



Foto: peterschreiber.media – stock.adobe.com

Abmahnungen für falsche Werbeaussagen und Markenverstöße

Vorsicht Falle!

Text: Iris Borrmann

Die bittere Pille zuerst: Nicht jede spontane Marketingidee lässt sich auch umsetzen. Sobald ein Fitnessunternehmen eine Werbekampagne, eine Broschüre, einen Tag der offenen Tür oder sogar ein Rebranding plant, ist neben den Überlegungen, was am besten beim Publikum ankommt, grafisch umsetzbar und bezahlbar ist, auch eine kleine rechtliche Prüfung erforderlich – eventuell verbunden mit einer Recherche beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA).

Vor allem Neuunternehmer und 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. d. Red.: Hierzu zählen auch Marketingmaßnahmen), *die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen* (Anm. d. Red.: z. B. der Abschluss eines Mitgliedsvertrages), *die er andernfalls nicht getroffen hätte*.

Eine geschäftliche Handlung ist unter anderem dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben enthält. Die Liste der unwahren oder täuschenden Angaben ist lang. Ob das Studio besser dargestellt wird als es ist oder wichtige Tatsachen verschwiegen werden, ist dabei egal. Sobald sich Personen, Verbraucherschutzverbände, Konkurrenten oder „getäuschte Mitglieder“ beeinträchtigt fühlen, können sie das Studio beziehungsweise den Inhaber abmahnen.

Markenverstöße und ihre Entdeckung

Wenn ein Studioinhaber einen neuen Namen für seinen Club verwenden oder einen Kurs durch einen besonderen Namen heraus-

heben will, kann es schnell zu einer Markenrechtsverletzung kommen. Das geschieht, sobald ein anderer bereits Markeninhaber dieses Namens ist. Allerdings gilt die Markenrechtsverletzung nicht nur dann, wenn der Studioinhaber beispielsweise für sein Kursprogramm einen bereits geschützten Namen verwendet. Es dürfen auch keine ähnlichen Bezeichnungen, bei denen eine Verwechslungsgefahr mit der geschützten Marke besteht, genutzt werden.

Durch das Internet besteht permanent die Gefahr einer Entdeckung. Viele Markenrechtsinhaber nutzen einen Service, der in bestimmten Intervallen alle Websites nach der Nutzung der geschützten Marke durchsucht. Kann der Markeninhaber beweisen, dass bei Eingabe seines geschützten Markennamens in eine Suchmaschine die Website eines Dritten als Ergebnis erscheint, ist ein Verstoß schnell nachgewiesen und wird in der Regel abgemahnt.

Verhalten nach einer Abmahnung

Eine Abmahnung kann mit erheblichen Kosten verbunden sein, die weit über die Kosten für den eigenen und den gegnerischen Anwalt hinausgehen. Eventuell müssen Name und Homepage geändert sowie Plakate und Flyer sofort eingezogen werden.

Wenn ein Studioinhaber von einem Anwalt, der einen Verbraucher oder einen betroffenen Mitbewerber vertritt, eine Abmahnung erhält, muss er zunächst prüfen, was ihm genau zur Last gelegt wird. Falls er sein Studio oder einen Kurs mit einem angeblich geschützten Namen benannt hat, sollte er zunächst beim Deutschen Patent- und Markenamt nachforschen.

Markenrecherche in Datenbanken

Durch eine Markenrecherche lässt sich weitgehend feststellen, ob die geplante Namensgebung keine älteren, also bereits eingetragenen Rechte verletzt. Im DPMA-Register können Unionsmarken (EM) und international registrierte Marken (IR) mit Schutzwirkung für Deutschland gratis recherchiert werden (QR-Code unten rechts). Allerdings übernimmt das DPMA für diese Daten keine Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit. Für eine vollständige Recherche zu Marken mit Schutzwirkung in Deutschland sowie zum aktuellen Rechtsstand sollten ebenfalls die Datenbanken des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) und der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) hinzugezogen werden.

