

Versand
Etikett

4/2010

Spezial-Ausgabe:

Thema Abmahnungen und Online-Shops

Das «Büro für regionale Pferdewirtschaft»

Wir sind eine Informations- und Beratungseinrichtung für die regionale Pferdebranche in Deutschland. Mit derzeit 26 Regionalbüros betreuen wir Betriebe, Handel und Industrie im Marketing sowie in rechtlichen und praktischen Fragen.

Existenzgründer können kostenfreie Erstberatungen beim Büro in Anspruch nehmen. Darüber hinaus vermitteln wir auf Anfrage Ansprechpartner, Experten Dienstleister für Themenfelder jeder Art.

Wir geben außerdem Deutschlands größte regionale Pferdezeitung heraus, «Die Pferderegion», die mit einer monatlichen Auflage von 30.000 Exemplaren in Teilen von Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz kostenlos verteilt wird.

pferdebranche.aktuell

Mit unserem Fachbrief informieren wir rund 2.600 Händler, Dienstleister und Pferdebetriebe über aktuelle Entwicklungen und Themen für Selbstständige. Der Bezug der digitalen Ausgabe ist kostenfrei.

Bestellungen jederzeit möglich per Telefon (0228) 4797792 oder Telefax (0228) 4797793 oder E-Mail kontakt@brpw.de

Redaktion: Rechtsanwalt Nils Michael Becker

Kontakt/Verantwortlich

Büro für regionale Pferdewirtschaft
Nils Michael Becker
Lindenstraße 42, 53227 Bonn (Zentrale)
Telefon (0228) 4797792
Telefax (0228) 4797793
E-Mail kontakt@brpw.de

➔ www.brpw.de

➔ www.die-pferderegion.de

Abmahnungen

Die Fallensteller

Eine voreilige Unterschrift und plötzlich steht die gesamte berufliche wie private Existenz auf dem Spiel. Das klingt Ihnen etwas dramatisch? Dann lesen Sie in dieser Ausgabe von Pferdebranche.aktuell aufmerksam unseren Bericht über zwei aktuelle Fälle im Reitshophandel sowie unser fiktives, aber realistisches Drehbuch eines Abmahnfalles (ab Seite 3).

Denn insbesondere das, was ein kleines Unternehmen aus dem Norddeutschen zur Zeit durchmachen muss, ist ohne weiteres für Alpträume gut. Da wird aus einem nebenberuflich betriebenen Onlineshop über Nacht eine Bedrohung für die gesamte Familie – mit zur Zeit nicht mal komplett absehbaren finanziellen Folgen.

Die Geschichte hat alle Qualitäten eines echten Krimis: Überraschung, Spannung, Druck und dazu noch viele Seiten bedruckten Papiers. Und es ist gut möglich, dass die Betroffenen am Ende als Opfer eines gut geplanten Verfahrens auf der Strecke bleiben, obwohl sie sich nach Kräften bemüht haben, einfach nur anständige Menschen zu sein.

In dem Augenblick, in dem Sie diese Zeilen lesen, sind für ein paar Menschen aus der Pferdebranche möglicherweise gerade die Würfel gefallen, die darüber entscheiden, ob das gewohnte Leben weitergehen kann, wie gewohnt – oder ob ein einziger im Internet angebotener Reitportartikel dazu führt, das sie fortan mit großen fünfstelligen Beträgen verschuldet sein werden.

Und Sie sollten gut darüber nachdenken, ob Sie möglicherweise auch zu einer solchen Abmahnung einladen, vielleicht, ohne es zu ahnen.

Nils Michael Becker

Kurznachrichten



Die Pferderegion

Deutschlands größte regionale Pferdezeitung die von Selbständigen aus der Pferdebranche produziert und direkt in Reiterhöfen verteilt wird.

Mit einer Auflage von mehr als 30.000 Exemplaren liegt »Die Pferderegion« jeden Monat kostenlos in über 1.400 Verteilstellen in Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz zum Mitnehmen aus.

Wir sind die Werbepattform für regionale Reitsporthändler, die in direkten Kontakt mit Pferdefreunden und Reitern in den Höfen der Umgebung kommen möchten. Die Zeitung wird nicht einfach per Post an Höfe verschickt, sondern von knapp 30 Regionalvertreterinnen und -vertretern persönlich in die Reitställe und Reitsporthandlungen gebracht. So ist sichergestellt, dass Zeitungen nicht im Müll landen, sondern nur dorthin kommen, wo sie auch gelesen werden.

Wir suchen ständig neue Regionalvertreter/innen für Gebiete in ganz Deutschland.

Ansprechpartner für dieses Thema sind Stefanie Huck oder Nils Michael Becker, Telefon (0228) 4797792, kontakt@brpw.de.

Redaktions- und Anzeigenschluß der »Pferderegion«

Die April-Ausgabe der Zeitung geht am 23. März in Druck, der letzte Annahmeschluß für Anzeigen und Redaktion liegt daher am **Freitag, 19. März**.

Ausschreibungen

- Die komplette Rückseite der Zeitung Pferderegion wird für eine langfristige Schaltung neu ausgeschrieben. Interessenten können sich besonderer Rabatte sichern, der Zuschlag wird allerdings in der Reihenfolge des Eingangs vergeben.

- Ebenfalls für die April-Ausgabe werden **Beilagen zu reduzierten Preisen** angeboten: Maschinell verarbeitbare Beilagen bis maximal 20 g kosten pro 1.000 Stück **lediglich 49,- Euro** (zzgl. MwSt.), Mindestbeilage sind allerdings 5.000 Exemplare (regional streubar).

