

Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

Ephraim Kishon hat einmal gesagt, dass an modernen Gemälden nur noch eins verständlich sei: die Signatur. Oft sind auch anwaltliche Schriftsätze – zumindest für den Laien – unverständlich. Was aber unbedingt „verständlich“ sein muss, ist die Signatur, also die Unterschrift, des Anwalts unter dem (fristwährenden!) Schriftsatz. Gerichte, insbesondere auch das Bundesarbeitsgericht (BAG), mögen es nämlich gar nicht gern, wenn der schwerbeschäftigte Anwalt einfach nur ein paar „Wellen“ unter den Schriftsatz „krakelt“ und dies dann als Unterschrift ausgeben möchte (so zuletzt BAG, Urteil vom 25.02.2015 – 5 AZR 849/13).

Eine Unterschrift setze nach Ansicht des BAG einen individuellen Schriftzug voraus, der sich – ohne unbedingt lesbar sein zu müssen – als Wiedergabe des Namens darstellt und zudem den Willen der vollständigen Unterschriftsleistung erkennen lässt.

In obiger Entscheidung hatte der Anwalt unter der Berufungsschrift lediglich mit dieser Mischung aus Wellen und Haken „unterschrieben“, die keinen einzigen Buchstaben erkennen lassen (Die Unterschrift ist im Urteil sogar abgebildet!). Keine Unterschrift, so das BAG. Pech für den Anwalt, denn damit war die Berufung unzulässig.

Die Faustregel ist: Es müssen wenigstens drei Buchstaben in der Unterschrift erkennbar sein, sonst kann einem der ganze Schriftsatz um die Ohren fliegen.

Es grüßt Sie aus Nürnberg,

Saskia Krusche
Rechtsanwältin

Abverkauf von Kosmetika

Auch wenn das Auge des Gesetzes auf den Verkauf von Kosmetika nicht ganz so scharf gerichtet ist wie auf den Verkauf von Lebensmitteln, so existieren dafür dennoch zahlreiche Vorschriften, an die sich der Hersteller, Importeur oder Händler zu halten hat und deren Einhaltung sogar strafbewehrt sein kann.

Neben zahlreichen anderen Gesetzen müssen die Vorschriften des LFGB, das Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände und Futtermittelgesetzbuch, der Verordnung (EG) Nr. 1223/2009, die sogenannte EU-Kosmetikverordnung sowie der deutschen Verordnung über kosmetische Mittel eingehalten werden, von welchen hier nur einige beispielhaft dargestellt werden sollen.

So muss immer eine sog. „Verantwortliche Person“ nach Art. 4 der EU-Verordnung benannt werden. Deren Aufgabe ist es, die Einhaltung der in der Verordnung aufgeführten, einschlägigen Verpflichtungen zu gewährleisten. Sofern in der EU ist das in der Regel der Hersteller. Handelt es sich um ein importiertes Kosmetikum von außerhalb der EU, ist dies in der Regel der Importeur. Ein Händler wiederum ist verantwortliche Person, wenn er ein kosmetisches Mittel unter seinem eigenen Namen und seiner eigenen Marke in Verkehr bringt oder hinsichtlich gewisser Eigenschaften abändert.

Weiter ist unter anderem die korrekte Kennzeichnung der Artikel für den Verkauf wichtig. Die Angaben müssen unverwischbar, leicht lesbar und deutlich sichtbar gemacht werden. Angegeben werden müssen Name oder Firma sowie Anschrift der verantwortlichen Person sowie, je nachdem, in der Regel der Nenninhalt zur Zeit der Abfüllung als Gewichts- oder Volumenangabe, das Mindesthaltbarkeitsdatum oder wie lange das Mittel nach dem Öffnen sicher ist, besondere Vorsichtsmaßnahmen für den Gebrauch, die Chargennummer oder sonstige Identifikationsmöglichkeit des Mittels, eine Liste der Bestandteile, genannt „Ingredients“, in abnehmender Reihenfolge ihres Gewichts und der Verwendungszweck des kosmetischen Mittels.

Wichtig ist, dass Werbeaussagen, inklusive der Abdruck auf der Verpackung, nicht irreführend sind, der Wahrheit entsprechen und belegbar sind. Es dürfen keine Texte, Bezeichnungen, Warenzeichen, Abbildungen und andere bildhafte oder nicht bildhafte Zeichen verwendet werden, die Merkmale, Funktionen oder Wirkungen vortäuschen, die die betreffenden Erzeugnisse nicht besitzen oder den Eindruck erwecken, ein Erfolg könne mit Sicherheit erwartet werden. Auch darf nicht über die Person, Vorbildung, Befähigung oder Erfolge des Herstellers oder Erfinders oder über Eigenschaften des Mittels wie dessen Art, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Herkunft oder Art der Herstellung getäuscht werden. Zudem muss das Kosmetikum für die vorgesehene Verwendung auch geeignet sein.

