



Medien- und Musikrecht-Alphabet

Lernen Sie die Begriffe zu J und K kennen!

Jam-Session: Spontanes musikalisches Zusammenwirken mehrerer Musiker, dessen Ergebnis meist aus Improvisationen hervorgeht, die aber trotzdem als Werke schutzfähig i. S. d. § 2 I Nr. 2 UrhG sind.

Jingle: Kurze, von der Werbeindustrie eingesetzte Musikstücke, die meist der Wiedererkennung eines Produktes dienen. Sie sind zwischen Musikstück und Hörmarke anzusiedeln und genießen meist Schöpfungshöhe, da sie von einer Erkennungsmelodie getragen werden. Jedenfalls kommt ihnen bei genügender Bekanntheit und Eigenart der wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz zugute, aus dem ebenfalls gegen eine unerlaubte Nachahmung vorgegangen werden kann.

Kopie: Identische Vervielfältigung eines anderen Werkes; es ist die Genehmigung des jeweiligen Rechteinhabers erforderlich. Diese kann durch den Urheber selbst oder seinen Verlag erteilt werden. In einigen Bereichen nehmen Verwertungsgesellschaften diese Funktion wahr und berechnen für den Urheber die Vervielfältigungsgebühren gegenüber dem Verwerter (z. B. die GEMA bei Tonträgerervielfältigung).

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak
Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de

Neues Design bei Beukenberg

Seit Frühling 2007 erscheinen die Beukenberg Geschäftspapiere sowie der Internetauftritt im neuen Kleid.

Wir haben dunkelrot als Akzentfarbe für den Schriftzug in Verbindung mit hellgrau gewählt. Dunkelrot steht für unser Engagement, Vertrauen und Verlässlichkeit gegenüber unseren Kunden. Die Farbe hellgrau symbolisiert die hochwertige Qualität und unsere fachliche Kompetenz. Gleichzeitig verbinden diese Farben Innovation mit Beständigkeit. Als Hausschriften sorgen die Kombination von Helvetica und Georgia für gute Lesbarkeit. Das neue Corporate Design gibt der Kanzlei eine unverwechselbare Identität. Viel Spaß damit!



Internetauftritt im neuen Design [www.beukenberg.com]

Impressum

Herausgeber

Beukenberg Rechtsanwälte
Roscherstraße 12
30161 Hannover
Deutschland

Tel. 05 11 / 59 09 10 - 0
Fax 05 11 / 59 09 10 - 55
Mail info@beukenberg.com
www.beukenberg.com

Sparkasse Hannover
BLZ 250 50180 KTO 289 892
Ust 2324 02423220108

Fotos: photocase.com und
pixelquelle.de

ISSN 1863-3684

© Beukenberg Rechtsanwälte

Haftung

Dieses Falblatt dient zur allgemeinen Information und ersetzt keine Rechtsberatung im Einzelfall. Beukenberg Rechtsanwälte übernehmen keine Haftung für den Inhalt des Info-Angebots.

Redaktion

Christina Müller, Dipl. Red.
Referentin für Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Tel. 05 11 / 59 09 10 - 25
Fax 05 11 / 59 09 10 - 55
mueller@beukenberg.com

Beukenberg Rechtsanwälte

Der juristische Blick

ISSN 1863-3684

Ausgabe Nr. 2 | 2007



Strengere Auflagen für gesundheitsbezogene Werbeversprechen

Zu Fett- und Zuckerhaltiges darf nicht mehr mit Gesundheitsaspekten beworben werden.

Beukenberg ist führende Markenmeldekantzelei in Deutschland

Extra: Beukenberg Rechtsanwälte sind die „Top Filer“.

Das Wo und Wie des Impressums

Gesetze schreiben leichte und unmittelbare Erreichbarkeit vor.

Markenwiderspruch abgewehrt

Ein Markenamtsbeschluss zu „scope & focus“

Medien- und Musikrecht-Alphabet

Lernen Sie die Begriffe zu J und K kennen!

Neues Design bei Beukenberg

Geschäftspapiere und Internetauftritt im neuen Kleid.

Strengere Auflagen für gesundheitsbezogene Werbeversprechen

Am 1. Juli 2007 fiel der Startschuss für die neue Verordnung: Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben von Lebensmitteln (Health Claims) unterliegen jetzt strengeren Auflagen. Die EU-Kommission, das Parlament und der Rat einigten sich Mitte 2006 über die neuen Bestimmungen.