Ansprechpartnerin ist Stefanie Huck, Telefon (0228) 4797792

Kostenlose Box-Frei-Einträge

Pensionsbetriebe können weiterhin kostenfrei ihre nicht belegten Boxen für die tabellarische Übersicht in der gedruckten Ausgabe der Zeitung »Die Pferderegion« melden.

Die kostenlosen Einträge laufen jeweils für drei Monate, danach kann auf Wunsch ein kostenpflichtiger Eintrag gebucht werden (kein Automatismus).

➔ die-pferderegion.de/boxfrei

Produkttest/-besprechung

Stefanie Huck nimmt Anregungen für Produkttests in der »Pferderegion« entgegen. Voraussetzung ist Einsendung entsprechender Muster, Infos unter Telefon (0228) 4797792.

Meldungen

Führerschein: Zwei-Jahres-Grenze entfällt. Wichtig für Selbständige, die auf das Auto angewiesen sind: Bislang galt, wer auf gerichtliche Anordnung zwei Jahre oder mehr auf seine Fahrerlaubnis verzichten musste, kam um eine neue Führerscheinprüfung nicht herum. Das hat sich geändert, wie das »Law Blog« berichtet.

Durch eine Änderung in der Fahrerlaubnisverordnung von 2008 (!) ordnet die zuständige Behörde eine Prüfung jetzt immer dann an, wenn sie begründete Zweifel an den Fähigkeiten des Bewerbers hat. Es kommt also nicht auf den zeitlichen Rahmen eines Führerscheinentzugs an, sondern auf den Einzelfall.

Auch Betroffene der bisherigen Zwei-Jahres-Regel haben deshalb einen Anspruch darauf, dass ihr individueller Einzelfall geprüft und entschieden wird. In manchen Fällen könnte eine neue Prüfung dann entbehrlich sein.

➔ lawblog.de

Existenzgründungs- und Unternehmenscoaching

Seit Anfang Februar können sich Existenzgründer und Unternehmer, die ihren Betrieb umgestalten wollen, individuelle Termine für ein Coaching beim Büro für regionale Pferdewirtschaft (BRPW) reservieren.

Für Existenzgründer (Geschäftstätigkeit noch nicht älter als fünf Monate) ist eine erste Beratung kostenfrei. Die Beratung umfasst u. a. eine Konzeptprüfung und Hilfe bei der Erstellung eines Businessplans, z.B. für Förderanträge.

Die Berater beim BRPW greifen auf die täglichen Erfahrungen mit Reitsporthändlern, Industrie, Dienstleistern und Pferdebetrieben zurück, aber auch auf Vergleichsprojekte in anderen Branchen.

➔ [BRPW, Nils Michael Becker](#)
Telefon (0228) 4797792, becker@brpw.de

Aktuelle Abmahnfälle im Reitporthandel

Zwei Bilder, 40.000 Euro Strafe?

Bonn. Dem Büro für regionale Pferdewirtschaft liegt seit der vergangenen Woche bereits der zweite Fall vor, in dem ein kleiner Reitporthändler für die angebliche rechtswidrige Nutzung von Produktbildern in seinem Online-Shop abgemahnt wird. Die Bilder zeigen

Identisch wie bereits im ersten Fall forderte ein Händler aus dem Bodensee-Raum über die Kanzlei Diesel, Schmitt, Ammer in Trier zunächst die Abgabe einer strafbewehrten »Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung«, in der auch eine Vertragsstrafe von 10.000 Euro für jeden Fall der Wiederholung festgeschrieben wurde. Zudem wurden auch hier Anwaltskosten von knapp 860 Euro geltend gemacht.

Nachdem der (bis dahin anwaltlich nicht beratene) Händler die geforderte Unterlassungserklärung ungeprüft unterschrieben hatte, machte der Abmahner zwei Wochen später eine angebliche Verletzung der Unterlassungserklärung geltend und forderte nun eine Vertragsstrafe von 40.000 sowie die Abgabe einer weiteren Unterlassungserklärung, mit der die Strafen für erneute Zuwiderhandlungen bereits auf 30.000 Euro festgelegt werden sollten. Zudem werden Anwaltsgebühren in vierstelliger Höhe gefordert. Die Anwälte des abmahnenen Händlers behaupten zudem, bereits Klage beim Landgericht Frankfurt (!) eingereicht zu haben.

Wie schon im ersten Fall wurde die Vertretung des betroffenen Händlers von Rechtsanwalt Nils Michael Becker übernommen. Es wird zunächst zu prüfen sein, mit welchen rechtlichen Möglichkeiten sich der Händler gegen die existenzbedrohende Forderung des abmahnenen Händlers wehren kann.

Eine auffällige Analogie zum ersten Fall bildet auch diesmal der Ausgangspunkt der Bilder. Der abmahnende Händler betreibt eine professionell gestaltete Website, auf der insbesondere Reitportartikel eines bekannten Herstellers von Lammfell-Produkten zu finden sind. Da der Name dieses

Herstellers auf der gesamten Website prägnant hervorgehoben und auch neben dem Logo des Herstellers präsentiert wird, entsteht schnell der Irrtum, man befinde sich auf der Website des Herstellers selbst (obwohl der Händler im Impressum korrekt ausweist, dass dies nicht der Fall ist).

Der Irrtum wird durch den Umstand gefördert, dass die Suchmaschine »Google« die Seite des Händlers als ersten Treffer ausweist, wenn der Name des Herstellers der Lammfell-Produkte als Suchbegriff eingegeben wird. Wer den Namen des Händlers eingibt, stößt dagegen nicht auf die Shopseiten.

Der Internet-Shop des abmahnenen Händlers wird bei Google unter der Bezeichnung »Online-Shop für [Name des Herstellers]-Reitportartikel aus Lammfell« geführt.

