
Newsletter, 1. Ausgabe 2011

IP/IT

Intellectual Property/ Information Technology

Die neue „Cookie-Richtlinie“ der EU – Handlungsbedarf für Unternehmen	Seite 2
Zeitschriften-Flappe verstößt nicht gegen Verbot getarnter Werbung (BGH, Urteil vom 1. Juli 2010)	Seite 3
Umfang der Unterlassungsverfügung (OLG Hamburg, Beschluss vom 6. September 2010)	Seite 4
Anforderungen an eine Irreführung im kürzlich liberalisierten Markt (BGH, Urteil vom 12. Mai 2010)	Seite 5
Produktbilder als Teil der Produktbeschreibung und Vorrang der Nacherfüllung (BGH, Urteil vom 12. Januar 2011)	Seite 6
„Der Brokkoli ist gegessen“ – Entscheidung des Europäischen Patentamts gegen Patente auf im Wesentlichen biologische Verfahren (EPA, Entscheidungen vom 9. Dezember 2010)	Seite 7
Urheberrechtlicher Schutz grafischer Benutzeroberflächen (EuGH, Urteil vom 22. Dezember 2010)	Seite 9
Fotografieren verboten? (BGH, Urteile vom 17. Dezember 2010)	Seite 10
Haftung für Urheberrechtsverletzungen bei geschäftlich eng verbundenen Unternehmen (OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 18. Mai 2010)	Seite 11
Aktuelle Veranstaltungen	Seite 12



Die neue „Cookie-Richtlinie“ der EU – Handlungsbedarf für Unternehmen

Ende letzten Jahres hat das EU-Parlament die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (2002/58/EG) durch die sogenannte „Cookie-Richtlinie“ (2009/136/EG) abgeändert. Ziel der Änderung ist die Schaffung von mehr Transparenz und Sicherheit für Verbraucher. Unternehmen werden danach verpflichtet, Verbraucher über den Einsatz von Cookies auf ihren Webseiten genauer zu informieren. Die Mitgliedstaaten der EU müssen die Richtlinie bis zum 25. Mai 2011 in nationales Recht umsetzen. Unternehmen sollten sich daher bereits heute mit dem Thema auseinandersetzen, um nicht von der neuen Rechtslage überrascht zu werden.

Was sind Cookies?

Cookies sind kleine Dateien, mit deren Hilfe Daten über die Nutzung von Webseiten oder auch über das Nutzerverhalten allgemein gesammelt werden. Sie finden hauptsächlich Anwendung für Werbezwecke und zur kundenfreundlichen Gestaltung von Webseiten. Mittels Cookies werden beispielsweise Daten über die Häufigkeit des Aufrufs einzelner Webseiten, den Besuch bestimmter Teile von Webseiten oder auch das Nutzerverhalten im Allgemeinen erhoben. Insbesondere kann das Kaufverhalten der Internetnutzer durch Cookies analysiert werden.

Kritik an der Nutzung von Cookies

Verbraucherschutzverbände und Datenschutzaufsichtsbehörden stehen dem Einsatz von Cookies grundsätzlich kritisch gegenüber, vor allem wegen der mangelnden Transparenz. Denn in der Regel weiß der Nutzer nicht, welche Daten mittels der Cookies erhoben werden, wie lange diese gespeichert werden oder wer aus Cookies resultierende Daten überhaupt empfängt. Aufgrund mangelnder Transparenz können Internetnutzer diese Vorgänge nicht unterbinden.

Geänderte Rechtslage

Diesen Bedenken soll die neue Cookie-Richtlinie Rechnung tragen, nach der bis zum 25. Mai dieses Jahres insbesondere folgende Regelung in deutsches Recht umzusetzen ist:

„Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Speicherung von Informationen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits im Endgerät eines Teilnehmers oder Nutzers gespeichert sind, nur gestattet wird, wenn der betreffende Nutzer auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen, die

er gemäß der Richtlinie 95/46/EG über die Zwecke der Verarbeitung erhält, seine Einwilligung gegeben hat. Dies steht einer technischen Speicherung oder dem Zugang nicht entgegen, wenn der alleinige Zweck die Durchführung der Übertragung einer Nachricht über ein elektronisches Kommunikationsnetz ist oder wenn dies unbedingt erforderlich ist, damit der Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft, der vom Teilnehmer oder Nutzer ausdrücklich gewünscht wurde, diesen Dienst zur Verfügung stellen kann.“

Auswirkungen auf das deutsche Recht

Welche Auswirkungen diese neue Rechtslage in Deutschland – insbesondere auf das Telemediengesetz – haben wird, wird sich danach richten, wie der deutsche Gesetzgeber den Begriff „Information“ auslegt. Die Nutzung von Cookies war bislang entweder mit Einwilligung oder auf Grundlage einer sogenannten „Opt-Out“-Lösung zulässig. Nach den Vorschriften des Telemediengesetzes dürfen Nutzungsprofile zurzeit unter Verwendung eines Pseudonyms und vorbehaltlich eines Widerspruchs des Betroffenen erstellt werden. Solche Nutzungsprofile werden häufig mit Hilfe von Cookies erstellt; die in dem Cookie gespeicherte eindeutige Identifikationsnummer (Cookie-ID) wird dabei als Pseudonym angesehen.

Setzt der deutsche Gesetzgeber die Begriffe „Information“ und „personenbezogene Daten“ gleich, wird sich wohl nicht viel ändern: Die Cookie-ID gilt dann weiterhin als pseudonymes Datum. Folgt er aber der Intention der EU-Richtlinie und fasst den Begriff „Information“ weiter, wird die Abspeicherung sämtlicher Cookie-Inhalte – also auch der nicht personenbezogenen bzw. pseudonymen Daten – künftig grundsätzlich einwilligungsbedürftig. Die bisherige Opt-Out-Lösung muss dann durch ein Opt-In ersetzt werden. Das heißt, Nutzer müssen erst aktiv zustimmen, bevor mit Cookies Daten über sie gesammelt werden dürfen.

Praktische Konsequenzen

Unternehmen sollten vor dem Einsatz von Cookies den Nutzer informieren, dessen Einwilligung einholen und ihre Webseiten entsprechend ausgestalten. In Betracht kämen beispielsweise folgende Möglichkeiten:

1. Direkt bei Aufruf der Webseite erscheint ein Pop-up-Fenster, das den Nutzer über den Einsatz von Cookies infor-

miert. Der Internetnutzer kann dann in die Verwendung von Cookies einwilligen oder die Webseite verlassen.

2. Direkt bei Aufruf einer Webseite wird der Nutzer auf die Datenschutzerklärung des Anbieters geleitet. Diese muss transparent über den Einsatz der Cookies informieren und darüber, wie deren Einsatz unterbunden werden kann. Nutzt er die Webseite weiter, gilt dies als stillschweigende Einwilligung.

Session-Cookies können hingegen auch weiterhin ohne Einwilligung genutzt werden, sofern diese technisch er-

forderlich sind, um den jeweiligen Dienst zu erbringen (siehe Satz 2 der oberhalb zitierten Regelung).

