



**Markenrecht**

# DAS KLEINE **1x1** DES MARKENRECHTS

Die wichtigsten Aspekte beim Markenschutz



**shopanbieter.de**  
Das Portal für den Internethandel

**RESMEDIA**  
Kanzlei für IT-Recht

# INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	4
WAS BRINGEN MARKENEINTRAGUNGEN?	5
WELCHE ARTEN VON MARKEN GIBT ES?	6
WAS BEWIRKT DIE EINTRAGUNG EINER MARKE IM MARKENREGISTER?	7
ENTSTEHUNG, EINTRAGUNG UND DAUER DES MARKENSCHUTZES	8
WAS KOSTET EINE MARKENEINTRAGUNG?	10
WARUM IST EINE EINGEHENDE MARKEN- RECHERCHE VOR DER EINTRAGUNG WICHTIG?	11
WIE KANN ICH RECHERCHIEREN, OB GEGEN MEINE MARKE VERSTOSSEN WIRD?	12
WAS TUN, WENN GEGEN MEINE MARKE VERSTOSSEN WIRD?	13
WAS TUN, WENN MAN SELBST GEGEN FREMDE MARKENRECHTE VERSTOSSEN HAT?	14
FAZIT	15

---

“Ideen sind  
der Anfang aller Vermögen.”

*- Napoleon Hill -*

# VORWORT

## Geben Sie Ihren Ideen einen unverwechselbaren Namen

„Nomen est Omen“, zu deutsch „der Name ist ein Zeichen“. Diese bekannte lateinische Redensart drückt ein Phänomen aus, das im modernen Marketing längst kein Geheimnis mehr ist. Wer eine Ware verkaufen will, kann sich schon lange nicht mehr allein auf die Qualität seines Produktes verlassen. Heute müssen nahezu genauso viel Zeit und Geld in den Aufbau eines Namens und einer Marke investiert werden.

Wer den Firmennamen, ein Logo oder den Namen eines Produkts schützen lassen will, kann dies am sinnvollsten über eine Markeneintragung tun. Der Vorteil von angemeldeten Schutzrechten ist dabei, dass Sie eine Monopolstellung in Bezug auf die geschützte Bezeichnung und das geschützte Logo bekommen. Während es einfache Namen mehrfach geben kann, bietet die Markenmeldung die Möglichkeit, dass Sie allein eine Bezeichnung in einem bestimmten Bereich, nämlich der eingetragenen Klasse, nutzen dürfen.

Wie Sie den Wert Ihres Unternehmens steigern und was Sie bei Markenmeldungen zu beachten haben, zeigt dieser Leitfaden.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erkenntnisse beim Lesen des vorliegenden Praxis-Ratgebers!

Sabine Heukrodt-Bauer, LL.M.

Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz

Fachanwältin für IT-Recht

Dr. Kerstin Heiß

Rechtsanwältin

# WAS BRINGEN MARKENEINTRAGUNGEN?

## Markieren Sie Ihre Waren und Dienstleistungen!

Immaterielle Wirtschaftsgüter spielen in unserer Gesellschaft insgesamt eine immer wichtiger werdende Rolle. Vor diesem Hintergrund gilt es, auch Markenrechte zu begründen und zu schützen.

Anders als ein reines Namensrecht bietet das Markenrecht ein Monopol. Während es zum Beispiel viele Personen und Firmen mit demselben Namen geben kann, gibt es immer nur eine „Marke“ für den jeweils geschützten Bereich.

Nicht nur Waren, sondern auch Dienstleistungen können unter einer Marke vertrieben werden. Marken können für ein einzelnes Produkt stehen, für ein gesamtes Produktsortiment oder auch für ein Unternehmen.

Die Marke „markiert“ eine Ware oder eine Dienstleistung. Die Marke steht dabei für besondere Eigenschaften, wie beispielsweise die zuverlässige Herkunft oder die gleich bleibende Qualität einer Ware oder einer Dienstleistung.

Mit einer starken Marke werden die Glaubwürdigkeit und das Profil eines Unternehmens geschützt, es wird quasi unverwechselbar gemacht. In modernen Märkten, die sich immer schneller verändern, bieten Marken wichtige Orientierung und Entscheidungssicherheit für Kunden und Verbraucher, da sie das Kaufrisiko reduzieren.