Im zweiten Fall droht dem betroffenen Händler nun eine potentiell existenzvernichtende Forderung, weil er die erste Unterlassungserklärung ungeprüft (und ohne Not) unterschrieben hat. Nach bisheriger Einschätzung soll er zudem für eine technische Besonderheit seines Shop-Systemes haften, die vermutlich bei fast allen verwendeten Systemen zu finden ist: Wegen der Trennung von Text- und Bildinhalten werden bei der Löschung von Artikeln die eingebundenen Bilder zwar nicht mehr verlinkt, aber auch nicht vom Server gelöscht und bleiben daher zugänglich.

Den Umständen nach ist zu vermuten, dass die beiden bekannten Fälle vielleicht die einzigen Abmahnungen sind, die von dem betreffenden Händler ausgesprochen wurden. Auffällig ist, dass in diversen (auch großen) Online-Shops Lammfell-Produkte des betreffenden Herstellers plötzlich nur noch ohne Produktbilder zu sehen sind. Es wäre daher von Interesse, ob weitere Händler von der Kanzlei in Trier abgemahnt wurden. Hinweise nimmt das Büro für regionale Pferdewirtschaft unter Telefon (0228) 4797792 entgegen (Rechtsanwalt Becker).

Risiko Produktbilder in Onlineshops

Viele Händler erbitten sich bei Lieferanten beim Bezug von Produkten auch entsprechende Abbildungen, um in Onlineshops die Artikelbeschreibungen attraktiv gestalten zu können – ein eigentlich völlig normaler Vorgang.

Das deutsche Recht kümmert sich aber in solche Fällen nicht um gute Absichten, sondern nur um die Frage, wem die Rechte an diesen Bildern tatsächlich zustehen. Reicht der Lieferant fahrlässig oder aus Versehen Produktbilder weiter, an denen auch er nicht die erforderlichen Rechte für eine Weitergabe besitzt, läuft letztlich der Händler in Gefahr, für die Verwendung der Bilder in seinem Onlineshop abgemahnt zu werden.

Bei uns haben sich auch Lieferanten und Hersteller gemeldet, die zwar selbst Bilder von ihren Produkten gefertigt und diese mit ausdrücklicher Genehmigung an Händler weitergereicht haben – dies aber beispielsweise mit der Einschränkung, dass die Bilder nicht für Online-Auktionen verwendet werden dürfen. Tauchen die Abbildungen dann trotzdem bei eBay oder anderen Portalen auf, kann die Verwendung ebenfalls kostenpflichtig abgemahnt werden. Das Problem: Solche Einschränkungen geraten oft nach einigen Monaten oder Jahren in Vergessenheit, während sich aber rechtlich die Lage in solchen Zeiträumen keineswegs ändert.

Händler, die fremde Produktbilder verwenden, sollten daher immer penibel dokumentieren, wann, von wem und für exakt welchen Zweck sie die Bilder bezogen haben. Den Aufwand kann man kaum überschätzen – deshalb ist es in vielen Fällen besser, direkt eigene Bilder von den Produkten anzufertigen. Ein kleines »Studio« ist meistens schon mit wenig Aufwand einzurichten und Bilder gelingen mit etwas Übung schnell.

Aber Achtung: Zu Beweis Zwecken sollte man immer die selbst gefertigten Originalbilder gut aufbewahren. Denn vor Gericht gelingt der Nachweis über die Urheberschaft in der Regel nur, wenn man die hoch aufgelösten Originale der Bilder vorweisen kann. Wer dann nur noch verkleinerte Abbildungen aus dem Webshop hat, schaut möglicherweise kostenpflichtig in die Röhre.

Die Drehbuch-Abmahnung

Zahlen Sie, Zahlen Sie, Zahlen Sie

Was tun bei einer Abmahnung?

Die wichtigste Regel lautet: Handeln Sie niemals, ohne sich zuvor mit einem Rechtsbeistand beraten zu haben. Wer aus Sorge vor zusätzlichen Kosten den Gang zum Rechtsanwalt scheut, kann sich im schlimmsten Fall durch eine voreilige Unterschrift in eine existenzbedrohende Situation bringen.

Regelmäßig verlangen Abmahner die Abgabe einer »strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung«, mit der die Gefahr einer wiederholten Rechtsverletzung ausgeschlossen werden soll. Aber insbesondere dann, wenn dem Abgemahnten nicht ganz klar ist, durch welches Verhalten er eigentlich Grund für die Abmahnung gegeben hat, entwickelt sich diese Unterlassungserklärung zu einer bösen Falle, aus der es kaum noch einen Ausweg gibt.

Denn mit der Unterlassungserklärung sind teils hohe Vertragsstrafen verbunden, die im Falle einer wiederholten Rechtsverletzung vom Abmahner geltend gemacht werden können. So werden manchmal innerhalb weniger Tage aus Abmahnungen mit Kosten von wenigen hundert Euro Forderungen im fünfstelligen Bereich.

Wegen der regelmäßig kurzen Fristen sollten Sie nach Erhalt einer Abmahnung sofort mit einem Rechtsanwalt sprechen. Der kann Sie dahingehend beraten, ob im konkreten Fall die Abgabe einer Unterlassungserklärung angebracht ist und wie diese zu gestalten ist (siehe dazu auch Randtext auf Seite 5).

Formale Fehler eine Abmahnung führen keineswegs immer zu deren Unwirksamkeit. Daher sollten Sie bei offensichtlichen Fehlern im Abmahnschreiben nicht darauf vertrauen, dass »keine Reaktion« vielleicht die »beste Reaktion« sei – ganz im Gegenteil: Fast immer erfordert eine Abmahnung sofortiges Handeln, wenn Sie nicht das Risiko einer gerichtlichen Auseinandersetzung und unnötigen Kosten eingehen möchten.