Bislang wird noch diskutiert, ob Unternehmen tatsächlich eine Anpassung ihrer Webseiten zugemutet werden soll. Es bleibt zu hoffen, dass der deutsche Gesetzgeber eine praktikable Lösung findet und den Begriff der „Information“ eng auslegt. Unternehmen hätten dann die Möglichkeit, auf eine gesonderte Einwilligung des Internetnutzers zu verzichten. Gleichwohl sollten sich Unternehmen nicht darauf verlassen, da sowohl in Europa als auch in Deutschland eher verbraucherorientierte Ansätze verfolgt werden.

Zeitschriften-Flappe verstößt nicht gegen Verbot getarnter Werbung

(BGH, Urteil vom 1. Juli 2010)

Der Fall

Gegenstand der Entscheidung war ein halbseitiges Vorschaltblatt, eine sog. „Flappe“, welche über die Titel- und Rückseite der Zeitschrift „Wirtschaftswoche“ geheftet war und eine Werbung der Deutschen Bahn AG aufwies. Die Vorderseite der Flappe war dem übrigen Layout der Titelseite angepasst und enthielt zusätzlich, vor einem roten Hintergrund, die Aussage „Deutsche Manager: Wir verplempern zu viel Zeit im Auto und an Flughäfen!“ sowie „Das sehen Sie genauso? Dann drehen Sie diese Zeitschrift um“. Auf der Rückseite befand sich eine als solche sofort erkennbare Werbeanzeige der Deutschen Bahn AG mit dem Text „Der 1. Klasse-Effekt: Flieger gecancelt. Dienstwagen geparkt. Arbeit erledigt“.

Nach Auffassung der Klägerin, der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, verstößt diese Gestaltung der Flappe gegen das Gebot, den redaktionellen Teil und die Werbung einer Zeitschrift zu trennen. Insbesondere wurde beanstandet, es sei bei Betrachtung der Vorderseite nicht erkennbar, dass es sich bei dem „Flappentext“ um eine Anzeige handele.

Die Entscheidung

Nachdem das Landgericht Düsseldorf der Klage zunächst stattgegeben hatte, bestätigte der Bundesgerichtshof (Urteil vom 1. Juli 2010 – Az. I ZR 161/09) die ablehnende Entschei-

dung des Oberlandesgerichts Düsseldorf und wies die Revision zurück.

Der Bundesgerichtshof stellte fest, dass die Flappe nicht gegen Nr. 11 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, wonach eine als Information getarnte Werbung unzulässig ist, verstoße. Der auf der Vorderseite des fraglichen Vorschaltblattes befindliche Text erwecke zwar den Eindruck, er sei dem redaktionellen Inhalt der Zeitschrift zuzurechnen. Allein der Text lasse jedoch ein etwaiges beworbenes Unternehmen nicht erkennen. Dies werde erst dann erkennbar, wenn der Leser die Hefrückseite betrachte, die ganz offensichtlich eine Werbung der Deutschen Bahn enthält.

Allein der Text der Vorderseite ohne Kenntnisnahme der auf der Rückseite angebrachten Werbung erwecke daher nicht den Eindruck einer Verkaufsförderungsmaßnahme, da er weder ein beworbenes Unternehmen oder Produkt erkennen lasse, noch lege er nahe, an ein bestimmtes alternatives Verkehrsmittel zu denken. Erst im Zusammenhang mit der Rückseite erkenne der Leser den werbenden Charakter des Vorschaltblattes. Durch die Gestaltung der Rückseite sei diese aber ganz offensichtlich als Verkaufsförderungsmaßnahme wahrnehmbar.

Ein Verstoß liege daher nicht vor, und zwar unabhängig davon, ob der Leser Vorder- und Rückseite oder nur die Vor-

derseite des Vorschaltblattes zur Kenntnis nehmen. Denn der Leser unterliege eben nicht dem Irrtum, dass die Vorderseite des Vorschaltblattes dem redaktionellen Inhalt zugehöre. Der werbende Charakter des Vorschaltblattes werde auch nicht verschleiert, da der durchschnittliche Leser Vorder- und Rückseite als einheitliche Werbemaßnahme der Deutschen Bahn wahrnehme.

Unser Kommentar

Die Entscheidung „Flappe“ ist insoweit zu begrüßen, als sie sich von der rein schematischen Betrachtungsweise bei

mehrseitigen redaktionellen Anzeigen löst. Vielmehr wird auf den Gesamteindruck der Werbung sowie die konkreten Betrachtungsgewohnheiten der angesprochenen Verkehrskreise abgestellt. Allerdings betrifft die Entscheidung einen Einzelfall. Der vorliegenden Entscheidung kann nicht entnommen werden, dass generell eine Auflockerung des Grundsatzes der Trennung zwischen Redaktion und Werbung stattfände. Es bleibt daher abzuwarten, ob sich diese werbefreundliche Auffassung innerhalb der Rechtsprechung etablieren wird.

Umfang der Unterlassungsverfügung

(OLG Hamburg, Beschluss vom 6. September 2010)

Der Fall

Das OLG Hamburg hatte in einem Ordnungsmittelverfahren darüber zu entscheiden, ob die der Schuldnerin vorgeworfene Verletzungshandlung unter den Verbotstenor einer zuvor erwirkten einstweiligen Verfügung fällt. Die Gläubigerin hatte zuvor eine einstweilige Verfügung erwirkt, mit der es der Schuldnerin unter Androhung von Ordnungsmitteln verboten worden war, Zahnschützer unter der Bezeichnung „Stealth“ anzubieten und/oder zu bewerben, wenn dies in deutscher Sprache über die deutsche Domain www.b....de geschieht. Die Schuldnerin hat dann Zahnschützer unter der Bezeichnung „Stealth“ in englischer Sprache unter der internationalen Domain www.b....com angeboten und vertrieben. Die Gläubigerin machte in dem Ordnungsmittelantrag geltend, dass die Schuldnerin mit ihrem Angebot in englischer Sprache unter der Domain www.b....com gegen das Verfügungsverbot verstoßen und daher ein Ordnungsgeld zu zahlen habe.