**Sie ermöglichen die Identifikation mit den Angeboten und Leistungen des Unternehmens.**

Marken sollten daher nicht lediglich als Kostenfaktor, sondern als wichtiger Einflussfaktor gesehen werden, der den Gesamtwert eines Unternehmens steigern kann.



# WELCHE ARTEN VON MARKEN GIBT ES?

## Wortmarken, Bildmarken, Wort-/Bildmarken

Um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern, ist es wichtig, überhaupt zu wissen, was alles wie geschützt werden kann.

Als Marken können grundsätzlich alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammensetzungen geschützt werden, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer zu unterscheiden.

Es gibt **Wortmarken**, die aus einem oder mehreren Wörtern bestehen (Beispiel: „After Eight“), **reine Bildmarken**, die nur aus einer Grafik bestehen (Beispiel: der Streifen von Nike) und die **Wort-/Bildmarken**, bei denen die Grafik und Worte kombiniert werden (Beispiel: das Logo von Coca-Cola).

Bildmarken müssen grafisch darstellbar sein, was bei dreidimensionalen Marken eher schwierig ist und dazu führen kann, dass verschiedene Ansichten eingereicht werden müssen (Beispiel: die Verpackung der Toblerone-Schokolade).

Es gibt auch „**Farbmarken**“, bei denen bestimmte Farben oder Farbzusammenstellungen einem bestimmten Unternehmen zugeordnet werden (Beispiel: das Magenta der Deutschen Telekom).

Es können auch **Hörmarken** über die Registrierung von Noten eingetragen werden (Beispiel: Jingles, die oft im Radio oder in der TV-Werbung laufen).

Schließlich gibt es noch sog. **Kennfadenmarken**, in der Regel farbige Streifen oder Fäden, die auf bestimmten Produkten (meist Kabeln, Drähten oder Schläuchen) angebracht sind und sonstige Markenformen, die keiner der vorgenannten Markenformen genau zugeordnet werden können.

# WAS BEWIRKT DIE EINTRAGUNG EINER MARKE IM MARKENREGISTER?

## Schützen Sie Ihr Markenrecht!

Die Eintragung einer Marke gibt unterschiedliche Rechte: Mit Eintragung der Marke kann der Markeninhaber die markenmäßige Benutzung einer identischen oder verwechselbaren, ähnlichen Kennzeichnung untersagen.

Darüber hinaus können dem Markeninhaber bei Verletzung der Marke Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz zustehen. Hier kann es im Kollisionsfall zu teuren Abmahnungen kommen, denn die Gegenstandswerte sind im Markenrecht vergleichsweise hoch.

Bei Kollisionen folgt das Markenrecht dabei dem Grundsatz der Priorität. Das bedeutet, dass eine ältere Marke Vorrang vor einer jüngeren Marke hat, wenn es zu einem markenrechtlichen Konflikt kommt.

Derjenige, der seine Marke zuerst eingetragen hat, kann daher anderen die Nutzung der Bezeichnung oder des Zeichens verbieten. Im Anmeldeverfahren wird seitens des Markenamtes übrigens nicht geprüft, ob ältere Marken- bzw. Kennzeichenrechte Dritter der Eintragung der neuen Marke entgegenstehen. Kommt es zu einer Markenrechtsverletzung, kann aber ein Widerspruch gegen die Markeneintragung eingelegt oder die Löschung der Marke betrieben werden.

Dieses Recht aus einer Marke erstreckt sich im Übrigen nicht nur auf den identischen Markennamen oder das Logo, sondern besteht auch bereits bei einer Verwechslungsgefahr.

Diese Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn:

- die Zeichen nach dem Gesamteindruck in Klang, Bild oder im Sinn verwechselbar sind, also so ähnlich, dass Unterscheidungsmerkmale gering sind und das Zeichen für identische oder ähnliche Dienstleistungen bzw. Produkte verwendet wird.
- das Zeichen für identische oder ähnliche Dienstleistungen bzw. Produkte verwendet wird.

Der Grundsatz der Priorität führt demzufolge dazu, dass es wichtig ist, ein Produkt oder eine Dienstleistung zeitnah nach der Entwicklung anmelden zu lassen.

Es genügt also nicht, eine Marke nur eintragen zu lassen. Da die Wahrscheinlichkeit hoch ist, dass neu angemeldete Marken gegen das ältere Schutzrecht verstoßen, müssen Markeninhaber ihre Marken nach der Eintragung aktiv beobachten und ggf. gegen neuere Eintragungen vorgehen.

