

Vorsicht Falle!

Abmahnung für falsche Werbeaussagen oder Markenverstöße

Die bittere Pille zuerst: Nicht jede spontane Marketingidee lässt sich auch umsetzen. Plant ein Fitnessunternehmen eine Werbekampagne, einen Tag der offenen Tür, eine Werbebroschüre oder auch ein frisches Umbranden, ist neben der Überlegung, was am besten beim Publikum ankommt und was graphisch umsetzbar und bezahlbar ist, auch eine kleine rechtliche Prüfung – eventuell auch eine Recherche beim Patent- und Markenamt (DPMA)- erforderlich.

Wettbewerbsverstoß wegen Irreführung

Vor allem Neu – Unternehmer bzw. Existenzgründer, aber auch alte Hasen haben das Thema Wettbewerbsrecht häufig nicht im Fokus. Deshalb kommt es immer wieder zu Abmahnungen wegen irreführender Werbung. Wann Werbung als irreführend gilt, ist in § 5 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt.

Auszug: „§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen“

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt [Anm.: hierzu zählen auch Marketingmaßnahmen], die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, [Anm.: z.B. der Abschluss eines Mitgliedsvertrages] die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Eine geschäftliche Handlung ist u.a. irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben enthält.

Die Liste der unwahren oder täuschenden Angaben ist lang. Ob das Studio als besser dargestellt wird, als es ist oder wichtige Tatsachen verschwiegen werden, ist dabei egal. Wenn sich irgendetwas, Verbraucherschutzverbände, Konkurrenten oder „getäuschte Mitglieder“ beeinträchtigt fühlen, können sie das Studio bzw. den Inhaber abmahnen.

Markenverstöße und ihre Entdeckung

Überlegt ein Studioinhaber, dass er einen neuen Namen für seinen Club benötigt oder will er einen Kurs durch einen besonderen Namen besonders herausheben, kann es schnell zu einer Markenrechtsverletzung kommen. Dies ist immer dann der Fall, wenn ein anderer Markeninhaber ist. Allerdings kommt es nicht nur zur Markenrechtsverletzung, wenn genau der Name, den bereits ein Konkur-

rent für sein Studio oder sein Kursprogramm hat schützen lassen, benutzt wird. Auch ähnliche Bezeichnungen, bei denen eine Verwechslungsgefahr mit der geschützten Marke besteht, dürfen nicht genutzt werden.

Selbst wenn die Marke eines nicht in unmittelbarer Nähe arbeitenden Konkurrenten genutzt wird, besteht hier eine latente Gefahr der Entdeckung, da viele Markenrechtsinhaber einen Service nutzen, der in bestimmten Intervallen nach der Nutzung der geschützten Marke sucht. Kann der Markeninhaber beweisen, dass bei Eingabe seiner Marke in eine Suchmaschine die Webseite eines Dritten als Suchergebnis erscheint, weil der durch seine Marke geschützte Begriff auf der Webseite benutzt wird oder die Suchmaschine mit diesem Begriff „gefüttert“ wurde, ist ein Verstoß schnell nachgewiesen und wird i.d.R. abgemahnt.

Verhalten nach einer Abmahnung

Erhält das Unternehmen eine Abmahnung, kann das mit erheblichen Kosten verbunden sein. Dabei fallen nicht nur die Kosten für den eigenen und den gegnerischen Anwalt an. Eventuell müssen Name, Homepage, Plakate oder Flyer sofort eingezogen und geändert werden.

Sollte ein Anwalt, der einen Verbraucher oder einen betroffenen Mitbewerber vertritt, eine Abmahnung versenden, muss der Studioinhaber aber zunächst überprüfen, was genau ihm zur Last gelegt wird. Hat er z.B. sein Studio oder einen seiner Kurse mit einem Namen benannt, den sich eine andere Person hat schützen lassen, sollte man zunächst beim Patent und Markenamt nachsehen.

Durch eine Marken - Recherche lässt sich weitgehend feststellen, ob die geplante Namensgebung keine älteren, also bereits eingetragenen Rechte verletzt. Im DPMA



- Register können ebenfalls Unionsmarken (EM) und international registrierte Marken (IR) mit Schutzwirkung für Deutschland gratis recherchiert werden. Allerdings übernimmt das DPMA für diese Daten keine Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit. Für eine vollständige Recherche zu Marken mit Schutzwirkung in Deutschland sowie den aktuellen Rechtsstand sollten ebenfalls die Datenbanken des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) und der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) durchsucht werden.