Die Entscheidung

Das OLG Hamburg (Beschluss vom 6. September 2010 – Az. 3 W 81/10) hat den Ordnungsmittelantrag der Gläubigerin zurückgewiesen und festgestellt, dass die Schuldnerin mit ihrem Angebot in englischer Sprache unter der „.com“-Domain nicht gegen das erlassene Verfügungsverbot verstoßen habe. Das Verbot aus der einstweiligen Verfügung sei auf die konkrete Verletzungsform beschränkt worden, nämlich Zahnschützer unter der Bezeichnung „Stealth“ in deutscher Sprache unter einer bestimmter „.de“-Domain anzubieten und zu bewerben. Es sei zwar richtig, dass der

Tenor eines Unterlassungstitels nicht nur identische Handlungen erfasse, sondern auch solche, die von dem wettbewerbswidrigen Kern der verbotenen Handlung nur geringfügig abweichen, ihr also praktisch gleichwertig sind. Das Verfügungsverbot könne aber nicht auf solche Wettbewerbshandlungen ausgedehnt werden, die der verbotenen Handlung lediglich im Kern ähnlich sind. Dies sei nach der Natur des Vollstreckungsverfahrens nicht möglich. Sofern – wie vorliegend – eine konkrete Wettbewerbshandlung verboten werde, bedeutet dies, dass lediglich kosmetische Veränderungen der konkreten Verletzungshandlung, die Gegenstand des Verbots ist, nicht aus dem Kernbereich des Verbots herausfielen. Wird die werbliche Maßnahme jedoch so verändert, dass sich deren Gesamteindruck bezogen auf den Kern des Verbots ändere, unterfalle die Änderung nicht mehr dem Kern des Verbotstitels. Dies sei vorliegend der Fall. Das OLG Hamburg wies zudem darauf hin, dass in diesem Zusammenhang nicht von Bedeutung sei, ob die abgeänderte Form selbst wettbewerbswidrig sei. Dies müsse in einem neuen Erkenntnisverfahren, nicht aber in dem Zwangsvollstreckungsverfahren geprüft werden.

Unser Kommentar

Die Entscheidung des OLG Hamburg zeigt wieder einmal, dass der Formulierung des einstweiligen Verfügungsantrages, der bei Erlass der einstweiligen Verfügung in den Verbotstenor mündet, eine wichtige Bedeutung zukommt. Wird (wie im vorliegenden Fall) der einstweilige Verfügungsantrag und damit der Verbotstenor der einstweiligen Verfügung zu eng gefasst, fallen gleichartige Verstöße aus

dem Verbotstenor heraus. Dies zwingt dann den in seinen Rechten Verletzten dazu, ein neues Gerichtsverfahren anzustrengen. Gleichwohl darf der einstweilige Verfügungsantrag auch nicht zu weit gefasst werden, da ansonsten die Gefahr besteht, dass der Antrag auch rechtmäßige Handlungen er-

fasst und insofern abgewiesen werden würde. Der richtige Weg ist, in einen einstweiligen Verfügungsantrag nicht nur die konkrete Verletzungshandlung, sondern die konkrete Verletzungsform aufzunehmen.

Anforderungen an eine Irreführung im kürzlich liberalisierten Markt

(BGH, Urteil vom 12. Mai 2010)

Der Fall

Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte über eine Klage der Deutschen Post AG zu entscheiden, die sich gegen das Aufstellen von Briefkästen eines anderen Briefbeförderers in direkter Nähe zu Postfilialen oder Briefkästen der Deutschen Post wehrte. Diese Briefkästen waren von ähnlicher Größe wie die der Deutschen Post, rot lackiert und mit der weißen Aufschrift „Brief24“ versehen.

Die Klägerin trug vor, dass es durch die räumliche Nähe zu ihren Einrichtungen bei den Kunden zu Irritationen komme, ob die Briefkästen solche der Deutschen Post seien. Vereinzelt seien tatsächlich mit Briefmarken der Deutschen Post frankierte Briefe in die roten Briefkästen eingeworfen worden. Die Beklagte sortiere diese aus und übergebe sie anschließend der Klägerin, wodurch es zu einer Beförderungsverzögerung von bis zu vier Tagen komme. Nach Auffassung der Klägerin sei das Verhalten der Beklagten wettbewerbswidrig, da die Kunden über die betriebliche Herkunft der mit den Briefkästen erbrachten Dienstleistungen getäuscht würden und die Klägerin gezielt behindert würde.

Die Entscheidung

Der BGH (Urteil vom 12. Mai 2010, Az. I ZR 214/07) entschied, dass das Verhalten der Beklagten keinen Wettbewerbsverstoß darstelle. Damit in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht eine Irreführung der Kunden vorliege, muss es zu relevanten Fehlvorstellungen über die betriebliche Herkunft der angebotenen Dienstleistungen kommen. Diese Voraussetzungen waren nach Auffassung des BGH nicht erfüllt.

Die Aufschrift „Brief24“ weise nicht direkt auf einen besonderen Service der Deutschen Post hin, so der BGH. Soweit der Kunde den Begriff „Brief“ mit der Deutschen Post assoziiere,

sei dies auf das jahrzehntelange Briefbeförderungs-Monopol der Deutschen Post und ihrer Vorgängerin zurückzuführen. Ein Teil des Verkehrs rechne aufgrund dieser Gewöhnung nicht mit Angeboten anderer Dienstleister. Diese Fehlvorstellung sei allerdings nicht der Beklagten anzulasten. Im Rahmen der Interessenabwägung bei Prüfung der Irreführung im Wettbewerbsrecht sei zu berücksichtigen, dass die Wettbewerber eines bisherigen Monopolisten ihre Leistungen angemessen anbieten können müssen. In dieser Übergangszeit müssten entsprechende Fehlvorstellungen des Verkehrs hingenommen werden.

Der Bundesgerichtshof entschied, dass auch das Aufstellen der Briefkästen in räumlicher Nähe zu Filialen der Deutschen Post kein wettbewerbswidriges Verhalten begründe. Es sei nämlich im Interesse der Kunden, Briefkästen verschiedener Anbieter nah beieinander vorzufinden, um ohne zusätzliche Wege die Dienstleistungen in Anspruch nehmen zu können. Außerdem habe die Klägerin über viele Jahrzehnte die Standorte ihrer Briefkästen und Filialen ungehindert von Wettbewerbern optimieren können. Auch eine gezielte Behinderung der Deutschen Post lag nach Auffassung des BGH nicht vor, da ein „stummer“ Briefkasten nicht in der Lage sei, Kunden gezielt abzufangen.

Unser Kommentar

Im Wettbewerb zwischen ehemaligen Monopolisten und ihren neu hinzugetretenen Konkurrenten ist es in einer Übergangszeit hinzunehmen, dass der Verkehr gewissen Fehlvorstellungen unterliegt. Andernfalls würde mithilfe des wettbewerbsrechtlichen Irreführungsverbots die Monopolsituation aufrechterhalten. Der BGH setzt damit seine Rechtsprechung fort, die auch im Falle von Gesetzesänderungen bestimmte Fehlvorstellungen zulässt, da sonst das überholte Gesetz

perpetuiert würde. Außerdem bestätigt die vorliegende Entscheidung die Rechtsprechung zum unlauteren Abfangen von Kunden, wonach sich der Werbende zwischen den Mitbewerber und den Kunden stellen muss, um diesem den Kaufentschluss aufzudrängen. Das bloße Aufstellen eines „stummen“ Briefkastens zur Entgegennahme von bereits bezahlten Sendungen genügt hierfür nicht.

