

# Unterlassung muss nicht Rückruf bedeuten

In die umstrittene Rechtsprechung des BGH zum Umfang der Unterlassungspflicht kommt Bewegung / Von Sascha Abrar

**Düsseldorf.** Die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu Rückrufpflichten sorgt für Diskussionen. Das Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf stellt sich erneut gegen Karlsruhe – und hat damit den Weg für eine Überprüfung ermöglicht.

Verurteilt ein Gericht einen Wettbewerber wegen einer Markenverletzung zur Unterlassung, so darf dieser die entsprechende Bezeichnung nicht mehr auf seinen Waren oder im Webshop benutzen. Nach der höchst umstrittenen Rechtsprechung des 1. Senats des Bundesgerichtshofs (BGH) ist der Verurteilte aber nicht nur zur Unterlassung im Wortsinn verpflichtet. Er muss auch aktiv werden und zum Beispiel bereits ausgelieferte Ware von seinen gewerblichen Kunden zurückrufen. Dieser Grundsatz soll laut BGH nicht nur für das Markenrecht, sondern auch für das Urheber-, Design-, Unlauterkeitsrecht und für strafbewehrte Unterlassungserklärungen gelten.

Für Unterlassungsschuldner ist diese Rechtsprechung problematisch, da ein Rückruf für sie nicht nur unmittelbare wirtschaftliche Nachteile hat, sondern die Lieferbeziehungen schwer belasten kann. Diese gravierenden Auswirkungen werden von Kritikern als unbillig empfunden, insbesondere wenn sich der Beklagte der Rechtsverletzung nicht bewusst war.



Gegen die Rechtsprechung des BGH gibt es gute Argumente. Unter anderem hat der Gesetzgeber für Marken bereits einen speziellen Rückrufanspruch geregelt, der in einem Gerichtsverfahren ausdrücklich beantragt werden muss. Daher ist es sys-

temwidrig, wenn in den Unterlassungsansprüchen zusätzlich eine Rückruf- oder Aufforderungspflicht reingelesen wird, zumal der Schuldner häufig nicht verlässlich einschätzen kann, welche aktiven Maßnahmen er im Einzelfall treffen muss. Der 1. Senat des BGH hat seine heftig kritisierte Rechtsprechung bislang gleichwohl nicht aufgegeben und zuletzt in der Entscheidung „Produkte zur Wundversorgung“ (Az.: I ZB 96/16) wiederholt.

Verschiedene Senate des OLG Düsseldorf haben sich bemerkenswert deutlich gegen die Rechtsprechung des BGH positioniert. Nun hat das OLG Düsseldorf entschieden, dass der Unterlassungsschuldner bei einer unlauteren Werbung nicht dazu verpflichtet ist, die angegriffene Ware von rechtlich und wirtschaftlich selbstständigen Kunden zurückzurufen oder diese aufzufordern, die Ware vorläufig nicht weiter zu vertreiben (Az.: I-20 W 26/18).

Die Rechtsprechung des BGH kommt dadurch noch einmal auf den Prüfstand und es ist möglich, dass am Ende der übergeordnete große Senat am BGH ein Machtwort sprechen

wird. Noch besser wäre es, wenn die Antwort vom Europäischen Gerichtshof (EuGH) kommt. Hierzu ist aktuell eine Verfassungsbeschwerde in einer anderen Sache anhängig (Az.: 1 BvR 396/18). Diese hat letztlich das Ziel, dass der EuGH in Bezug auf EU-Marken klärt, ob ein Unterlassungsschuldner tatsächlich zum Rückruf verpflichtet ist. Viele EU-Mitgliedstaaten kennen solch eine Rückrufpflicht nämlich nicht.

Bis zu einer Klärung sollte die Rechtsprechung des BGH aber beachtet werden. Der Schuldner sollte versuchen, die Reichweite seiner Handlungspflichten rechtzeitig zu klären, insbesondere vor der Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung. Eine solche Klärung wird häufig auch im Interesse des Gläubigers liegen. Immerhin kann er dem Schuldner zum Schadenersatz verpflichtet sein, wenn ein Gericht eine einstweilige Unterlassungsverfügung später wieder aufhebt oder sich eine Abmahnung als unbegründet erweist. *Iz 17-19*



**Dr. Sascha Abrar** ist Partner der Kanzlei Löffel Abrar in Düsseldorf. Er ist auf gewerblichen Rechtsschutz und Prozessführung spezialisiert.

## EU stärkt Verbraucherrechte

**Strasbourg.** In der letzten Sitzung vor den Europawahlen hat das Europäische Parlament den sogenannten Omnibus-Vorschlag zu verschiedenen Verbraucherschutzregelungen mit einer breiten Mehrheit angenommen. Der Vorschlag ist Bestandteil des sogenannten „New Deal For Consumers“ der EU-Kommission.

Zum einen soll die Transparenz von Angeboten auf Internetplattformen künftig erhöht werden. Anbieter wie Amazon, Ebay, Airbnb, Booking.com oder Skyscanner müssen offenlegen, wie Suchergebnisse und Bewertungen zustandekommen und, ob Provisionen für die Platzierung gezahlt wurden. Zudem muss die Identität des Anbieters als Privatperson oder gewerblich Handelnder klar werden. Personalisierte Preisgestaltungen sind von Online-Anbietern künftig als solche kenntlich zu machen.

Verstößt ein Unternehmen in mehreren Mitgliedstaaten gegen Verbraucherrechte, drohen künftig Höchststrafen von bis zu 2 Mio. Euro oder von bis zu 4 Prozent des Jahresumsatzes.

Darüber hinaus kommt mit der Annahme des Omnibus-Vorschlags das sogenannte „Dual Quality“-Verbot. Lebensmittel und andere Konsumgüter dürfen demnach innerhalb von Europa nicht als identisch vermarktet werden, wenn sich ihre Zusammensetzung signifikant unterscheidet und die Differenzierung nicht sachlich gerechtfertigt ist. *be/Iz 17-19*

## Lebensmittel Zeitung



Thüringen | Niederlande  
Mecklenburg-Vorpommern | Bayern  
Österreich | Nordische Länder | Italien  
Asien | Belgien | Berlin-Brandenburg | USA  
Frankreich | Irland | Nordrhein-Westfalen  
Baden-Württemberg | Niedersachsen  
Sachsen-Anhalt | Griechenland  
Großbritannien | Schweiz  
Sachsen | Spanien

ZEIGEN SIE, DASS SIE EINE  
TOP-ADRESSE SIND

## DIE LZ LÄNDERREPORTS. GEHÖREN SIE ZU DEN BESTEN IHRES LANDES

Die LZ LänderReports nehmen den Handel mit auf ihre spannenden Entdeckungstouren zu den besten Unternehmen eines Landes. Mit sicherem Blick für innovative Produkte und Konzepte stellen sie ihm erfolgsversprechende Spezialitäten fürs Sortiment vor. Auf diesen Seiten dürfen Sie nicht fehlen! Zeigen Sie dem Handel: Wir sind ein Top Unternehmen des Landes und gehören mit unseren Produkten unverzichtbar ins Sortiment.

Profitieren Sie von unseren Platzierungs- und Preisangeboten. Mehr unter [www.lebensmittelzeitung.net](http://www.lebensmittelzeitung.net) oder bei Sven Lang unter 069 7595-1756, E-Mail: [lang@lebensmittelzeitung.net](mailto:lang@lebensmittelzeitung.net)