Ist die Marke nicht geschützt, lohnt es sich, zunächst nachzufragen, woraus der Anwalt die Berechtigung herleitet, eine Abmahnung auszusprechen. Ist die Marke allerdings eingetragen, muss der Unternehmer auf jeden Fall die Anwaltsgebühren bezahlen. Die Anwaltsgebühren richten sich meistens nach einem Streit – bzw. Gegenstandswert, der oftmals viel zu hoch angesetzt wird. Das birgt zwei Ärgernisse: Zum einen ist die zu leistende Schadensersatzsumme höher, zum anderen wird auch ein gerichtliches Vorgehen teurer, da ab einem Streitwert von 5.000 € Anwaltszwang herrscht und sich das Studio vor Gericht nicht selbst vertreten kann.

In fast allen Fällen wird durch den Anwalt zusätzlich eine sog. strafbewehrte Unterlassungserklärung zur Unterzeichnung vorgelegt. Dies gilt nicht nur für die Abmahnung bei Markenverstößen sondern auch bei unlauterer Werbung oder fehlerhaften Klauseln im Mitgliedsvertrag.

Die Unterlassungserklärung, die persönlich unterschrieben werden muss, ist aus mehreren Gründen gefährlich. Das Studio muss sich u.a. verpflichten, bestimmte Namen, Kursbezeichnungen, Vertragsklauseln oder Werbeaussagen nicht mehr zu nutzen. Hierbei sollte man sehr vorsichtig sein, da die Verpflichtung keine zeitliche Begrenzung kennt. Auch wenn ein anderes Studio in einem anderen Bundesland neu eröffnet wird und der Inhaber eine vor zehn Jahren abgemahnte Klausel wiederverwendet, kann das die Vertragsstrafe auslösen. Zudem muss der Inhaber sofort alle Verträge, Homepages, Kursbezeichnungen etc. ändern. Eine abgemahnte Marke

darf nicht mehr auftauchen, da – so steht es ebenfalls in diesen Unterlassungserklärungen – der Unternehmer für jeden Fall des Verstoßes eine dort bestimmte Summe (meistens zwischen 2.000 € und 5.000 €) bezahlen muss. Da man allerdings nicht alles wortgetreu unterschreiben sollte, was einem durch den gegnerischen Anwalt vorgelegt wird, empfiehlt der DSSV in einigen Fällen eine Abänderung dieser Klausel. Dies ist, gerade im Hinblick auf die Höhe der Vertragsstrafe, unter bestimmten Voraussetzungen möglich.

Vermeidbare Fehler

Werbung arbeitet zwar gerade mit der Suggestion, dass spezielle Angebote alle Probleme lösen oder das Leben generell schöner machen, jedoch sind hier Grenzen gesetzt, was die Versprechen von Leistungen und Möglichkeiten angeht. Um gar nicht in die oben beschriebene Abmahnsituation zu kommen, sollte man versuchen, folgende Fehler zu vermeiden:

1. Tatsachenbehauptungen müssen stimmen. Wenn versprochen wird, dass ein Mitgliedsbeitrag von 29,90 € für einen 12- Monatsvertrag vereinbart wird, darf beim tatsächlichen Vertragsschluss nicht herauskommen, dass dies nur für die ersten 3 Monate gilt und anschließend eine Preiserhöhung vereinbart wird. Selbst wenn diese -für den Verbraucher entscheidende- Tatsache irgendwo in kleiner Schriftgröße am Rande eines Werbeplakates aufgedruckt wird, reicht dies oft für die Annahme einer Täuschung aus.
Anzugeben ist nach der Preisangabenverordnung gegenüber Verbrauchern immer der (Brutto-) Endpreis!
2. Das beste, größte, neueste oder einzige Studio sollte nur als Werbung genutzt werden, wenn das tatsächlich nachgewiesen werden kann (sog. Alleinstellungswerbung).
3. Zu dick aufgetragene Werbung über die wesentlichen Merkmale einer Dienstleistung sollte zwingend unterlassen werden. Beispiele:
 - Angabe über Verfügbarkeiten (z.B. Öffnungszeiten

„rund um die Uhr“, obwohl es am Wochenende eine Betriebspause von 00.00 bis 6.00 Uhr gibt)
• Vorteile der Nutzung, insbesondere die zu erwartenden Ergebnisse („garantierte Gewichtsreduktion“).