Produktbilder als Teil der Produktbeschreibung und Vorrang der Nacherfüllung

(BGH, Urteil vom 12. Januar 2011)

Der Fall

Ein Kfz-Sachverständigenbüro bot im Auftrag eines Autohauses in einer Internet-Restwertbörse einen PKW zum Verkauf an. Auf einem der Lichtbilder war eine Standheizung erkennbar, die aber in der Fahrzeugbeschreibung nicht als Zusatzausstattung erwähnt wurde und nach dem Willen des Autohauses auch nicht verkauft werden sollte. Das Gebot der Klägerin i.H.v. 5.120,- Euro wurde von dem Autohaus als Verkäuferin angenommen. Das Autohaus baute die Standheizung dann aus und übergab den PKW ohne die Heizung an die Käuferin, eine gewerbliche Restwertaufkäuferin. Diese nahm anschließend das Sachverständigenbüro sowie dessen Gesellschafter auf Erstattung der Kosten für den Erwerb und Einbau einer gebrauchten Standheizung in Anspruch. Die Berufung vor dem Landgericht gegen das klageabweisende Urteil des Amtsgerichts blieb ohne Erfolg. Anschließend legte die Klägerin Revision beim Bundesgerichtshof (BGH) ein.

Die Entscheidung

Der BGH wies die Revision der Klägerin mit Urteil vom 12. Januar 2011 (Az. VIII ZR 346/09) zurück. Die Klägerin habe gegen die Beklagte wegen der ausgebauten Standheizung keinen Schadensersatzanspruch. So stehe der Klägerin, selbst wenn man ihre Ausführungen zu einem Zustandekommen eines Kaufvertrages über einen PKW mit Standheizung als richtig unterstelle, gegen die Verkäuferin oder Dritten kein Schadensersatzanspruch zu.

Die Klägerin habe gegenüber der Verkäuferin allenfalls einen Erfüllungsanspruch auf Lieferung des PKW mit der im

Internet abgebildeten Standheizung. Denn nach dem eigenen Vortrag der Klägerin war ihr Kaufangebot aufgrund der Abbildung des Fahrzeugs im Internet ausschließlich auf den Erwerb des PKW mit der abgebildeten Standheizung gerichtet gewesen. Da diese jedoch fehlte, habe der PKW einen Mangel aufgewiesen. Die Klägerin könne daher schon nach ihrem eigenen Vortrag von der Verkäuferin zunächst lediglich im Wege der Nacherfüllung den Wiedereinbau der Standheizung verlangen.

Ein auf Erstattung der Kosten für den Erwerb und den Einbau einer gleichwertigen Standheizung gerichteter Anspruch auf Schadensersatz stünde der Klägerin aufgrund des sog. Vorrangs der Nacherfüllung dagegen nur zu, wenn sie der Verkäuferin erfolglos eine angemessene Frist zur Nacherfüllung bestimmt hätte oder eine solche Fristsetzung unter bestimmten Voraussetzungen entbehrlich gewesen wäre. Da dies von der Klägerin aber nicht geltend gemacht worden war, wies der BGH die Revision zurück.

Unser Kommentar

Die Ausführungen des BGH zu dem sog. Vorrang der Nacherfüllung können nicht überraschen und beschränken sich letztlich auf die Wiedergabe der gesetzlichen Regelung. Zwar gewann der Fall durch die ungewöhnliche Konstellation, in der nicht der Verkäufer, sondern ein Dritter auf Schadensersatz in Anspruch genommen wurde, an Komplexität. Der BGH war aber nicht gezwungen, seine Rechtsprechung zu der Frage der Haftung Dritter – sei es unter dem Gesichtspunkt des sog. Vertrages mit Schutzwirkung zu Gunsten

Dritter oder der sog. Sachwalterhaftung – um neue Aspekte zu erweitern, da es vorliegend bereits an einer Haftung der Verkäuferin auf Schadensersatz fehlte. Daher kam auch ein Anspruch gegen Dritte aufgrund Sachwalterhaftung nicht in Betracht. Ein Anspruch aus dem Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter scheiterte bereits daran, dass dem Käufer ein dem Schadensersatzanspruch gleichwertiger Anspruch gegen den Verkäufer auf Nachbesserung zustand.

Das Urteil ist aber unter einem anderen Gesichtspunkt interessant. So kann es durchaus fraglich sein, ob und wenn ja, unter welchen Voraussetzungen Abbildungen, die im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produktes im Internet gezeigt werden, die geschuldete Beschaffenheit des Produktes festlegen. In einigen Meldungen wurde dem Urteil die generelle Aussage entnommen, Bilder seien im Online-Verkauf ebenso bindend wie der Text zum angebotenen Produkt. Eine derart pauschale Aussage kann dem Urteil indes nicht entnommen werden. Denn diese Frage war gar nicht ent-

scheidungserheblich, weil die Klägerin den Fehler gemacht hatte, vorschnell Schadensersatz zu verlangen, statt zunächst den Wiedereinbau der Standheizung zu fordern. Der BGH konnte sich daher darauf beschränken, bezüglich der Frage der Festlegung des Vertragsgegenstandes durch Lichtbilder lediglich mit der Annahme eines Kaufvertrages über den Kauf eines PKW mit Standheizung zu argumentieren, ohne grundsätzliche Ausführungen zu den Anforderungen an die Bestimmung des geschuldeten Vertragsgegenstandes durch Bildmaterial machen zu müssen. Dennoch kann das Urteil besonders für Unternehmen, die Ware im Internet vertreiben, zum Anlass genommen werden, die Einbindung von Werbebildern und Produktfotos in ihre Angebote kritisch zu prüfen. Denn es steht völlig außer Frage, dass Lichtbilder, die im Zusammenhang mit Online-Angeboten veröffentlicht werden, grundsätzlich geeignet sind, die vertraglich geschuldete Beschaffenheit der Ware festzulegen. Allerdings wird man dies von der konkreten Ausgestaltung des Online-Angebotes abhängig machen müssen.

„Der Brokkoli ist gegessen“ – Entscheidung des Europäischen Patentamts gegen Patente auf im Wesentlichen biologische Verfahren

(EPA, Entscheidungen vom 9. Dezember 2010)

Der Fall

Am 9. Dezember 2010 hat die Große Beschwerdekammer des Europäischen Patentamts (EPA) ihre Entscheidung in den Fällen „Brokkoli und Tomate“ verkündet. Es galt die Frage zu klären, wie der Begriff „im Wesentlichen biologische Verfahren“ nach Art. 53b EPÜ auszulegen ist.

Im Verfahren G 2/07 („Brokkoli“) ging es um ein am 8. April 1999 angemeldetes „Verfahren zur selektiven Erhöhung des antikarzinogenen Glukosinolate bei Brassica-Sorten“ durch Plant Bioscience Limited (Norwich/UK). Nach der Vorschrift des Art. 53b EPÜ sind „im Wesentlichen biologische“ Verfahren von der Patentierbarkeit ausgeschlossen. Mit Blick hierauf hatte das EPA die Technik der sog. „markergestützten Selektion“ als technisches Verfahren betrachtet und das Patent

erteilt (2002; EP1069819). Im Rahmen derartiger Zuchtverfahren werden (neben konventionellen Züchtungsschritten) so genannte Markergene zur Auswahl bestimmter Eigenschaften der Eltern- und/oder der Folgegeneration genutzt.