Bei Bedarf ist ein Rechtsanwalt zur Verteidigung der Marke einzuschalten.

# ENTSTEHUNG, EINTRAGUNG UND DAUER DES MARKENSCHUTZES

## Die Fakten zur Markeneintragung

Marken werden mit einer Schutzdauer von 10 Jahren in einzelnen Klassen eingetragen. Der Markenschutz kann beliebig verlängert werden.

### Wie entsteht Markenschutz?

Markenschutz entsteht im „Normalfall“ durch Eintragung einer Marke, kann aber auch durch Benutzung und Bekanntheit entstehen. Der sicherste Weg zum Markenschutz ist die Eintragung in das Markenregister.

Wenn jemand ein Zeichen aber einfach ohne Markeneintragung im Geschäftsverkehr benutzt und dadurch eine gewisse Bekanntheit entsteht, kann auch auf diese Weise Markenschutz entstehen. Da die Voraussetzungen dafür aber sehr hoch sind und im Streitfall schwer zu beweisen, ist der überwiegende Teil der Marken in Deutschland im Markenregister eingetragen.

### Wie wird eine Marke eingetragen?

Marken können von natürlichen Personen, juristischen Personen oder sonstigen rechtsfähigen Personengesellschaften angemeldet werden.



Die Anmeldung muss in jedem Fall die Wiedergabe der Marke in genau der Weise enthalten, in der sie künftig geschützt werden soll.

Dabei ist festzulegen, in welche Klassen der internationalen Klassifikation von Waren und Dienstleistungen („Nizza-Klassifikation“) die Marke eingetragen werden soll.

Für **Bildbestandteile** von Wort-/Bildmarken und reine **Bildmarken** gilt das Wiener Abkommen über die Errichtung einer internationalen Klassifikation der Bildbestandteile („Wiener-Klassifikation“).



Beide Klassifikationen können beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) unter

 <http://www.dpma.de/service/klassifikationen/index.html>

abgerufen werden.

Marken können entweder:

- auf Papierform (sämtliche Formulare und Anträge für die Anmeldung beim DPMA findet man hier)

 <http://www.dpma.de/marke/formulare/index.html>

- oder elektronisch

 <https://direkt.dpma.de/marke/>

angemeldet werden.

Gemeinschaftsmarken können über das DPMA oder direkt beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM), internationale Marken bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) eingetragen werden. Unabhängig davon können Marken natürlich auch einzeln bei jedem nationalen Markenamt eingetragen werden.

Bei Wortmarken ist im Anmeldeformular die genaue Bezeichnung der Marke einzutragen. Bei Wort-/Bildmarken oder Bildmarken muss die Grafik auf Papier, CD-ROM oder DVD dem Anmeldeformular beigelegt werden. Bei elektronischen Anmeldungen können Dateien auch direkt hochgeladen werden.

Nach der Anmeldung prüft das DPMA, ob die Anmeldung die formellen Erfordernisse erfüllt und der Eintragung der Marke keine Schutzhindernisse entgegenstehen. Sind sämtliche Voraussetzungen gegeben, wird die Marke eingetragen. Der Anmelder erhält eine Eintragungsurkunde mit dem dazugehörigen Registerauszug und die Eintragung der Marke wird im amtlichen elektronischen Markenblatt unter <http://register.dpma.de> veröffentlicht.

### Wie lange beträgt die Schutzdauer und was sind die Voraussetzungen?

Die Schutzdauer einer Markeneintragung beträgt 10 Jahre, die mit der Anmeldung beginnt. Gegen Zahlung entsprechender Gebühren ist der Markenschutz jeweils um weitere 10 Jahre beliebig oft verlängerbar.

Für die zur Marke eingetragenen Waren- und Dienstleistungsklassen sieht das Markengesetz einen sogenannten „Benutzungszwang“ vor. Das bedeutet, dass die Marke auch für alle beanspruchten Klassen benutzt werden muss. Wird eine Marke während eines ununterbrochenen Zeitraums von mehr als 5 Jahren nicht entsprechend benutzt, kann sie gelöscht werden.

# WAS KOSTET EINE MARKENEINTRAGUNG?

## Marken- eintragungen sind gar nicht so teuer

Bei Markenmeldungen fallen die Gebühren des jeweiligen Markenamtes und - wenn Sie sich anwaltlich beraten lassen - die entstandenen Anwaltskosten an.

