

Die EU-Kommission hat neue Vorschriften zu Patenten in der EU vorgeschlagen (vgl. PM der Vertretung in Deutschland vom 27.4.2023). Sie sollen Unternehmen, insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), dabei helfen, das Beste aus ihren Erfindungen zu machen, neue Technologien zu nutzen und die EU wettbewerbsfähiger zu machen. Die vorgeschlagenen Verordnungen über standardessentielle Patente (SEP), Zwangslizenzen für Patente in Krisensituationen und die Überarbeitung der Rechtsvorschriften über ergänzende Schutzzertifikate werden einen transparenteren, wirksameren und zukunftssicheren Rahmen für die Rechte an geistigem Eigentum schaffen. Immaterielle Vermögenswerte wie Marken, Geschmacksmuster, Patente und Daten werden in der heutigen wissensbasierten Wirtschaft immer wichtiger. Geistiges Eigentum (Intellectual Property – IP) sei ein wichtiger Motor für das Wirtschaftswachstum, da es den Unternehmen hilft, den Wert ihrer immateriellen Vermögenswerte zu steigern. Auf schutzrechtsintensive Branchen entfalle fast die Hälfte des gesamten Bruttoinlandsprodukts (BIP) und über 90 % aller EU-Ausfuhren. Im Zeitraum 2017–2019 entfielen fast 76 % des Intra-EU-Handels auf patentintensive Branchen. Die Vorschläge vom 27.4.2023 ergänzten das System des Einheitspatents, das am 1.6.2023 in Kraft treten wird. Ausgangspunkt seien die bestehenden Bestimmungen und Grundsätze des internationalen und des EU-Rechts für geistiges Eigentum. Die Vorschläge zielten darauf ab, das Patentsystem effektiver zu gestalten, indem die Fragmentierung des Binnenmarktes weiter beseitigt, der bürokratische Aufwand verringert und die Effizienz erhöht wird. Dieser solide Patentrahmen werde die Wirtschaftsteilnehmer und die zuständigen Behörden in die Lage versetzen, Innovationen besser zu schützen und gleichzeitig einen fairen Zugang zu gewährleisten, auch in Notsituationen. Zur Einführung eines neuen Patentsystems in Europa vgl. auch *Stief*, BB 2023, 457 ff.



Uta Wichering,
Ressortleiterin
Wirtschaftsrecht

Entscheidungen

EuGH: Meta-Tags – Zum Gerichtsstand bei Keyword Advertising-Klagen

Art. 125 Abs. 5 der Verordnung (EU) 2017/1001 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Juni 2017 über die Unionsmarke ist dahin auszulegen, dass der Inhaber einer Unionsmarke, der glaubt, durch ohne seine Zustimmung erfolgte Benutzung eines mit dieser Marke identischen Zeichens durch einen Dritten in online angezeigten Werbungen und Verkaufsangeboten für Waren, die mit denen, für die diese Marke eingetragen ist, identisch oder ihnen ähnlich sind, geschädigt worden zu sein, gegen diesen Dritten eine Verletzungsklage vor einem Unionsmarkengericht des Mitgliedstaats erheben kann, in dem sich die Verbraucher und Händler befinden, an die sich diese Werbungen oder Verkaufsangebote richten, auch wenn der Dritte diesen Mitgliedstaat nicht ausdrücklich und eindeutig unter den Gebieten aufzählt, in die die in Rede stehenden Waren geliefert werden könnten, wenn dieser Dritte dieses Zeichen durch einen kostenpflichtigen Suchmaschinenverweis auf der Internetseite einer Suchmaschine benutzt hat, die einen Namen einer nationalen Top-Level-Domain dieses Mitgliedstaats verwendet. Dies ist jedoch nicht bereits deshalb der Fall, weil der betreffende Dritte organisches Suchmaschinenranking von Bildern seiner Produkte auf einem Online-Foto-Sharing-Dienst unter einer generischen Top-Level-Domain mit Meta-Tags, die als Schlüsselwort die betreffende Marke verwenden, vorgenommen hat.

EuGH, Urteil vom 27.4.2023 – C-104/22

(Tenor)

Volltext: [BB-ONLINE BBL2023-1025-1](#)
unter [www.betriebs-berater.de](#)

EuGH: Mehrheitsvoraussetzungen von gemeinsamen Markeninhabern für Lizenzerteilung oder -entziehung

Die Erste Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken und die Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke sind dahin auszulegen, dass die Frage, ob die Erteilung oder Entziehung einer Lizenz zur Benutzung einer in Mitinhaberschaft stehenden nationalen oder Unionsmarke einen einstimmigen oder einen mehrheitlich gefassten Beschluss der gemeinsamen Inhaber erfordert, dem anwendbaren nationalen Recht unterliegt.

EuGH, Urteil vom 27.4.2023 – C-686/21

(Tenor)

Volltext: [BB-ONLINE BBL2023-1025-2](#)
unter [www.betriebs-berater.de](#)

EuGH-Schlussanträge: DSGVO-Geldbuße gegen Unternehmen – Zurechnung von Mitarbeiter-Verstößen

Art. 58 Abs. 2 Buchst. i der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) in Verbindung mit Art. 4 Nr. 7 und Art. 83 dieser Verordnung ist dahin auszulegen, dass die Verhängung einer Geldbuße gegen eine juristische Person, die für die Verarbeitung personenbezogener Daten verantwortlich ist, nicht von der vorherigen Feststellung eines Verstoßes durch eine oder mehrere individualisierte natürliche Person(en), die im Dienst dieser juristischen Person stehen, abhängt.

Die Verwaltungsgeldbußen, die gemäß der Verordnung 2016/679 verhängt werden können, setzen voraus, dass festgestellt wird, dass das den geahndeten Verstoß begründende Verhalten vorsätzlich oder fahrlässig war.

GA Campos Sánchez-Bordona, Schlussanträge vom 27.4.2023 – C-807/21

Volltext: [BB-ONLINE BBL2023-1025-3](#)
unter [www.betriebs-berater.de](#)

BGH: DACHSER – Zur unlauteren Rufausnutzung bei detailgetreuer Nachbildung von Modell-Spielzeugen

a) Angesichts der jahrzehntelangen Üblichkeit detailgetreuer Nachbildungen im Modellspielzeugbau und der Erwartung, die der Verkehr hieran stellt, besteht ein berechtigtes Interesse, ein in der Realität vorkommendes Fahrzeug nachzubauen und darauf nicht nur – wie in der Wirklichkeit – das Kennzeichen des Herstellers des jeweiligen Fahrzeugs, sondern auch Kennzeichen anzubringen, die Unternehmen auf solchen Fahrzeugen zum Zwecke der Werbung für ihre Dienstleistungen verwenden. Wenn ein von einem Dritten detailgetreu nachgebildetes Kfz-Modell an der entsprechenden Stelle die Abbildung einer bekannten Dienstleistungsmarke trägt, ist eine Ausnutzung des Rufs „in unlauterer Weise“ im Sinne von § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 MarkenG nur dann gegeben, wenn über die bloße wirklichkeitstreu Abbildung hinaus in anderer Weise versucht wird, die Wertschätzung der bekannten Marke werblich zu nutzen. Ergibt sich beim Vertrieb solcher Spielzeugautos jeglicher Zusammenhang mit der Marke allein aus der spielzeughaft verkleinerten Nachbildung des Originals zwangsläufig wie beiläufig, fehlt es an dem Merkmal der unlauteren Rufausnutzung (Bestätigung und Fortführung von BGH, Urteil