Eine unbedachte Unterschrift kann aus einer Abmahnung ein lukratives Geschäftsmodell für drehbuchartig geplantes Abkassieren machen. Das nachfolgende Szenario ist durchweg fiktiv, ließe sich aber durchaus technisch und rechtlich so umsetzen. In Teilen finden sich einzelne Vorgehensweisen in uns bekannten Abmahnfällen wieder – mit dramatischen Folgen für die Betroffenen Händler.

Wer ein dickes Schreiben mit einer Abmahnung erhält, ist meistens schon von der enthaltenen Anwaltsrechnung so schockiert, dass er die eigentlichen Drahtschlingen schnell übersieht, die sich ihm über den Kopf ziehen können. Im schlechtesten Fall verbirgt sich in dem Umschlag ein drehbuchartig vorbereitetes Abkassiermodell, das sich innerhalb weniger Tage vom schlichten Ärger zu einer handfesten Bedrohung für die berufliche und private Existenz entwickeln kann.

Das Beispiel: Der Händler »Hans Friedlich« wird von Wettbewerber »Heinz Ungemach« abgemahnt wegen der ungenehmigten Nutzung von urheberrechtlich geschützten Bildern in seinem Online-Shop.

Szene 1: Der Fehler. Hans Friedlich hat in seinen Online-Shop die beliebten Sattelgurte der großen Firma »Mustermann« aufgenommen. Um die Artikelbeschreibungen zu verbessern, möchte er auch ein Bild der Sattelgurte einbinden und ruft deshalb den Hersteller Mustermann an. Dieser genehmigt ihm telefonisch, sich von der Website der Firma die entsprechenden Bilder herunterzukopieren und im Onlineshop zu verwenden.

Alles paletti also, denkt Hans Friedlich. Um die Website der Firma Mustermann zu finden, gibt er den Namen des Herstellers in die Suchmaschine Google ein und klickt auf den ersten Link, den die Suchmaschine zu diesem Namen anbietet. Es erscheint eine Seite, die sich »Onlineshop für Mustermann Reitsportartikel« nennt, fast ausschließlich

die Produkte dieses Herstellers anbietet und auf der überall der Firmenname und die Marken jenes Herstellers zu finden sind. Hans Friedlich wähnt sich deshalb auf der richtigen Website und vergisst, sich durch einen Blick ins vorhandene Impressum davon zu überzeugen, dass er tatsächlich auf der Seite ist, deren Bilder er nach Auskunft des Herstellers verwenden darf.

Was Hans Friedlich deshalb übersieht: Tatsächlich befindet er sich auf der Seite des Händlers Heinz Ungemach, der ebenfalls mit Produkten der Firma Mustermann handelt. Zwar wird nirgends direkt behauptet, es handele sich um die Website der Firma Mustermann, gleichwohl ist auf der Seite von Herrn Ungemach nicht nur beständig der Name des Herstellers, sondern auch dessen Logo und zahlreiche Abbildungen seiner Produkte zu finden. Die Bilder hat jedoch nicht der Hersteller, sondern der Händler Heinz Ungemach fotografiert.

Hans Friedlich lädt sich zwei dieser Bilder von Sattelgurten herunter und lädt sie direkt anschließend in seinen Online-Shop hoch – noch immer in der festen Annahme, eine Genehmigung zur Verwendung dieser Bilder zu haben. Mit den Bildern illustriert er die Beschreibungen der Sattelgurte und stellt den Artikel dann »online«. Ab jetzt kann jeder Besucher des Online-Shops die Angebote – und damit auch die Bilder der Sattelgurte – sehen.

Szene 2: Die Entdeckung. Der Händler Heinz Ungemach überprüft regelmäßig die Online-Shops von Wettbewerbern auf deren Angebote. Er setzt hierzu manchmal auch eine Software ein, die sich wie eine Suchmaschine durch das Internet pflügt und vor allem Online-Shops auf bestimmte Muster oder Bilder hin untersucht. So kann Heinz Ungemach beispielsweise Kopien seiner Bilder im Internet suchen, auch wenn diese unter verschiedenen Dateinamen, in veränderten Größen oder in Form von Collagen veröffentlicht sind.

Die Software erledigt die Recherche vollkommen automatisch und 24 Stunden rund um die Uhr. Sie liefert dem Händler Heinz Ungemach regelmäßig Hinweise auf Websites oder Online-Shops, in denen Bilder zu sehen sind, die den seinen ähneln. So kann Herr Ungemach überprüfen, ob es sich um Bilder handelt, die von seiner Website kopiert wurden. Er stößt so auch regelmäßig auf die Seiten von Händlern, die er nicht kennt – was bei der Vielzahl der Händler ja auch nicht verwundert.

Szene 3: Die Vorbereitung. Wenn Heinz Ungemach auf diese Weise einen Online-Shop entdeckt hat, der eines seiner Bilder verwendet, ruft er zunächst den betreffenden Artikel im Shop-System des Anbieters auf. Er sieht so eine Seite, auf der ihm neben der Artikelbeschreibung auch genau jenes Bild angezeigt wird, nach dem er gesucht hat. In diesem Fall nehmen wir an, er sei auf die Website von Händler Hans Friedlich gestoßen, der sich bislang ja keiner Schuld bewusst ist.

Mit einem Mausklick lässt sich Heinz Ungemach nun die »Bild-URL« anzeigen, also jene Internet-Adresse, mit der das Bild im Shop-System des Anbieters eingebunden ist. Wie jedes Element einer Website hat auch dieses Bild eine einzigartige Adresse, unter der es im Internet aufgerufen werden kann. Diese »Bild-URL« ist in der Regel ein ellenlanger Buchstabensalat, den niemand per Hand in einen Internet-Browser eingeben würde – und das ist ja auch nicht nötig. Das technische System des Online-Shops sorgt dafür, dass einem Besucher der Seite das Bild automatisch angezeigt wird, wenn er den entsprechenden Artikel anklickt.