Die Höhe der Anmeldegebühren hängt im Einzelfall davon ab, ob Sie Ihre Marke nur in Deutschland, innerhalb der Europäischen Union oder als internationale Marke schützen lassen möchten.

Grundgebühr Anmeldung Marke beim DMPA - Papierform (Eintragung in 3 versch. Klassen)	290,00 €
Grundgebühr Anmeldung Marke beim DPMA - elektronisch (Eintragung in 3 versch. Klassen)	300,00 €
jede weitere Klasse	100,00 €
Grundgebühr Anmeldung + Eintragung Marke Europäisches Markenamt	900,00 €

Bei der Markenmeldung fallen die Gebühren des jeweiligen Markenamts an.

Die Anmeldegebühren für internationale Markenmeldungen richten sich nach den jeweiligen Ländern, in denen die Marke Schutz haben soll und sind unterschiedlich hoch.

Sie können aber im Gebührenrechner der WIPO unter



<http://www.wipo.int/madrid/en/fees/calculator.jsp>

berechnet werden.

Die Anwaltskosten hängen vom zeitlichen Aufwand ab und davon, ob Sie den Anwalt nur mit der Eintragung oder auch mit der jeweiligen Recherche beauftragen.

# WARUM IST EINE EINGEHENDE MARKENRECHERCHE VOR DER EINTRAGUNG WICHTIG?

## Verstößt Ihre Marke gegen Rechte Dritter ?

Vor jeder Markeneintragung ist zunächst einmal eine eingehende Markenrecherche wichtig. Es ist sicherzustellen, dass die geplante Marke nicht in ähnlicher oder identischer Form bereits existiert.

Der Inhaber der schon eingetragenen Marke kann nämlich gegen die Eintragung identischer oder verwechselbarer ähnlicher Marken Widerspruch einlegen und die Marke auf diese Weise aus dem Register löschen lassen.

Alle in Deutschland, der Europäischen Union oder auch international angemeldete und eingetragene Marken werden in den jeweiligen Registern veröffentlicht:

- DPMA: <https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/einsteiger>
- HABM: <https://oami.europa.eu/ohimportal/de/trade-marks>
- WIPO: <http://www.wipo.int/romarin>

Hier ist zu beachten, dass man für deutsche Marken nicht nur innerhalb Deutschlands recherchieren muss, sondern Gemeinschaftsmarken oder internationale Marken haben ebenfalls Wirkung für das nationale Gebiet und müssen vorab beachtet werden.

Die Eintragung einer Marke kann aber auch sonstige Kennzeichen Dritter wie beispielsweise den Firmennamen verletzen. Hier müsste in Handels-, Firmen- und Unternehmensregistern recherchiert werden.

Mit der Recherche sollte ein spezialisierter Anwalt oder ein entsprechendes Unternehmen beauftragt werden.

# WIE KANN ICH RECHERCHIEREN, OB GEGEN MEINE MARKE VERSTOSSEN WIRD?

## Schützen Sie Ihre Monopolstellung!

Ihre Marke ist nur solange etwas wert, wie sie nicht von Dritten verwässert und verletzt wird. Kontrollieren Sie daher regelmäßig mögliche Rechtsverletzungen!

Um eigene geschäftliche Bezeichnungen und Marken „im Auge zu behalten“, empfiehlt es sich, zum Beispiel einen Google Alert einzurichten. Dieser sollte auf dieselben und ähnlichen Bezeichnungen bezogen werden, damit man über alle möglichen Kollisionsfälle sofort informiert wird.

In Bezug auf neue Markenmeldungen und -eintragungen, die mit der eigenen Marke kollidieren könnten, ist das elektronische Register entweder ständig selbst zu überwachen oder über einen Rechtsanwalt oder ein Unternehmen überwachen zu lassen.



Dabei ist zu beachten, dass die Frist für die Einlegung eines Widerspruchs gegen eine fremde Markeneintragung nur **drei Monate** beträgt und daher ggf. schnell reagiert werden muss.

Das Monitoring kann beim DPMA unter



<https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/monitoring>

durchgeführt werden.

Es gibt auch Unternehmen, die sich auf das Markenmonitoring spezialisiert haben. Ein Beispiel ist die Firma Thomson Reuters (Professional) Deutschland GmbH unter <http://www.eucor.com/>.

# WAS TUN, WENN GEGEN MEINE MARKE VERSTOSSEN WIRD?

## Abmahnung, Widerspruch, Löschung

Stellt man fest, dass jemand mit seiner Markeneintragung oder zum Beispiel auch mit einem Angebot im Internet gegen das eigene Markenrecht verstößt, ist schnelles Handeln erforderlich.