Mithilfe des geschützten Verfahrens soll bei der Zucht von Brokkoli der Anteil eines Inhaltsstoffs erhöht werden können, der eine Krebs vorbeugende Wirkung haben soll. Hierzu werden die für die Produktion des Inhaltsstoffs verantwortlichen Gene ermittelt und mit genetischen Markern gekennzeichnet. Anschließend werden mithilfe der Markergene diejenigen Brokkolipflanzen ausgewählt, die den gewünschten Stoff in hoher Konzentration in sich tragen. Diese Pflanzen werden dann für die weitere Züchtung genutzt.

Im April 2003 legte die Fa. Syngenta Participations aus der Schweiz Einspruch gegen das Patent ein, weil es sich aus ihrer Sicht um ein im Wesentlichen biologisches Verfahren handele, welches nicht patentierbar sei. Das Verfahren G 1/07 („Tomate“) beruht auf dem Patent EP1211926, welches das israelische Landwirtschaftsministerium im Jahr 2000 angemeldet hat. Gegenstand war ein Züchtungsverfahren für Tomaten, die einen geringen Fruchtwassergehalt aufweisen und nachfolgende Produkte. Hiergegen legte Unilever im Jahr 2004 Einspruch ein und verlangte den Widerruf des Patents, weil es sich auch hier um ein im Wesentlichen biologisches Verfahren handele.

Die Entscheidung

Die Große Beschwerdekammer kommt zu dem Ergebnis, dass Züchtungsverfahren nicht nach dem EPÜ patentierbar sind, die sexuelle Kreuzungsschritte in Bezug auf das gesamte Genom beinhalten. Gleiches gilt für die darauf folgende Auswahl der aus der Kreuzung hervorgegangenen Pflanzen. Die Verwendung technischer Verfahrensschritte gleich welcher Art – hier die markergestützte Selektion – führen nicht zur Patentierbarkeit, wenn diese Schritte zur Unterstützung oder Durchführung der sexuellen Kreuzung ganzer Genome von Pflanzen und der nachfolgenden Selektion der Pflanzen dienen. Zwar können die Hilfsmittel selbst, wie z.B. genetische Marker, nach dem EPÜ patentfähige Erfindungen darstellen. Ihre Verwendung in einem so beschriebenen Verfahren macht das Verfahren aber nicht patentierbar.

Demgegenüber bestätigt die Große Beschwerdekammer, dass Verfahren zur Veränderung des pflanzlichen Genoms oder der Merkmale von Pflanzen durch Einfügung einzelner Sequenzen in das Genom durch gentechnische Verfahren patentierbar sein können. Denn in einem solchen Fall würde das Verfahren nicht auf der sexuellen Kreuzung ganzer Genome beruhen. Die Große Beschwerdekammer warnt allerdings davor, die Verfahrensschritte „Kreuzung“ und „Selektion“ im Patent zu beanspruchen.

Unser Kommentar

Die Entscheidung der Großen Beschwerdekammer wird wohl insbesondere von „klassischen“ Züchtern begrüßt werden. Im Bereich der Biotechnologie aktive Unternehmen dürften demgegenüber zurückhaltend reagieren. Die Bemühungen, Patentschutz für Züchtungsverfahren zu erlangen, welche die Kreuzung ganzer pflanzlicher Genome zum Gegenstand haben, zielen im Ergebnis darauf ab, mit nur einer Schutzrechtsanmeldung eine Reihe von Pflanzen und insbesondere auch Pflanzensorten zu erfassen. Wenngleich diese Absicht nachvollziehbar erscheint, hat die Große Beschwerdekammer deutlich gemacht, dass sie im Patent- und im Sortenschutz zwei Schutzrechtssysteme sieht, die gleichberechtigt nebeneinander stehen sollen. Ergebnisse von Forschungsaktivitäten, die als Sorte schützbar sind, sollen daher dem Patentschutz ebenso wenig zugänglich sein wie im Wesentlichen biologische Verfahren.

Die Entscheidung markiert – entgegen ihrer Wahrnehmung in der Presseöffentlichkeit – nicht den Anfang oder gar den Höhepunkt, sondern allenfalls den aktuellen Schluss zahlreicher Entscheidungen, die sich mit der Patentierbarkeit biotechnologischer Verfahren auseinandergesetzt haben (T-49/83 CIBA-GEIGY, T-320/87 LUBRIZOL, T-356/83 Plant Cells, G1/98 NOVARTIS II). Als roter Faden zieht sich durch sämtliche Entscheidungen der Gedanke, eine genaue Trennlinie zwischen Sorten- und Patentschutz zu ziehen.

Demjenigen, der sich in der Praxis die Frage stellt, ob seine Züchtungsmethode oder das Ergebnis seiner Züchtung zum Sortenschutz oder doch zum Patentschutz angemeldet werden sollte, empfehlen wir folgende „Nagelprobe“: Würde ein potenzieller Schutzrechtsverletzer zur Herstellung des verletzenden Produkts unmittelbar auf das Pflanzenmaterial zurückgreifen wollen, liegt es nahe, an Sortenschutz zu denken. Wäre dem Verletzer jedoch nur geholfen, hätte er Zugriff auf die Patentschrift, mag Patentschutz in Betracht kommen. Verfahren dagegen, die die sexuelle Kreuzung ganzer pflanzlicher Genome zum Gegenstand haben, werden als nicht patentfähig einzustufen sein.

Urheberrechtlicher Schutz grafischer Benutzeroberflächen

(EuGH, Urteil vom 22. Dezember 2010)

Der Fall

Im Rahmen eines tschechischen Vorlageverfahrens wurden dem EuGH zwei Fragen zur Vorabentscheidung vorgelegt, nämlich ob grafische Benutzeroberflächen von Computerprogrammen oder Teile davon als Computerprogramme urheberrechtlich geschützt sind, und ob die Wiedergabe einer grafischen Benutzeroberfläche im Fernsehen, die der Öffentlichkeit die sinnliche Wahrnehmung, aber keine interaktive Steuerung ermöglicht, als öffentliche Wiedergabe anzusehen ist.

Die Entscheidung

Der EuGH urteilte mit Datum vom 22. Dezember 2010 (Az. C-393/09) zum einen, dass grafische Benutzeroberflächen nicht als Ausdrucksformen von Computerprogrammen im Sinne der Richtlinie 91/250/EWG anzusehen sind. Eine grafische Benutzeroberfläche erlaube die Kommunikation zwischen einem Programm und seinem Benutzer. Eine Vervielfältigung des Computerprogramms erlaube sie dagegen nicht. Nach der Richtlinie seien jedoch nur solche Ausdrucksformen geschützt, die eine Vervielfältigung des Computerprogramms erlaubten. Zwar könne eine grafische Benutzeroberfläche allgemeinen Urheberrechtsschutz nach der Richtlinie genießen, wenn es sich dabei um ein Werk, d. h. die geistige Schöpfung eines Urhebers, handele. Dies sei aber in jedem Einzelfall zu prüfen.