Praxistipp:

Da es in der Myriade von Vorschriften schwierig ist sich zurechtzufinden, empfehlen wir, vor jedem Inverkehrbringen eines Produktes die Aufdrucke auf den Verpackungen sowie sämtliches Werbematerial anwaltlich überprüfen zu lassen, da im schlimmsten Fall nicht nur kostenintensive Wettbewerbsverfahren drohen, sondern auch Strafgesetze verletzt werden können.

*Dr. Kathrin Gack, LL.M.
Rechtsanwältin*

Recht der Namensnennung eines Fotografen

Das Amtsgericht (AG) München (Urteil vom 24.06.2015 - 142 C 11428/15) hatte jüngst über das Namensnennungsrecht eines Fotografen zu urteilen:

Im Jahr 2013 erstellte der Kläger, ein Fotograf, für ein Hotel in Friedrichshafen Fotografien zu einem Honorar von knapp 1000 Euro. 13 der insgesamt 19 Bilder verwendete der Geschäftsführer des Hotels auf der Hotel-Website und auf mehreren Hotelportalseiten im Internet. Der Name des Fotografen wurde dabei nicht erwähnt.

Der Fotograf verlangte daraufhin von dem Hotel die Unterlassung und Schadensersatz in Höhe von 958,72 Euro. Daraufhin ergänzte das Hotel auf seiner Internetseite den Fotografenhinweis, zahlte jedoch keinen Schadensersatz. Der Fotograf klagte vor dem Amtsgericht München.

Das Amtsgericht München sprach dem Fotografen einen Schadensersatz in Höhe von 655,96 Euro zu. Dadurch, dass das Hotel die Fotos auf der eigenen Website öffentlich zugänglich gemacht hatte, habe es gegen das Namensnennungsrecht des Fotografen verstoßen.

Nach dem Gesetz hat der Urheber allein das Recht, darüber zu bestimmen, ob die Fotos nur mit seiner Namensnennung verwendet werden dürfen. Das AG ging davon aus, dass er bei Vertragsschluss nicht auf dieses Recht verzichtet habe. Dass in dem Vertrag dem Beklagten die "unbeschränkten Nutzungsrechte" an den Bildern eingeräumt worden waren, sei nicht als Verzicht der Namensnennung zu werten.

Eine eventuell abweichende Übung in der Branche hat das Hotel nicht nachgewiesen. Das Hotel hätte daher vor Verwendung der Bilder prüfen und sich erkundigen müssen, ob die Bilder ohne Nennung des Fotografen benutzt werden dürfen. Durch die Nutzung der Bilder ohne Namensnennung seien die Rechte des Fotografen verletzt worden.

Zur Schadensberechnung ging das Hotel - wie in der Rechtsprechung des Amtsgerichts München üblich - von dem vereinbarten Honorar für die Nutzung der Bilder aus und machte einen Zuschlag von 100 Prozent. Da von dem Hotel nur 13 der 19 Bilder eingestellt wurden, war nicht der ursprüngliche Gesamtpreis der Bilder anzusetzen, den das Hotel im Jahr 2013 für die Herstellung der Bilder an den Fotografen bezahlt hat, sondern nur der auf die 13 Bilder entfallende Teilbetrag von 655,96 Euro.

Fazit:

Bei der Gestaltung von Webseiten und Werbeauftritten ist Vorsicht geboten. Auch vermeintlich „gekaufte“ Grafiken, Fotografien und Designs dürfen nicht automatisch in beliebiger Weise verwendet werden. Wir beraten Sie hierzu gerne.

Sarah Op den Camp
Rechtsanwältin

Impressum

v.i.S.d.P.: Rechtsanwältin Saskia Krusche
LIEB.Rechtsanwälte
Bucher Straße 21 / 90419 Nürnberg
Fon + 49 (0)911 2179090 / Fax +49 (0)911 21790999
saskia.krusche@lieb-online.com
www.lieb-online.com

Hinweis: Dieser Newsletter kann keine Einzelfallberatung ersetzen. Alle Angaben ohne Gewähr und Anspruch auf Vollständigkeit. Für die Abmeldung aus dem Verteiler schreiben Sie bitte eine E-Mail an saskia.krusche@lieb-online.com