Produkte mit hohem Anteil an ungesunden Nährstoffen, wie Zucker oder Fett, dürfen nicht mehr mit Gesundheitsaspekten beworben werden. Nährwertprofile sollen bei der Zulassung helfen – Gefahr dabei: Lebensmittel, die insgesamt bestimmten Nährwertangaben nicht entsprechen dürfen möglicherweise nicht mehr mit sachlich zutreffende Angaben versehen werden. Ziel ist mehr Rechtssicherheit durch einheitliche Regelungen. Außerdem will die EU-Kommission den Verbraucherschutz verbessern. Hintergrund ist steigendes Übergewicht in der Bevölkerung durch Fehlernährung. Der Verbraucher soll „richtige“ Informationen erhalten, um eigenverantwortlich Lebensmittel folgerichtig auswählen zu können.

Bisher hatte der Gesetzgeber nicht definitiv geregelt, welche Angaben erlaubt sind und entschied individuell anhand der Gesamtumstände – das bedeutet: alles was nicht verboten war, war erlaubt. Angaben waren grundsätzlich erlaubt, solange sie den Verbraucher nicht irreführten, sich nicht auf Krankheiten bezogen und wissenschaftlich ausreichend abgesichert waren. In Deutschland herrschte die eigenverantwortliche Bewerbung durch zutreffende nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben, sofern nicht krankheitsbezogen. Unternehmen dürfen nun definitiv nicht gesicherte wissenschaftlich Wirkungen nicht mehr bewerben.

Erlaubte Angaben sind in Listen aufgeführt und werden durch Zulassungsverfahren entschieden. Angaben, die diesen Bedingungen nicht entsprechen, werden nicht erlaubt.

Unternehmen müssen zusätzliche Kosten und Wartezeiten für das Zulassungsverfahren einplanen. Die Lebensmittelwirtschaft befürchtet, dass die Verordnung die Kommunikationsfreiheit der Unternehmen eingeschränkt und den Verbraucher bevormundet, so dass dessen Eigenverantwortung weg fällt. Verbraucherschützer sehen die Verordnung dagegen als Umbruch im Kampf gegen Fehlernährung. Sie wollen keine Werbeverbote verhängen, sondern wahrheitsgemäße Aussagen erreichen und die Verbraucher informieren, was Lebensmittel tatsächlich bewirken.

Nach einer Übergangszeit von drei Jahren sollen die neuen Auflagen 2010 vollständig wirken.

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak
Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de

Markenwiderspruch abgewehrt

Im Beschluss vom 14. März 2007 erkennt das Deutsche Patent- und Markenamt Jena die Verwechslungsgefahr der Marke „scope & focus“ aus Hannover und der eines großen deutschen Magazins aus München nicht an.



Die Inhaber der älteren und bekannteren Marke hatte Widerspruch gegen „scope & focus“ wegen Markenähnlichkeit, Produktidentität und Verwechslungsgefahr erhoben. Sie warfen dem Unternehmen vor, es wolle den sensationellen Bekanntheitsgrad ausnutzen.

Verwechslungsgefahr aufgrund von Ähnlichkeit und Identität hängt von zwei Faktoren ab; zum Einen ist die Ähnlichkeit der Marken in ihrem Design und dem Klang des Namens an sich ausschlaggebend und zum Anderen die Ähnlichkeit der angebotenen Waren oder Dienstleistungen. Weiterer Faktor ist die Kennzeichnungskraft, die mit dem Alter und der Bekanntheit der Marke zusammenhängt. Ältere und bekanntere Marken können einen größeren Abstand bzw. Schutzbereich von ähnlichen Marken verlangen. Wohingegen junge, nicht so bekannte Marken nur die Verteidigung gegenüber fast identischer Marken durchsetzen können.

Trotz des hohen Bekanntheitsgrades und Alters der gegnerischen Marke, teilweiser Ähnlichkeit und der hohen Identität ist es Verteidiger Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak gelungen den Widerspruch abzuwehren: „Für das Patent- und Markenamt zählt der Gesamteindruck. Der Betrachter nimmt ein Zeichen als Ganzes wahr ohne es minutiös zu analysieren. Er achtet in der Regel nicht auf Einzelheiten, deshalb sind die Vorwürfe unhaltbar.“

Des Weiteren befürchtete die gegnerische Partei, der Betrachter könne den Eindruck gewinnen, es handele sich um ein wirtschaftlich miteinander verbundenes Unternehmen, da ein Bestandteil der älteren Marke im Namen jüngerer enthalten ist. Kritisch wird dies in solchen Fällen, wenn die Marken zusätzlich noch ähnliche Dienstleistungen begleiten und ein breites Publikumsspektrum bedienen, so wie in diesem Fall. Der Abstand muss dabei enorm hoch sein, damit die Marken nicht kollidieren. Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak führte zur Verteidigung an, dass die Bestandteile „scope“ und „focus“ gleichwertig sind, da sie miteinander kombiniert zusammengehören. Der Widerspruch wurde abgewiesen.