Zum anderen entschied der EuGH, dass die Fernsehausstrahlung eines urheberrechtlich geschützten Werkes zwar grundsätzlich eine öffentliche Wiedergabe im Sinne der Richtlinie 2001/29/EG darstelle und damit dem Urheber vorbe-

halten sei. Werde jedoch eine solche Benutzeroberfläche im Rahmen einer Fernsehsendung gezeigt, habe der Zuschauer gerade keinen Zugang zu ihrem wesentlichen Merkmal, nämlich ihrer Funktion als Schnittstelle zum Computerprogramm. Der Zuschauer könne die grafische Benutzeroberfläche nicht zur Kommunikation mit einem Computerprogramm verwenden. Deshalb handele es sich bei der Fernsehausstrahlung einer grafischen Benutzeroberfläche nicht um eine öffentliche Wiedergabe im Sinne der Richtlinie 2001/29/EG.

Unser Kommentar

Das Urteil ist insbesondere in seinem ersten Teil von praktischer Bedeutung. Darin bestätigt es die hierzulande von den Gerichten überwiegend vertretene Auffassung, wonach grafische Benutzeroberflächen in der Regel nicht als Ausdrucksformen von Computerprogrammen urheberrechtlich geschützt sind. Folge dieser Rechtsprechung ist, dass die Übernahme der am Bildschirm erkennbaren Struktur (des sog. „Look & Feel“) einer Software im Regelfall urheberrechtlich nicht angegriffen werden kann. Zwar kann in Einzelfällen bei besonderer Originalität ein allgemeiner Urheberrechtsschutz und ggf. auch wettbewerbsrechtlicher Schutz in Betracht kommen. Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass die übernommenen Merkmale vom angesprochenen Verkehr als Hinweis auf die Herkunft der Software oder als Merkmale einer besonderen Qualität derselben aufgefasst werden. Derartige Zusammenhänge lassen sich selten beweisen. Aus unserer Sicht empfiehlt sich daher insbesondere für Softwarehersteller eine Überprüfung, ob die grafische Benutzeroberfläche einer Software durch die Eintragung eines Geschmacksmusters ergänzend geschützt werden kann.

Fotografieren verboten?

(BGH, Urteile vom 17. Dezember 2010)

Recht am Bild der eigenen Sache

Spätestens seit dem von starkem öffentlichen Interesse begleiteten Deutschlandstart des Straßenbilderdienstes „Street View“ durch den Internetsuchmaschinenanbieter Google wird die Diskussion um das Recht des Eigentümers am Bild seiner eigenen Sache hitzig geführt. Der BGH hat nunmehr in drei zusammenhängenden Entscheidungen vom 17. Dezember 2010 („Preußische Schlösser und Gärten“, Az. V ZR 44/10; V ZR 45/10; V ZR 46/10) diese Diskussion um eine juristische Argumentation bereichert. Auch wenn die Entscheidungen im Volltext bisher noch nicht veröffentlicht sind, ist bereits deutlich, dass es im Kern um die Frage geht, wieweit das Recht des Eigentümers reicht, über die Nutzung seines Eigentums allein zu entscheiden bzw. ob und unter welchen Bedingungen er es hinnehmen muss, dass dieses Eigentum durch Fotografieren insbesondere zum Gegenstand der gewerblichen Vermarktung eines Dritten wird.

Die „Panoramafreiheit“

Fotografen und deren Rechtevermarkter berufen sich in diesem Zusammenhang u. a. darauf, dass der Eigentümer eines Gebäudes grundsätzlich keine weitergehenden Rechte haben kann als derjenige, der sogar besonders geschützte Urheberrechte an einer schöpferisch gestalteten Gebäudefassade für sich beanspruchen kann. Diese Urheberrechte sind durch die sogenannte „Panoramafreiheit“ begrenzt, nach der es generell erlaubt ist, Straßenzüge oder Gebäude, die von öffentlichen Plätzen und Straßen aus für jedermann zugänglich sind, zumindest von außen zu fotografieren (§ 59 UrhG). Solange der Fotograf weder Haus noch Grundstück betreten muss, um dieses abzulichten, kann der Eigentümer dies mit juristischen Mitteln nicht verhindern. Bereits in seiner Entscheidung „Friesenhaus“ von 1989 hat der BGH deutlich gemacht, dass der Eigentümer zwar darüber entscheiden darf, wer sein Grundstück und Haus betritt, das Recht am Bild dieser eigenen Sache jedoch insoweit eingeschränkt ist, wenn dieses Bild von öffentlich zugänglichen Straßen oder Plätzen aus angefertigt wird. Erst wenn das Gebäude nur durch Betreten des im Privateigentum stehenden Grundstücks fotografiert werden kann, kann der Eigentümer nicht nur den Zutritt generell verbieten, sondern ihn auch lediglich unter der Bedingung gewähren, dass dort nicht fotografiert werden darf (vgl. BGH, GRUR 1975, 500 – Schloss Tegel). Der BGH hat somit in seiner bisherigen Rechtsprechung bereits klargestellt, dass derjenige Eigentümer, der es ver-

säumt, sein Gebäude durch Zäune oder Hecken vor den Blicken und Fotoobjektiven Dritter zu schützen, einen solchen Blickschutz auch nicht mit juristischen Mitteln durch Berufung auf das sogenannte Recht am Bild der eigenen Sache errichten kann.

Reichweite der Eigentumsrechte

Dennoch ist das Recht des Eigentümers, in den Grenzen der Sozialbindung frei und nach seinem eigenen Belieben über sein Eigentum zu entscheiden, ein hohes Gut, das auch die Rechtsprechung schützen will. Während hierzu in der Vergangenheit in der Rechtsprechung zum Teil auf die Frage abgestellt worden war, ob durch das bloße Fotografieren eine Einwirkung auf die Sache erfolge, die das Eigentumsrecht des Eigentümers beeinträchtigen würde, macht der BGH nunmehr hingegen deutlich, dass es auf eine Sacheinwirkung nicht ankommt. Das Eigentumsrecht gewährt vielmehr dem Eigentümer das alleinige Recht zu bestimmen, ob und wenn ja unter welchen Voraussetzungen jemand sein Grundstück betritt. Ihm steht daher auch das ausschließliche Recht zur Anfertigung und Verwertung von Fotografien zu, die von seinem Grundstück aus aufgenommen worden sind. Um dies einem Dritten zu verwehren, muss der Eigentümer auch nicht erst auf die gewerbliche Verwertung der Fotografien warten. Er kann bereits die Anfertigung auf Basis seines Eigentumsrechts verbieten.

