresse.

Firma _____

Name _____

E-Mail _____

Newsletter ☐ deutsch ☐ englisch

Der Newsletter von PREU BOHLIG & PARTNER Rechtsanwälte mbB wird in regelmäßigen Abständen per E-Mail versandt. Wenn Sie am Weiterbezug eines Newsletters nicht mehr interessiert sein sollten, können Sie jederzeit eine E-Mail an die Absenderadresse des jeweiligen Newsletterversenders oder o.g. E-Mail-Adresse schicken. Sie werden dann umgehend aus den Verteilerlisten genommen und Ihre Daten werden gelöscht. Der Bezug des Newsletters ist selbstverständlich kostenlos.

Unsere Standorte

Berlin
Grolmanstraße 36
10623 Berlin
Tel +49 (0)30 226922-0
Fax +49 (0)30 226922-22
berlin@preubohlig.de

Düsseldorf
Couvenstraße 4
40211 Düsseldorf
Tel +49 (0)211 598916-0
Fax +49 (0)211 598916-22
duesseldorf@preubohlig.de

Hamburg
Neuer Wall 72
20354 Hamburg
Tel +49 (0)40 6077233-0
Fax +49 (0)40 6077233-22
hamburg@preubohlig.de

München
Leopoldstraße 11a
80802 München
Tel +49 (0)89 383870-0
Fax +49 (0)89 383870-22
muenchen@preubohlig.de

Paris
139, boulevard Haussmann
F-75008 Paris
Tel +33 (0)1 538150-40
Fax +33 (0)1 538150-41
paris@preubohlig.de

Impressum:

Zum Impressum besuchen Sie bitte folgenden Link: https://preubohlig.de/impressum/

Herausgeber: Preu Bohlig & Partner, Partnerschaftsgesellschaft mbB mit Sitz in München, eingetragen beim Partnerschaftsregister des Amtsgerichts München unter der Nummer PR2

Bildnachweis: © Adobe Stock

© Preu Bohlig & Partner 2021 . Alle Rechte vorbehalten.