Dennoch lässt sich das Bild unter seiner eigenen Adresse (»Bild-URL«) auch ohne die sonstigen Bestandteile der Seite aufrufen. Für das reibungslose Funktionieren einer Website ist das notwendig, gleichwohl wird es im Verlauf dieser Geschichte noch eine besondere Bedeutung erhalten – zumal dieser simple technische Vorgang den wenigsten Händlern, die eine Website oder ein Shop-System betreiben, bekannt sein dürfte.

Heinz Ungemach kopiert sich also die ellenlange »Bild-URL« und speichert sie

für die spätere Verwendung. Anschließend sucht er sich aus dem Impressum des Online-Shops den Namen und die Adresse seines Wettbewerbers heraus oder fragt – wenn er dort nicht fündig wird – bei der zentralen Registrierstelle »DENIC« die hinterlegten Daten des Domaininhaber ab. Zuletzt fertigt er mit einer speziellen Software noch einen »Screenshot« (also ein Abbild des aktuellen Bildschirmhantes) an, mit dem er dokumentiert, dass ihm der Abruf dieses Bildes auf der Website seines Wettbewerbers gelungen ist. Heinz Ungemach wiederholt den gesamten Vorgang mit dem zweiten Bild eines Sattelgurtes, das

Die so gefundenen Daten schickt er mit dem Screenshot an seinen Rechtsanwalt »Arno Schlagdrauf« und bittet, den Händler Hans Friedlich wegen der Verwendung der beiden Bilder abzumahn.

Szene 4: Der Schock. Hans Friedlich ahnt sofort Böses, als er ein paar Tage später per Einschreiben einen dicken Umschlag von Rechtsanwalt Arno Schlagdrauf bekommt. Und seine Ahnung soll sich bestätigen:

Auf mehreren Seiten teilt ihm Rechtsanwalt Schlagdrauf mit, dass auf den Internet-Seiten von Herrn Friedlich Bilder seines Konkurrenten Heinz Ungemach gefunden worden seien. Er spricht daher eine »Abmahnung« wegen der Verwendung urheberrechtlich geschützter Bilder aus und verlangt von Herrn Friedlich die betreffenden Bilder ab sofort »nicht mehr zugänglich« zu machen. Zudem kündigt er an, dass Herr Ungemach Schadenersatz wegen der widerrechtlichen Verwendung der Bilder geltend machen werde und verlangt Auskunft, welche Bilder von Herrn Ungemach wo, wie lange und wofür verwendet worden sind und welche Umsätze in diesem Zusammenhang getätigt wurden.

Außerdem fordert Rechtsanwalt Hausdrauf die Abgabe einer »Strafbewehrten Unterlassungserklärung«, durch die »die Wiederholungsgefahr« ausgeräumt werden solle. Einen entsprechenden Text hat der Rechtsanwalt dem Schreiben direkt beigelegt und gibt Herrn Friedlich vier Tage Zeit, ihn zu unterschreiben und zurückzuschicken. Für den Fall, dass dies nicht geschähe, droht Rechtsanwalt Hausdrauf bereits

Muss jede Unterlassungserklärung unterschrieben werden?

Nein. Es ist sogar eher unwahrscheinlich, dass die einer Abmahnung beigefügte Unterlassungserklärung in genau dieser Form rechtlich notwendig ist.

Sie sollten niemals ohne Beratung eigene Unterlassungserklärungen formulieren. Für wettbewerbsrechtliche Unterlassungserklärungen haben sich durch ständige Rechtsprechung Grundsätze entwickelt, die für juristische Laien in der Regel aber kaum nachzuvollziehen sind.

In der Regel wird es sinnvoll sein, insbesondere die Regelungen zu möglichen Vertragsstrafen neu zu fassen. Auch die Zusage der Begleichung bestimmter Anwaltskosten ist rechtlich gesehen nicht notwendig und kann unter gestrichen werden.

Auch die Frage, welches Verhalten genau von der Unterlassungserklärung umfasst sein soll, sollten Sie lieber detailliert mit Ihrem Anwalt durchsprechen. Denn an eine Unterlassungserklärung sind sie im ungünstigsten Fall 30 Jahre gebunden, das heißt: In diesem Zeitraum kann sie jederzeit rechtliche Wirkungen entfalten, also auch Vertragsstrafen auslösen.

Da über die Jahre häufig nicht mehr präsent ist, dass man eine bestimmte Erklärung unterschrieben hat, kann es so auch nach langer Zeit noch zu unliebsamen Überraschungen kommen.

Das Gespräch suchen?

In Abmahnfällen ist das Gespräch mit dem Abmahner oder dessen Anwalt nicht immer die beste Wahl.

Denn wenn es dem Abmahner in Wirklichkeit nicht um die Abstellung des angeblichen Rechtsverstößes, sondern um das Kassieren von möglichen Vertragsstrafen geht, werden Sie möglicherweise durch ein scheinbares Entgegenkommen in eine Falle gelockt – erst recht, wenn die Beteiligten durch Ihren Anruf erkennen, dass Sie nicht anwaltlich vertreten sind.

Ein Anwalt kann nicht nur die rechtliche Lage prüfen, sondern auch besser abklopfen, was hinter der Abmahnung steckt und ob eine vergleichsweise Regelung möglich ist.

Die Kosten

Die Kosten, die für Anwälte und Gerichte entstehen, richten sich nach dem sogenannten Gegenstandswert, also dem in Geld ausgedrückten Interesse der streitenden Parteien.