Es bleibt nun die Frage, ob der Eigentümer das Gebäude und sein Privatgrundstück zur Wahrung seiner Rechte flächendeckend mit Fotografierverbotsschildern pflastern muss. Der BGH hat hierzu entschieden, dass auch die Tatsache, dass das Privatgrundstück grundsätzlich der Öffentlichkeit zugänglich ist (wie im entschiedenen Fall die Schlösser und Gärten der Stiftung Preußische Schlösser und Gärten), noch keine uneingeschränkte Auswertungsmöglichkeit für gewerbliche Fotografen und deren Verwerter begründet. Auch wenn keine ausdrückliche Verbotsregelung (z. B. durch Aufhängen von Fotografierverbotsschildern) getroffen ist und darin je nach den Umständen des Einzelfalles eine stillschweigende Duldung der Anfertigung von Privataufnahmen zu sehen sein kann, kann dem Eigentümer eine Genehmigung auch zur gewerblichen Verwertung von Fotografien nicht ohne weiteres unterstellt werden. Ohne seine ausdrückliche Genehmigung sind eine solche Anfertigung von Fotografien und deren spätere gewerbliche Verwertung somit unzulässig.

Unser Kommentar

Im Ergebnis bedeutet dies, dass für die Zulässigkeit einer Fotografie der Standort des Fotografen von entscheidender Bedeutung ist. Solange der Fotograf seine Bilder von öffentlichen Straßen und Plätzen aus anfertigt ohne das Privatgrundstück des Eigentümers betreten zu müssen, findet das Eigentumsrecht des Eigentümers seine Grenzen in der Panoramafreiheit des Urheberrechts und er kann diese Aufnahmen weder zu gewerblichen noch zu privaten Zwecken untersagen. In dem Moment, wo optische Barrieren oder die

Gegebenheiten des Geländes das Betreten des Privatgrundstücks notwendig machen, um eine Fotografie des Gebäudes anzufertigen, kann der Eigentümer des Gebäudes nicht nur das Fotografieren generell bzw. für gewerbliche Zwecke verbieten, sondern der Fotograf der diese Bilder zu gewerblichen Zwecken nutzen will, muss bereits bei ihrer Anfertigung die ausdrückliche Genehmigung des Eigentümers einholen, um sich nicht entsprechenden Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen des Eigentümers ausgesetzt zu sehen.

Haftung für Urheberrechtsverletzungen bei geschäftlich eng verbundenen Unternehmen

(OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 18. Mai 2010)

Der Fall

Das OLG Frankfurt am Main hatte mit seinem Urteil vom 18. Mai 2010 (Az. 11 U 69/09) die Frage zu beurteilen, ob Urheberrechtsverletzungen, die von einem geschäftlich eng verbundenen Unternehmen (Schwesterunternehmen) begangen wurden, dem anderen Unternehmen im Sinne der sog. Störerhaftung zugerechnet werden können. Daneben hatte das Gericht darüber zu entscheiden, ob eine Erschöpfung des urheberrechtlichen Verbreitungsrechts auch bei einer von einer Masterdisk zu vervielfältigenden Software eintreten kann.

Bei der Klägerin handelt es sich um die Inhaberin der Urheberrechte an einem Computerprogramm/Betriebssystem. Die Beklagte handelt bundesweit geschäftlich mit Computerhardware. Sie hat dieselbe Anschrift, denselben Telefon- und Faxanschluss sowie dieselben Geschäftsführer wie ihre Schwestergesellschaft, die Firma B-Vertriebs GmbH. Unter dem Telefonanschluss der Beklagten wurden Notebooks mit dem vorinstallierten Betriebssystem der Klägerin vertrieben. Ein Teil dieser Notebooks war mit sog. „gebrauchten Softwarelizenzen“ ausgestattet. Zwischen den Parteien war u. a. streitig, ob die Beklagte oder ihre Schwestergesellschaft Verkäufer und Lieferant der Notebooks war.

Die Klägerin nahm die Beklagte auf Unterlassung wegen unrechtmäßiger Verbreitung des Betriebssystems in Anspruch. Die Be-

klagte machte geltend, der behauptete Anspruch richte sich nicht gegen sie, im Übrigen sei das Verbreitungsrecht der Klägerin erschöpft, da die streitgegenständliche Software erstmals verkörpert auf einer „Masterdisc“ in Umlauf gebracht worden sei.

Das Landgericht verurteilte die Beklagte antragsgemäß auf Unterlassung. Die gegen diese Entscheidung gerichtete Berufung hatte keinen Erfolg.

Die Entscheidung

Das OLG Frankfurt am Main bestätigte die Entscheidung des Landgerichts und bejahte die Passivlegitimation der Beklagten. Das Gericht hob in seiner Entscheidung hervor, dass es letztendlich nicht darauf ankomme, ob die Beklagte selbst oder ihre Schwestergesellschaft die Urheberrechte der Klägerin an dem Betriebssystem verletzt habe. Denn die Beklagte sei jedenfalls zumindest bei einer Verletzungshandlung der Schwestergesellschaft als Störerin passiv legitimiert. Das OLG stellte klar, dass Anspruchsgegner auch derjenige sein kann, der lediglich eine weitere Ursache für die Rechtsverletzung gesetzt hat. Die haftungsrechtliche Verantwortung der Beklagten für die begangenen Urheberrechtsverletzungen folgt nach Auffassung des OLG aus der Tatsache, dass die Beklagte die durch den Telefonanschluss ermöglichten Rechtsverletzungen nicht unterbunden hat, obwohl sie als Mitinhaberin des Anschlusses sowie unter Berücksichtigung der gemeinsamen Geschäftsführung dazu die Möglichkeit gehabt hätte. Zugleich

lehnte das OLG Frankfurt am Main eine Erschöpfung des urheberrechtlichen Verbreitungsrechts ab. Zwar könne eine solche Erschöpfung grundsätzlich eintreten, wenn das jeweilige Vervielfältigungsstück der Software vom Rechteinhaber auf einem Datenträger in Verkehr gebracht worden sei. Im vorliegenden Fall war die Software jedoch lediglich ein einziges Mal auf einer Masterdisk verkörpert und so in Verkehr gebracht worden. Nach Auffassung des Gerichts wurde der Beklagten daher allenfalls das Recht eingeräumt, die Software mit Hilfe dieser Masterdisk zu vervielfältigen, nicht aber, diese Vervielfältigungsstücke weiter zu verbreiten. Nicht auf einem Datenträger verkörperte, aus dem Internet herunterzuladende oder von einer Masterdisk zu vervielfältigende Software dürfe mangels Erschöpfung nicht ohne Zustimmung des Rechteinhabers übertragen werden.

Unser Kommentar

Mit dieser Entscheidung knüpft das OLG Frankfurt am Main an die ständige Rechtsprechung zur sog. Störerhaftung an. Sie verdeutlicht erneut die haftungsrechtlichen Risiken, die sich aus einer gemeinsamen Nutzung von Telekommunikationsanschlüssen für geschäftlich eng verbundene Unternehmen ergeben können.