Grundsätzlich bestehen Ansprüche auf:

- Beseitigung,
- Unterlassung,
- Schadenersatz,
- Auskunft,
- Vernichtung

Ist eine fremde Marke bislang „nur“ angemeldet, d.h. noch nicht eingetragen, kann der Gegner über eine Berechtigungsanfrage oder Abmahnung dazu gebracht werden, die Anmeldung zurückzunehmen oder auch nur sein Klassenverzeichnis zu korrigieren, damit die Kollision mit der eigenen Marke beseitigt wird.

Ist die fremde Marke bereits eingetragen, kommen auch ein Widerspruch oder ein Löschungsverfahren in Betracht.

Der Widerspruch kann binnen drei Monaten nach dem Tag der Veröffentlichung der fremden Marke im Register eingelegt werden.

Das Widerspruchsverfahren wird vor dem DPMA bzw. HABM geführt und zielt auf die Löschung der Marke.

Die Widerspruchsgebühr beträgt beispielsweise bei einem deutschen Verfahren 120,00 EUR und ist binnen drei Monaten einzuzahlen.

Wichtig beim Widerspruch ist der Umstand, dass er keine „aufschiebende Wirkung“ hat. Die fremde Marke kann daher trotz des Rechtsmittels in Benutzung genommen werden. Daher empfiehlt es sich in diesen Fällen, parallel zum Widerspruchsverfahren den Inhaber der fremden Marke per Abmahnung und ggf. einstweiliger Verfügung zur Unterlassung der Markennutzung zu veranlassen.

Alternativ kann gegen die fremde Marke auch das Löschungsverfahren vor den ordentlichen Gerichten betrieben werden, d.h. es wird wegen des Bestehens älterer Rechte die Löschung der fremden Marke betrieben. Dazu muss eine Klage eingereicht werden.

# WAS TUN, WENN MAN SELBST GEGEN FREMDE MARKENRECHTE VERSTOSSEN HAT?

## Unterlassungs- erklärung, einstweilige Verfügung

Lassen Sie sich beraten, ob Sie eine Unterlassungserklärung abgeben oder der Erlass einer einstweiligen Verfügung für Sie vielleicht sogar vorteilhafter ist.

Hat man selbst gegen fremde Markenrechte verstoßen, sieht man sich selbst Ansprüchen auf

- Beseitigung,
- Unterlassung,
- Schadenersatz,
- Auskunft,
- Vernichtung

ausgesetzt und erfährt von der Markenrechtsverletzung meist durch eine Abmahnung, die ins Haus flattert.

Die Entscheidung, ob eine Unterlassungserklärung abgegeben wird - und wenn ja, wie ist diese zu formulieren - oder ob man eine einstweilige Verfügung riskiert - oder sogar beabsichtigt, ist nicht so leicht so treffen.

Bei einer **Unterlassungserklärung** schließt man einen Vertrag mit dem Abmahner und verpflichtet sich, den Verstoß zukünftig zu unterlassen.

Im Falle des Verstoßes gegen diese Verpflichtung ist eine hohe Vertragsstrafe an den Abmahner zu zahlen.

Bei einer **einstweiligen Verfügung** wird der Abgemahnte ebenfalls verpflichtet, den Verstoß zukünftig zu unterlassen.

Im Falle der Wiederholung des Verstoßes kann gegen den Abgemahnten aber „nur“ ein Ordnungsgeld beantragt und festgesetzt werden, das meist geringer ausfällt, als eine Vertragsstrafe und vor allem an die Staatskasse zu zahlen ist.

Ein gerichtliches Verfügungsverfahren kann daher trotz der im ersten Moment höheren Verfahrenskosten gegenüber einer Unterlassungserklärung auch Vorteile haben.

Insgesamt sollte man sich daher im Falle der Abmahnung am besten direkt von einem spezialisierten Rechtsanwalt zum weiteren Vorgehen beraten lassen.

## FAZIT

**„Wir müssen unseren guten Ruf besser schützen.“**

**Der Aufwand lohnt sich!**

Was in der Theorie so einfach und einleuchtend klingt, ist in der Praxis dann doch mit etwas Aufwand verbunden, wie der vorliegende Praxisratgeber zeigt.