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak
Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de

Das Wo und Wie des Impressums

In einer Entscheidung vom 17. August 2006 hat das Oberlandesgericht (OLG) Frankfurt den Streitwert für eine fehlende Anbieterkennzeichnung eines Internetauftritts (Impressum) auf 5.000 Euro festgesetzt.

Bei den Pflichten zur Anbieterkennzeichnung greifen das Telemediengesetz und der Mediendienste-Staatsvertrag. Die Gesetze verlangen leichte und unmittelbare Erreichbarkeit der Angaben über den Anbieter des Internetauftritts. Wo und wie die Pflichtangaben sein sollen hat der Bundesgerichtshof (BGH) mit dem Urteil vom 20. Juli 2006 bereits definiert. Gleichzeitig hat er die Voraussetzungen vereinfacht. Der zur Anbieterkennzeichnung führende Link muss:

- „Kontakt“ oder „Impressum“ heißen und
- über maximal zwei Links erreichbar sein.

Grundlagen für die Entscheidung waren Konventionen, die sich unter den Internetnutzern bereits eingespielt hatten. Danach ist „Kontakt“ oder „Impressum“ inzwischen eine im Verkehr übliche Bezeichnung. Die Angaben müssen nicht auf der Startseite stehen, denn sollte der durchschnittlich informierte Nutzer auf der Startseite kein Impressum finden, so wird er den Link „Kontakt“ wählen, um zur Anbieterkennzeichnung zu gelangen.

Waren- und Dienstleistungshändler mit Internetkaufverträgen, müssen außerdem das Fernabgabegesetz beachten. Das Verbraucherschutzgesetz verpflichtet den Händler so, den Verbraucher klar und unmissverständlich darauf hinzuweisen, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt.

Zu den Pflichtangaben gehören:

- Identität,
- Anschrift,
- Vertretungsberechtigten und
- Handelsregistereintragung.



Zur Vereinheitlichung der Gesetze hat der BGH für das Fernabgabegesetz die gleichen Bedingungen wie beim Telemediengesetz und dem Mediendienste-Staatsvertrag festgelegt. Nämlich auch hier muss der Anbieterlink „Kontakt“ oder „Impressum“ heißen und über maximal zwei Klicks erreichbar sein. Das erleichtert Anbietern die Internetpräsenz.

Sollte eine Anbieterkennzeichnung fehlen oder falsch sein, so ist nach dem Urteil vom OLG ein Streitwert von 5.000 Euro anzusetzen.

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak
Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de

Beukenberg ist führende Marken-anmeldekanzlei in Deutschland

Mit 709 Markenmeldungen im Jahre 2006 schaffte es die Kanzlei Beukenberg Rechtsanwälte auf den ersten Platz der „Top Filer“ Rangliste.

Top filers of trademark applications in Germany

(January 1 2006 – December 31 2006)

Position	Representatives	Number of applications
1	Beukenberg	709
2	Boehmert & Boehmert	654
3	Herrn Erich Auer	632
4	CMS Hasche Sigle	508
5	Lovells	480
6	Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP	333
7	Prehm & Klare	315
8	Harmsen Utescher	293
9	Linklaters Steuerberater	291
10	Schneiders & Behrendt	274
11	Gruenecker, Kinkeldey, Stockmair & Schwanhäusser	254
12	Bardehle Pagenberg	237
13	Buse Heberer Fromm	234
14	Hansmann & Vogeser	216
15	Habbel & Habbel	214
16	Meissner & Meissner	210
17	Dr Hoffmeister & Tarvenkorn	197
18	Buschhoff Henniscke Althaus	194
19	Eisenfuehr, Speiser & Partner	157
20	IHR Anwalt 24 Rechtsanwalt-AG	128
21	Fritze Paul Seelig	123
22	Lorenz Seidler Goss	101
22	Stephan Hucke	101
24	Gramm, Lins & Partner	99
25	Weickmann & Weickmann	93

Quellen: Thomson, World Trademark Review

In der Fachzeitschrift „World Trademark Review“ (Ausgabe 6, März/April 2007) berichtet der Artikel „Europe’s trademark powerhouse bounces back“ über Deutschland als Markenrechtstandort. Es um die aktuelle Marken- und Patentrechtsituation in Deutschland. Neben den Meinungsäußerungen von wichtigen deutschen Markenrechtsexperten wird außerdem das gängige Verfahren der Markenmeldungen erörtert.