Sonderfall: Newsletter

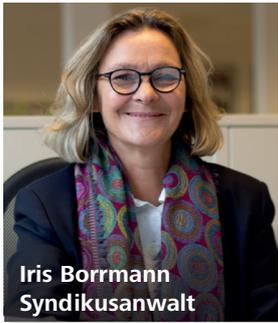
Wenn dem Studio eine Abmahnung wegen unverlangt zugesandter Werbe-Mails zugegangen ist, wird ihm darin meist der Vorwurf gemacht, dass es dem Empfänger ohne dessen ausdrückliche Einwilligung eine Werbe-Mail zugeschickt hat. Damit wird das „allgemeine Persönlichkeitsrecht“ des Verbrauchers verletzt, weil er durch die Zusendung unerwünschter Werbung beeinträchtigt wird.

Ein Newsletter ist auch dann Werbung, wenn durch ihn echte Neuigkeiten, etwa der Umzug des Studios, der An-

bau einer Sauna etc. verbreitet werden. Der Bundesgerichtshof lässt keinen Zweifel daran, dass es sich bereits um Werbung handelt, wenn dort nur ein Hinweis auf das Unternehmen und dessen Geschäftstätigkeit zu finden ist.

Die Versendung einer einzigen Mail ist ausreichend, um dafür abgemahnt werden zu können. Es gibt jedoch auch Ausnahmen: Werbende Mails dürfen an diejenigen verschickt werden, die vorher auch eingewilligt oder sich ausdrücklich damit einverstanden erklärt haben.

Das Fitnessstudio kann eine solche Einwilligung mit seinen Mitgliedern direkt bei Abschluss des Mitgliedsvertrages vereinbaren. Eine rechtssichere Formulierung einer solchen besonderen Einwilligung finden Sie im Mitgliederbereich des DSSV. ■



Iris Borrmann
Syndikusanwältin

Fragen?

Zu allen rechtlichen Fragen rund um den Studioalltag bietet die Rechtsabteilung des DSSV im Rahmen einer bestehenden Mitgliedschaft die Möglichkeit, eine kostenlose rechtliche Erstberatung mit Einschätzung der Rechtslage zu erhalten.

Neue Fördermitglieder

OFBPORTAL
Online Fitness Bewertung

OFB Portal

Das erste Portal zur datenbasierten Bewertung von Fitness- und Gesundheitsanlagen sowie Fitness- und Cardiogeräten. Das OFB Portal wird betrieben von der W.I.F.F. GmbH – Wirtschaftsinstitut für Fitness und Freizeit GmbH.

Schon seit 1995 beschäftigt sich W.I.F.F. mit der Erhebung und Analyse von Marktdaten, Erstellung von Businessplä-

nen und Existenzgründungsgutachten sowie der Beratung von Unternehmen in der Fitness- und Freizeitbranche.

Geschäftsführer der W.I.F.F. GmbH ist Günter Noll. Er ist öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger der IHK Bonn/Rhein-Sieg für die Bewertung von Fitness- und Freizeitanlagen.

www.online-fitness-bewertung.de ■

 **MEWA**
TEXTIL-MANAGEMENT

Textilsharing und Hygienesicherheit

Im sensiblen Gesundheits- und Pflegebereich ist das Einhalten von Hygienevorschriften eine Selbstverständlichkeit. Doch in vielen Einrichtungen und Praxen fehlt das Bewusstsein dafür, dass auch die Mitarbeiterkleidung ein Hygienierisiko darstellen kann.

Professionelle Textildienstleister wie MEWA stellen Mietkleidung im Rundum-Sorglos-Paket zur Verfügung und nutzen Aufbereitungsverfahren und Kontrollsysteme, die den Anforderungen im Gesundheitswesen entsprechen. Der gesamte Prozess vom Einsammeln der Kleidung über das Waschen bis zur Wiederauslieferung unterliegt einer strengen Hygiene- und Qualitätskontrolle. Die Waschverfahren werden nach der europäischen Norm EN 14065 durchgeführt und sind mit dem wfk-Siegel für Textilhygi-

ene zertifiziert. Das heißt: Kunden können sich darauf verlassen, jederzeit hygienisch einwandfreie Arbeitskleidung zu erhalten.

Neben Arbeitskleidung statet MEWA aber auch mit vielen anderen Produkten aus: Mit Putztüchern und Fußmatten sorgen sie für Sauberkeit, Waschräumen verhelfen sie zu einem hygienischen Auftritt und sie bieten hochwertige Arbeitsschutzartikel an.

DSSV-Vorteile für Mitglieder

Das Gesamtpaket erhalten Mitglieder des DSSV zu attraktiven Sonderkonditionen. Ein Rahmenvertrag verschafft Ihnen fünf Prozent Preisvorteile gegenüber den Normalpreisen.

www.mewa.de ■