Hinsichtlich der Erschöpfung von Rechten an Software bestätigt das OLG Frankfurt am Main die Auffassung, dass diese nur an bestimmten, körperlichen Werkexemplaren eintreten kann, nicht aber an Rechten bzw. zugehörigen Urkunden. In soweit reiht sich die Entscheidung in eine Reihe oberlandesgerichtlicher Entscheidungen zur sog. Gebrauchsoftware ein (vgl. OLG München, Urt. vom 3. Juli 2008, 6 U 2759; OLG Frankfurt a.M., Beschluss vom 12. Mai 2009, 11 W 15/09; OLG Düsseldorf, Urteil vom 29. Juni 2009, I-20 U 247/08). Mit Spannung zu erwarten ist in diesem Zusammenhang die Entscheidung des EuGH zu den drei Vorlagefragen des BGH, welche dieser im Rahmen des Verfahrens Oracle gegen Usedsoft (Az. I ZR 129/08) dem EuGH zur Auslegung der Richtlinie 2009/24/EG gestellt hat. Neben der Frage, ob und gegebenenfalls unter welchen Voraussetzungen derjenige, der eine „gebrauchte“ Softwarelizenz erworben hat, als rechtmäßiger Erwerber der entsprechenden Software anzusehen ist, könnte hier auch die Frage geklärt werden, ob sich das Verbreitungsrecht des Rechteinhabers erschöpft, wenn eine Software mit seiner Zustimmung im Wege der Online-Übermittlung in Verkehr gebracht worden ist.

Aktuelle Veranstaltungen

Termin	Thema/Referent	Veranstalter/Ort
14.03.2011	Informationsveranstaltung Nur Kleingedrucktes? Tipps zur Vertragsgestaltung mit AGB Vortrag (Dirk von Diringshofen)	IHK, Hanau-Gelnhausen- Schlüchtern
22./23.03.2011	Management Circle Intensiv-Seminar IT-Recht kompakt – Für mehr Rechtssicherheit in der IT Seminar (Dr. Michael Rath, Silvia C. Bauer, Dr. Stefanie Hellmich)	Management Circle, München
18./19.04.2011	Management Circle Intensiv-Seminar IT-Recht kompakt – Für mehr Rechtssicherheit in der IT Seminar (Dr. Michael Rath, Silvia C. Bauer, Dr. Stefanie Hellmich)	Management Circle, Köln

Weitere Informationen zu den Veranstaltungen der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH finden Sie auf unserer Homepage unter dem Stichwort „Termine“.

Impressum

Verleger: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Anna-Schneider-Steig 22, 50678 Köln, Telefon +49 221 9937 0, Telefax +49 221 9937 110, contact@luther-lawfirm.com

V.i.S.d.P.: Dr. Michael Rath, Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Anna-Schneider-Steig 22, 50678 Köln, Telefon +49 221 9937 0, Telefax +49 221 9937 110, michael.rath@luther-lawfirm.com

Grafische Gestaltung/Art Direction: Vischer & Bernet GmbH, Agentur für Marketing und Werbung, Mittelstraße 11/1, 70180 Stuttgart, Telefon +49 711 23960 0, Telefax +49 711 23960 49, contact@vischer-bernet.de

Copyright: Alle Texte dieses Newsletters sind urheberrechtlich geschützt. Gerne dürfen Sie Auszüge unter Nennung der Quelle nach schriftlicher Genehmigung durch uns nutzen. Hierzu bitten wir um Kontaktaufnahme.

Falls Sie künftig diesen Informationsservice der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH nicht mehr nutzen möchten, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Stichwort „Newsletter IP/IT“ an unsubscribe@luther-lawfirm.com.

Haftungsausschluss

Obgleich dieser Newsletter sorgfältig erstellt wurde, wird keine Haftung für Fehler oder Auslassungen übernommen. Die Informationen dieses Newsletters stellen keinen anwaltlichen oder steuerlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche oder steuerliche Beratung. Hierfür stehen unsere Ansprechpartner an den einzelnen Standorten zur Verfügung.

Unsere Büros in Deutschland

Berlin

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Friedrichstraße 140
10117 Berlin
Telefon +49 30 52133 0
berlin@luther-lawfirm.com

Dresden

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Radeberger Straße 1
01099 Dresden
Telefon +49 351 2096 0
dresden@luther-lawfirm.com

Düsseldorf

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Graf-Adolf-Platz 15
40213 Düsseldorf
Telefon +49 211 5660 0
dusseldorf@luther-lawfirm.com

Eschborn/Frankfurt a. M.

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Mergenthalerallee 10 – 12
65760 Eschborn/Frankfurt a. M.
Telefon +49 6196 592 0
frankfurt@luther-lawfirm.com

Essen

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Gildehofstraße 1
45127 Essen
Telefon +49 201 9220 0
essen@luther-lawfirm.com

Hamburg

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Gänsemarkt 45
20354 Hamburg
Telefon +49 40 18067 0
hamburg@luther-lawfirm.com

Hannover

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Sophienstraße 5
30159 Hannover
Telefon +49 511 5458 0
hanover@luther-lawfirm.com

Köln

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Anna-Schneider-Steig 22
50678 Köln
Telefon +49 221 9937 0
cologne@luther-lawfirm.com

Leipzig

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Grimmaische Straße 25
04109 Leipzig
Telefon +49 341 5299 0
leipzig@luther-lawfirm.com

Mannheim

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Theodor-Heuss-Anlage 2
68165 Mannheim
Telefon +49 621 9780 0
mannheim@luther-lawfirm.com

München

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Karlstraße 10 – 12
80333 München
Telefon +49 89 23714 0
munich@luther-lawfirm.com

Stuttgart

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Augustenstraße 7
70178 Stuttgart
Telefon +49 711 9338 0
stuttgart@luther-lawfirm.com

Unsere Auslandsbüros

Brüssel

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Avenue Louise 240
1050 Brüssel
Telefon +32 2 6277 760
brussels@luther-lawfirm.com

Budapest

Gobert, Fest & Partners Attorneys at Law
Roosevelt Square 7 – 8
1051 Budapest
Telefon +36 1 270 9900
budapest@luther-lawfirm.com

Istanbul

Luther Karasek Köksal Consulting A.Ş.
Sun Plaza
Bilim Sokak No. 5, Maslak-Şişli
34398 Istanbul
Telefon +90 212 276 9820
mkoksal@lkk-legal.com

Luxemburg

Luther
3, rue Goethe
1637 Luxemburg
Telefon +352 27484 1
luxembourg@luther-lawfirm.com

Shanghai

Luther Attorneys
21/F ONE LUJIAZUI
68 Yincheng Middle Road
Pudong New Area, Shanghai
Shanghai 200121
Telefon +86 21 5010 6580
shanghai@luther-lawfirm.com

Singapur

Luther LLP
4 Battery Road
#25-01 Bank of China Building
Singapur 049908
Telefon +65 6408 8000
singapore@luther-lawfirm.com

Ihren lokalen Ansprechpartner finden Sie auf unserer Homepage unter www.luther-lawfirm.com

Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH berät in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts. Zu den Mandanten zählen mittelständische und große Unternehmen sowie die öffentliche Hand. Luther ist das deutsche Mitglied von Taxand, dem weltweiten Netzwerk unabhängiger Steuerpraxen.

Berlin, Dresden, Düsseldorf, Eschborn/Frankfurt a. M., Essen, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, Mannheim, München, Stuttgart | Brüssel, Budapest, Istanbul, Luxemburg, Shanghai, Singapur