Sehen Sie dazu den ganzen Artikel der World Trademark Review unter: www.bwlh.de/xxx

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de

Beukenberg ist führende Marken-anmeldekanzlei in Deutschland

Mit 709 Markenmeldungen im Jahre 2006 schaffte es die Kanzlei Beukenberg Rechtsanwälte auf den ersten Platz der „Top Filer“ Rangliste.

Top filers of trademark applications in Germany

(January 1 2006 – December 31 2006)

Position	Representatives	Number of applications
1	Beukenberg	709
2	Boehmert & Boehmert	654
3	Herrn Erich Auer	632
4	CMS Hasche Sigle	508
5	Lovells	480
6	Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP	333
7	Prehm & Klare	315
8	Harmsen Utescher	293
9	Linklaters Steuerberater	291
10	Schneiders & Behrendt	274
11	Gruenecker, Kinkeldey, Stockmair & Schwanhäusser	254
12	Bardehle Pagenberg	237
13	Buse Heberer Fromm	234
14	Hansmann & Vogeser	216
15	Habbel & Habbel	214
16	Meissner & Meissner	210
17	Dr Hoffmeister & Tarvenkorn	197
18	Buschhoff Henniscke Althaus	194
19	Eisenfuehr, Speiser & Partner	157
20	IHR Anwalt 24 Rechtsanwalt-AG	128
21	Fritze Paul Seelig	123
22	Lorenz Seidler Goss	101
22	Stephan Hucke	101
24	Gramm, Lins & Partner	99
25	Weickmann & Weickmann	93

Quellen: Thomson, World Trademark Review

In der Fachzeitschrift „World Trademark Review“ (Ausgabe 6, März/April 2007) berichtet der Artikel „Europe’s trademark powerhouse bounces back“ über Deutschland als Markenrechtstandort. Es um die aktuelle Marken- und Patentrechtsituation in Deutschland. Neben den Meinungsäußerungen von wichtigen deutschen Markenrechtsexperten wird außerdem das gängige Verfahren der Markenmeldungen erörtert.

Sehen Sie dazu den ganzen Artikel der World Trademark Review unter: www.bwlh.de/xxx

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de

Beukenberg ist führende Marken-anmeldekanzlei in Deutschland

Mit 709 Markenmeldungen im Jahre 2006 schaffte es die Kanzlei Beukenberg Rechtsanwälte auf den ersten Platz der „Top Filer“ Rangliste.

Top filers of trademark applications in Germany

(January 1 2006 – December 31 2006)

Position	Representatives	Number of applications
1	Beukenberg	709
2	Boehmert & Boehmert	654
3	Herrn Erich Auer	632
4	CMS Hasche Sigle	508
5	Lovells	480
6	Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP	333
7	Prehm & Klare	315
8	Harmsen Utescher	293
9	Linklaters Steuerberater	291
10	Schneiders & Behrendt	274
11	Gruenecker, Kinkeldey, Stockmair & Schwanhäusser	254
12	Bardehle Pagenberg	237
13	Buse Heberer Fromm	234
14	Hansmann & Vogeser	216
15	Habbel & Habbel	214
16	Meissner & Meissner	210
17	Dr Hoffmeister & Tarvenkorn	197
18	Buschhoff Henniscke Althaus	194
19	Eisenfuehr, Speiser & Partner	157
20	IHR Anwalt 24 Rechtsanwalt-AG	128
21	Fritze Paul Seelig	123
22	Lorenz Seidler Goss	101
22	Stephan Hucke	101
24	Gramm, Lins & Partner	99
25	Weickmann & Weickmann	93

Quellen: Thomson, World Trademark Review

In der Fachzeitschrift „World Trademark Review“ (Ausgabe 6, März/April 2007) berichtet der Artikel „Europe’s trademark powerhouse bounces back“ über Deutschland als Markenrechtstandort. Es um die aktuelle Marken- und Patentrechtsituation in Deutschland. Neben den Meinungsäußerungen von wichtigen deutschen Markenrechtsexperten wird außerdem das gängige Verfahren der Markenmeldungen erörtert.

Sehen Sie dazu den ganzen Artikel der World Trademark Review unter: www.bwlh.de/xxx

Ihr Ansprechpartner ist Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Michael Horak Tel. 05 11 / 59 09 10 - 20 · Mail horak@iprecht.de