In wettbewerbsrechtlichen Streitigkeiten sind die Gegenstandswerte regelmäßig im fünfstelligen Bereich und lösen damit entsprechend hohe Kosten aus.

Während Sie die notwendigen Kosten der Gegenseite nicht beeinflussen können, dürfen Sie mit dem eigenen Anwalt durchaus unter bestimmten Voraussetzungen eine Honorarvereinbarung treffen und so die eigenen Kosten senken. Achten Sie darauf, dass diese Vereinbarung schriftlich geschlossen wird.

einen »Antrag auf Einstweilige Verfügung« und eine Klage gegen Herrn Friedlich an.

Zuletzt fordert der Rechtsanwalt vom bestürzten Händler Friedlich noch die Zahlung der Anwaltskosten, die dem Händler Heinz Ungemach angeblich entstanden sind: Fast 900 Euro für einen einzigen Brief.

Szene 5: Die Uhr tickt. Hans Friedlich ist wie erschlagen. Der Händler »Heinz Ungemach« ist ihm völlig unbekannt und noch immer hat er keine Ahnung, wieso er widerrechtlich irgendwelche Bilder verwendet haben soll. Zwar erkennt er auf dem Screenshot die von ihm verwendeten Bilder, aber er meint noch immer, diese direkt vom Hersteller Mustermann erhalten zu haben – inklusive der Genehmigung, sie im Online-Shop zu verwenden.

Gleichwohl löscht Herr Friedlich sofort die entsprechenden Artikel in seinem Shop. Die Sattelgurte des Herstellers Mustermann sind ab sofort nicht mehr bei ihm zu bekommen und werden nicht in den Übersichten des Online-Shops angezeigt.

Sorgen macht sich Hans Friedlich vor allem wegen der beachtlichen Kostennote, die Rechtsanwalt Haudrauf von ihm fordert: 900 Euro hat ein kleiner Händler nicht einfach so zur Verfügung. Weil die gesetzte Frist langsam abläuft, ruft er den Rechtsanwalt Haudrauf an und bittet, die Anwaltskosten zu reduzieren. Am Telefon klingt der Anwalt nett und freundlich und sagt zu, sich für Herrn Friedlich einzusetzen: Man könne den Streitwert der Angelegenheit, nach dem sich auch die Anwaltsgebühren berechnen, auf die Hälfte reduzieren. So habe Herr Friedlich dann entsprechend weniger zu bezahlen.

Voraussetzung sei allerdings, dass Herr Friedlich dann nicht nur unverzüglich zahle, sondern auch die mitgeschickte Unterlassungserklärung nunmehr unterzeichne und an den Anwalt zurücksende. Damit sei die Angelegenheit dann erledigt.

Händler Heinz Friedlich atmet auf. Die reduzierte Rechnung tut ihm weh, aber einen Prozess mag er sicher nicht riskieren. Deshalb überweist er den Betrag und schickt die unterschriebene Erklärung per Fax und im Original an Rechtsanwalt Haudrauf – »mit freundlichen Grüßen«.

Szene 6: Die Ruhe vor dem Sturm. Mittlerweile sind ein paar Tage vergangen. Herr Friedlich hat die ärgerliche Angelegenheit schon weitgehend verdaut und sich vorgenommen, sicherheitshalber keine Produkte des Herstellers Mustermann mehr zu vertreiben – denn ganz klar ist ihm noch immer nicht, was er eigentlich falsch gemacht hat.

Dabei ahnt Hans Friedlich noch nicht, dass der Ärger mit den Bildern noch keineswegs vorbei ist, im Gegenteil: Denn während er sich über die horrende Anwaltsrechnung ärgerte, ist ihm entgangen, dass er mit der Unterschrift unter die von Rechtsanwalt Haudrauf geschickte »Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung« einen Fehler begangen hat.

Denn der Rechtsanwalt von Händler Ungemach hat in diesem Text eine Reihe von Formulierungen versteckt, die für sich genommen unauffällig, zusammengenommen aber nichts weniger als eine massive Gefahr für die berufliche wie private Existenz von Herrn Friedlich sind. Mit der Unterlassungserklärung hat sich Hans Friedlich viel umfangreicher verpflichtet, als er ahnt, und – als er überhaupt gemusst hätte.

Zunächst hat Händler Friedlich zugesagt, künftig keine Bilder von Herrn Ungemach mehr »öffentlich zugänglich zu machen« oder »im geschäftlichen Verkehr zu verwenden«. Kein Problem, dachte Friedlich, denn schließlich hatte er die entsprechenden Produkte ja sofort aus seinem Online-Shop gelöscht.

Weiterhin hat Friedlich unterschrieben, dem Händler Ungemach »für jeden Fall der Zuwiderhandlung« und »unter Ausschluß der Einrede des Fortsetzungszusammenhangs« sowie »pro Bild und Woche der unbefugten Verwendung« eine »Vertragsstrafe in Höhe von 10.000 Euro« zu zahlen. Auch hier sah Friedlich kein Problem, denn schließlich hatte nun wirklich nicht vor, die betreffenden Bilder jemals wieder in seinem Online-Shop einzustellen – nicht mal Produkte des Herstellers Mustermann wollte er je wieder verkaufen.

Entsprechend groß ist der Schock, als einige Tage später ein neues Schreiben von Rechtsanwalt Hausdrauf kommt.

Szene 7: Der Sturm bricht los. Hans Friedlich ist fassungslos: In dem neuen Schreiben teilt Rechtsanwalt Arno Haudrauf »Namens und in Auftrag meines Mandanten« mit, man habe festgestellt, dass Herr Friedlich gegen die von ihm abgegebene »Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung« verstoßen habe: Die mit der Abmahnung beanstandeten Bilder seien nach wie vor auf den Internetseiten von Händler Friedlich abrufbar – und das rund zwei Wochen, nachdem Friedlich schriftlich zugesagt habe, die Bilder nicht mehr »öffentlich zugänglich zu machen«.