Rechtliche Folgen

Ist die Marke nicht geschützt, lohnt es sich, zunächst nachzufragen, woraus der Anwalt die Berechtigung für seine Abmahnung herleitet. Ist die Marke allerdings eingetragen, muss der Unternehmer auf jeden Fall die Anwaltsgebühren bezahlen. Diese richten sich nach einem Streit- bzw. Gegenstandswert, der oft viel zu hoch angesetzt wird. Das birgt zwei Ärgernisse: Zum einen steigt die zu leistende Schadensersatzsumme, zum anderen wird auch ein gerichtliches Vorgehen teurer, da ab einem Streitwert von 5.000 EUR das Landgericht zuständig ist und somit Anwaltszwang herrscht und sich das Studio vor Gericht nicht selbst vertreten kann.

Vorsicht bei der Unterlassungserklärung

In fast allen Fällen wird durch den gegnerischen Anwalt zusätzlich eine sogenannte strafbewehrte Unterlassungserklärung zur Unterzeichnung vorgelegt. Das kann nicht nur aufgrund der Abmahnung bei Markenverstößen, sondern auch bei unlauterer Werbung oder fehlerhaften Klauseln im Mitgliedsvertrag passieren.

Die Unterlassungserklärung wird persönlich unterschrieben und ist aus mehreren Gründen gefährlich: Das Studio muss sich unter anderem verpflichten, bestimmte Namen, Kursbezeichnungen, Vertragsklauseln oder Werbeaussagen nicht mehr zu nutzen. Hierbei sollte man sehr vorsichtig sein, da die Verpflichtung keine zeitliche Begrenzung kennt. Selbst wenn der Inhaber eines neu eröffneten Studios in einem anderen Bundesland 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 der Unterlassungserklärung – der Unternehmer für jeden Fall des Verstoßes eine dort bestimmte Summe (meist zwischen 2.000 und 5.000 EUR) bezahlen muss.

Da man nicht wortgetreu alles unterschreiben sollte, was einem der gegnerische Anwalt vorlegt, empfiehlt der DSSV in manchen Fällen eine Abänderung der Klausel. Im Hinblick auf die Höhe der Vertragsstrafe ist das 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 Versprechungen von Leistungen und Möglichkeiten angeht. Um nicht in eine Abmahnungssituation zu kommen, sollte man folgende Fehler vermeiden:

1. Tatsachenbehauptungen müssen stimmen. Wird ein Mitgliedsbeitrag von 29,90 EUR für einen 12-Monatsvertrag angeboten, darf beim tatsächlichen Vertragsabschluss nicht herauskommen, dass dies nur für die ersten drei Monate gilt und anschließend

eine Preiserhöhung in Kraft tritt. Selbst wenn diese entscheidende Tatsache irgendwo in kleiner Schriftgröße am Rande eines Werbeplakates aufgedruckt steht, 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 (sogenannte Alleinstellungswerbung).
3. Zu „dick auftragende“ 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 ein Studio eine Abmahnung wegen unverlangt zugesandter Werbe-E-Mails erhält, wird ihm meist der Vorwurf gemacht, dass es dem Empfänger ohne dessen ausdrückliche Einwilligung eine Werbe-E-Mail gesendet hat. Damit wird das „allgemeine Persönlichkeitsrecht“ des Verbrauchers verletzt, weil er durch die Zusendung unerwünschter Werbung beeinträchtigt wird. Ein Newsletter gilt auch dann als Werbung, wenn er echte Neuigkeiten wie den Umzug des Studios oder den Anbau einer Sauna enthält. Der Bundesgerichtshof lässt keinen Zweifel daran, dass es sich bereits um Werbung handelt, wenn nur ein Hinweis auf das Unternehmen und dessen Geschäftstätigkeit zu finden ist. Schon der Versand einer einzigen E-Mail reicht aus, um abgemahnt zu werden.

Die Ausnahme: Werbende E-Mails dürfen an diejenigen verschickt werden, die sich vorher 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 Einwilligung finden Sie im Mitgliederbereich des DSSV. ■



Foto: Klaudia Lech

Iris Borrmann, DSSV-Juristin

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, beispielsweise nach Erhalt einer Attestkündigung, zur Überprüfung von Vertragsklauseln oder zu arbeitsrechtlichen Themen.

Tel.: 040-766 24 00, E-Mail: jurist@dssv.de