Nichtsdestotrotz sollte es in jedem Fall eine Überlegung wert sein, ob nicht die Eintragung einer Marke ein sinnvoller Schritt sein kann, um die Einzigartigkeit Ihrer Produkte zu sichern, sie von der Masse abzuheben, Nachahmer abzuschrecken und um Missbrauch vorzubeugen.

Handeln Sie schnell,

denn auch im Markenrecht gilt: **WER ZUERST KOMMT, MAHLT ZUERST!**



**Sabine Heukrodt-Bauer, LL.M.** ist Fachanwältin für Informationsrecht (IT-Recht) und Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz. Sie ist Gründerin der Kanzlei RESMEDIA und im E-Commerce-Recht sowie im Marken- und Wettbewerbsrecht tätig. Sie gehört dem Ausschuss „IT-Recht“ der Bundesrechtsanwaltskammer an und veröffentlicht regelmäßig Artikel aus dem Bereich des E-Commerce-Rechts.



**Dr. Kerstin Heiß** ist Rechtsanwältin bei RESMEDIA und berät vornehmlich Unternehmen im Bereich E-Commerce-Recht und Wettbewerbsrecht. Sie veröffentlicht regelmäßig Artikel zu aktuellen Themen aus diesen Bereichen im Blog der Kanzlei unter [www.blog-it-recht.de](http://www.blog-it-recht.de).

**RESMEDIA**  
Kanzlei für IT-Recht

Die im Jahr 2007 gegründete Kanzlei RESMEDIA mit Sitz in Mainz steht für hoch spezialisierte Rechtsberatung in den Kernbereichen IT-Recht, IP-Recht und E-Commerce-Recht.

Das Expertenteam besteht aus fünf Rechtsanwälten und Fachanwältinnen für Informationstechnologierecht bzw. für gewerblichen Rechtsschutz, die ausschließlich in diesen Bereichen tätig sind.

Die Leistungsschwerpunkte der Kanzlei liegen in der Beratung von E-Commerce-Plattformen und bei Abmahnungen sowie der Erstellung von IT-Verträgen. RESMEDIA ist Gründungsmitglied des agilen Partnernetzwerks United E-Commerce.

[www.res-media.net](http://www.res-media.net)

  
**shopanbieter.de**  
Das Portal für den Internethandel

shopanbieter.de gilt als das Zentralorgan für den deutschen Onlinehandel und bietet regelmäßige Informationen und Hintergrundartikel für den Onlinehandel.

Neben dem größten deutschsprachigen Anbieterverzeichnis ist shopanbieter.de insbesondere für seine meinungsbildenden Fachartikel und praxisnahen Whitepaper bekannt. Diese Publikationen gelten in der Branche als Leitmedium.

[www.shopanbieter.de](http://www.shopanbieter.de)



---

## Impressum

Die vorliegende Publikation ist eine kostenlose Veröffentlichung von shopanbieter.de in Zusammenarbeit mit der Kanzlei RESMEDIA.

**Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV:** Sabine Heukrodt-Bauer, Kanzlei RESMEDIA

### Herausgeber:

shopanbieter.de

Haydnstr. 21 | 85521 Ottobrunn bei München  
Tel. +49 89 470 77 941 | Fax +49 89 665 93 747  
E-Mail: [info@shopanbieter.de](mailto:info@shopanbieter.de)  
Web: [www.shopanbieter.de](http://www.shopanbieter.de)

**Zuschriften unter:** [info@shopanbieter.de](mailto:info@shopanbieter.de)

## Urheberrecht

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung sowie die Verarbeitung in elektronischen Systemen.

## Haftung

Der Autor hat die in diesem Werk genannten Fakten sorgfältig und nach bestem Wissen gesammelt und aufbereitet. Das schließt jedoch nicht aus, dass sich trotz aufwändiger Kontrolle Fehler eingeschlichen haben. Der Herausgeber wird Sorge tragen, diesbezügliche wesentliche Änderungen zeitnah in das Werk einzuarbeiten. Er kann jedoch keine Gewähr dafür übernehmen, dass alle Teile des Textes jederzeit auf dem aktuellsten Stand sind.

Es obliegt der Sorgfaltspflicht der Nutzer, die genannten Fakten zu verifizieren. Der Herausgeber und der Autor freuen sich über konstruktive Kritik - sie ist ein Weg, die Qualität des Werkes fortlaufend zu verbessern.



**shopanbieter.de**  
Das Portal für den Internethandel

**RESMEDIA**  
Kanzlei für IT-Recht