Die Konsequenz: Rechtsanwalt Haudrauf fordert in schnörkellosen Sätzen für seinen Mandanten Ungemach eine Vertragsstrafe ein, die sich nach der abgegebenen Unterlassungserklärung richte: »10.000 Euro pro Bild und Woche der ungenehmigten Verwendung«, mithin also 40.000 Euro, zahlbar innerhalb von 14 Tagen auf das Konto des Rechtsanwaltes Haudrauf. Das der Rechtsanwalt für das erneute Tätigwerden diesmal sogar eine weitere Rechnung von weit über 1.000 Euro präsentiert, liest Händler Friedlich schon gar nicht mehr.

Er registriert gerade noch, dass der Anwalt auch erneut eine »Unterlassungserklärung« mitgeschickt hat, in der nun plötzlich eine Vertragsstrafe von 30.000 Euro (statt »nur« 10.000 Euro) für jeden weiteren Verstoß gefordert wird.

Einziges Lichtblick: Für den Fall, dass Herr Friedlich innerhalb einer Woche 5.000 Euro zahle und die neue Unterlassungserklärung unterschrieben zurückschicke, wird ihm der »Erlaß der restlichen 35.000 Euro« in Aussicht gestellt.

Szene 8: Die Ungewissheit. Während Händler Ungemach sich auf eine unverhoffte Einnahme freut, verbringt Hans Friedlich schlaflose Nächte. Das Angebot, durch Zahlung von 5.000 Euro der albatraumhaften Vertragsstrafenforderung zu entkommen, scheint natürlich verlockend – gleichwohl ahnt der Händler nach der bisherigen Erfahrung, dass ein solcher Verzicht nicht umsonst zu bekommen sein wird.

Und: Noch immer ist ihm unklar, wie es überhaupt zu einer »Verwirkung der Vertragsstrafe« gekommen sein soll, weil er

doch die Produkte des Herstellers Mustermann sofort nach der ersten Abmahnung aus seinem Shop gelöscht hat – und damit auch die Bilder.

Dachte er.

Denn was Händler Hans Friedlich zu diesem Zeitpunkt nicht ahnt: Das von ihm genutzte Shop-System hat zwar die Artikel samt Beschreibungen gelöscht, nicht aber die Bilder. Aus technischer Sicht ein ganz normaler Vorgang, der die Funktion des Gesamtsystems sicherstellt. Im Fall von Herrn Friedlich ein möglicherweise katastrophaler Umstand, denn auch nach Löschung der Artikelbeschreibungen im Shop waren die betreffenden Bilder über ihre »Bild-URL« (siehe Szene 3) nach wie vor abrufbar.

Wie den meisten seiner Kollegen war Händler Friedlich diese Tatsache nicht bekannt – im Gegensatz zu Heinz Ungemach und seinem Anwalt. Und während Hans Friedlich bereits annahm, die ganze Sache sei erledigt, hat Herr Ungemach regelmäßig in seinem Browser die von ihm gespeicherte Bild-URL der abgemahnten Bilder aufgerufen. So konnte er dokumentieren, dass die Bilder nach wie vor von Händler Friedlich »öffentlich zugänglich« gemacht wurden, auch wenn kein normaler Besucher des Online-Shops sie je zu Gesicht bekommen würde.

Szene 9: Das offene Ende. Wer bis hierhin gelesen hat, kann sich gut zusammenreimen, was möglicherweise noch auf Händler Friedlich zukommt. Von einem Anwalt bekäme Friedlich die Auskunft, dass er sich völlig unnötig zu einer überhöhten Vertragsstrafe verpflichtet hat, es durch seine voreilige Unterschrift unter die erste Unterlassungserklärung nun aber schwierig oder gar unmöglich wird, sich aus diesem »Dauerschuldverhältnis« wieder zu lösen.

Wie immer auch Herr Friedlich weiter verfährt: Diese Unterschrift wird ihn nun bis zu 30 Jahre lang verfolgen. Und niemand wird fragen, ob er sich der Folgen bewusst war, als er einfach alles richtig machen wollte.

Die Technik

Den meisten Händlern, die im Internet Webseiten oder einen Online-Shop betreiben, dürfte die dahintersteckende Technik nicht umfassend klar sein. Dabei ergeben sich genau aus dieser Technik zahlreiche juristische Risiken, die später nicht mit der Begründung abgelehnt werden können, man habe davon nichts geahnt.

Bilder löschen: Praktisch alle Shop- und »Content-Management-Systeme« (CMS) löschen Bilder nicht direkt, sondern lediglich den technischen Link, der in Artikelbeschreibungen oder Seitentexten auf dieses Bild verweist. Wenn also beispielsweise ein bestimmtes Produkt aus einem Onlineshop gelöscht wird, bleibt das Bild selbst möglicherweise weiterhin »öffentlich zugänglich« auf dem Fileserver verfügbar.

Zwar kann es dort nur finden, wer die exakte technische Adresse kennt: Die lässt sich aber in vielen Fällen durch entsprechende Suchmaschinen finden und verwerten.

Die Bilder selbst müssen daher entweder mit speziellen Programmen (FTP) oder durch eine gezielte Anweisung innerhalb des Shop-Systems vom Server gelöscht werden. Jeder Händler sollte sich selbst soweit fortbilden, dass er dies jederzeit tun kann – wer sich ausschließlich auf Dienstleister verlässt, kann möglicherweise im Ernstfall nicht schnell genug reagieren, um schlimme Folgen zu verhindern.

Generell gilt: Wenn Sie eine Abmahnung im Zusammenhang mit ihrer Website oder Online-Shop erhalten, sollten Sie bis zu einer Klärung die betroffenen Seiten sofort und vollständig vom Netz nehmen.

Wenn Sie hierbei Hilfe benötigen, können Sie sich auch an das Büro für regionale Pferdewirtschaft wenden:

➔ **Telefon (0228) 4797792**

Was ist das BRPW?

Das Büro für regionale Pferdewirtschaft ist ein Informations- und Beratungsbüro für regionale Unternehmen und Betriebe der Pferdebranche. Wir betreuen Einzelhändler, Pensionsbetriebe und sonstige Selbständige, die ihr Geld (wenigstens teilweise) mit Pferden verdienen möchten. Unter anderem geben wir Deutschlands größte regionale Pferdezeitung, »Die Pferderegion«, und den Fachbrief »Pferdebranche.aktuell« heraus.

Ein Teil unserer Leistungen kann kostenfrei von jedermann abgerufen werden, für andere berechnen wir auf der Grundlage individueller Angebote ein Honorar. Für Anzeigen in der Zeitung »Die Pferderegion« existieren entsprechende Mediadaten, die wir Ihnen auf Anfrage gerne zur Verfügung stellen (Ansprechpartnerin ist Stefanie Huck, Telefon 0228-4797792).

Ich bin unsicher, was ich in meinem Geschäft besser machen könnte – können Sie mich beraten?

Aber ja. Durch unseren täglichen Kontakt mit Händlern, Dienstleistern, Freiberuflern und Betrieben haben wir naturgemäß große Vergleichsmöglich-

keiten. Sie können dieses Potential im Gespräch mit uns gerne »anzapfen«.

Erstgespräche in unserem Büro oder telefonisch sind für Sie kostenfrei. Wenn wir zu Ihnen kommen, berechnen wir für dieses erste Gespräch lediglich die Anfahrtkosten (0,70 EUR pro einfachem Kilometer, mindestens 10,00 Euro).

Ich würde einfach gerne mal mit Ihnen sprechen und ein paar Fragen und Ideen diskutieren.

Tun Sie das! Ein solches Gespräch ist für Sie kostenlos, wenn Sie uns kommen oder uns anrufen. Wenn wir zu Ihnen kommen, berechnen wir nur die Anfahrtkosten (0,70 EUR pro einfachem Kilometer, mindestens aber 10 Euro).

Was beinhaltet die »Risikoberatung« für Einzelhändler?

In Absprache mit Ihnen versuchen wir, mögliche rechtliche und wirtschaftliche Risiken in Ihrer Unternehmung zu identifizieren und abzustellen.

Beispielsweise analysieren wir Ihre Geschäftsabläufe, auf Wunsch auch Ihre Verträge oder sonstigen Verpflichtungen und legen Ihnen offen, wenn wir darin konkrete Risiken oder Ver-

besserungspotential finden. Ansprechpartner ist Nils Michael Becker, Telefon (0228) 4797792.

Was haben Sie mit der Zeitung »Die Pferderegion« zu tun?

Ganz einfach: Wir sind die Herausgeber. »Die Pferderegion« haben wir vor etwa fünf Jahren gegründet, um regionalen Händlern und Betrieben eine Plattform für ihre Werbung zu geben. Daraus ist dann sehr schnell Deutschlands größte regionale Pferdezeitung geworden.

Ich habe gesehen, dass Sie Mitglieder und Kooperationspartner suchen?

Stimmt. Für viele Gebiete in Deutschland suchen wir noch Regionalvertreter, die Mitglied des Netzwerkes werden und uns unterstützen wollen. Rufen Sie uns gerne an unter (0228) 4797792.

Kann ich Ihren Fachbrief »Pferdebranche.aktuell« regelmäßig bekommen?

Klar, gerne. Der Bezug per E-Mail oder Fax ist sogar kostenlos. Rufen Sie uns einfach kurz an (0228-4797792) oder schreiben Sie an kontakt@brpw.de, dann nehmen wir Sie dauerhaft in den Verteiler auf.

Ihre Faxrückantwort

Bei Interesse bitte ausfüllen und faxen an (0228) 4797793

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Strasse: _____

PLZ und Ort: _____

Telefon/Telefax: _____

E-Mail: _____

- Ich bin von einer Abmahnung betroffen, bitte rufen Sie mich an!
- Wir haben Fragen zu einem Thema dieser Ausgabe und bitten um Rückruf!
- Bitte schicken Sie uns Informationen zur Zeitung »Die Pferderegion«
- Wir möchten ein Beratungsgespräch, bitte rufen Sie uns zurück!

Immer aktuell informiert

Auf der Website der Pferderegion finden Sie stets aktuelle Einblicke in unsere Arbeit: Unter dem Menüpunkt »Wir über uns« können Sie nachsehen, wo wir gerade an was arbeiten. Das »Logbuch« gibt Ihnen Einblick in das Alltagsgeschehen und unter »Projekte« können Sie mit uns Ideen und Konzepte diskutieren.

Regionalvertreter gesucht!

Für viele Gebiete suchen wir weitere Regionalvertreter, die mit uns das Netzwerk der Pferderegion weiterknüpfen. Informieren Sie sich bei uns unverbindlich über Chancen und Möglichkeiten einer Kooperation. Ansprechpartner ist Nils Michael Becker, Telefon (0228) 4797792.

Büro für regionale Pferdewirtschaft
Lindenstraße 42
53227 Bonn
Telefon (0228) 4797792
Telefax (0228) 4797793
www.brpw.de
kontakt@brpw.de