

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## Weißbiermarke verdrängt Namen der Lokalzeitung nicht

Eine im Umland Münchens angesiedelte Brauerei ist mit dem Versuch gescheitert, eine Umbenennung der im selben Landkreis erscheinenden Lokalausgabe einer Münchner Zeitung zu erzwingen. Das Landgericht München I wies eine Klage auf Unterlassung der Nutzung eines Teils der Zeitungsbezeichnung, der mit der Biermarke identisch ist, ab.

Die Klägerin\* betreibt in einer oberbayerischen Kreisstadt eine Brauerei. Sie vermarktet ihre Produkte seit 1949 unter Nutzung des adjektivisch verwendeten Namens ihrer Heimatstadt. Aufgrund der seit den 70er Jahren steigenden Beliebtheit von Weißbier und intensiver Werbemaßnahmen der Klägerin war deren Namen bereits in den 90er Jahren bei so weiten Kreisen der Bevölkerung bekannt, dass das Deutsche Patent- und Markenamt im Jahr 1994 die Eintragung des Namensbestandteils, der aus dem Adjektiv des Stadtnamens gebildet ist, als Marke bewilligte.

Die Beklagte\*, ein großer Münchner Zeitungsverlag, gibt seit dem Jahr 1977 für das Umland von München Landkreisausgaben ihrer überregional erscheinenden Tageszeitung heraus, deren Lokalteile mit der adjektivischen Bezeichnung des jeweiligen Landkreises und der sich anschließenden Bezeichnung "... Neueste Nachrichten" überschrieben waren. Im Jahr 2000 änderte sie die Titel in der Weise, dass statt des Bestandteils "... Neueste Nachrichten" die Kurzform des Namens der Zeitung Verwendung fand, so auch im Heimatlandkreis der Klägerin.

Das 2005 von der Klägerin angerufene Landgericht München I wies die auf Unterlassung der Namensnutzung, Auskunft und sich daraus ergebenden Schadensersatz gerichtete Klage ab. Die u.a. auf Markenstreitigkeiten spezialisierte 1. Kammer für Handelssachen stellte fest, dass sich ein Anspruch der Klägerin unter keinem denkbaren Gesichtspunkt ergeben könne. So fehle es schon an der Verwechslungsfähigkeit, da der von der Beklagten verwendete Titel nicht von dem Namensbestandteil geprägt werde, der der klägerischen Marke entspricht: Damit wird hier vom Publikum der Bestandteil ... (es folgt die Weißbiermarke) in der angegriffenen Kennzeichnung ... (es folgt der von der Beklagten verwendete Zeitungstitel) auch nur als geografischen Angabe, also als rein beschreibender Hinweis auf die Herkunft und das Bestimmungsgebiet der betreffenden Lokalausgabe ... verstanden. Daran ändert im vorliegenden Fall ... auch die Bekanntheit der klägerischen Marke nichts\*.

Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise werde der Zeitungstitel vielmehr durch dessen zweiten Namensbestandteil geprägt, der sich aus der weithin bekannten Abkürzung des Zeitungsnamens der Beklagten ergebe. Aufgrund des erheblichen Branchenabstandes zwischen beiden Produkten sahen die Richter auch keinerlei Eignung zur Ruf- oder Aufmerksamkeitsausbeutung oder zur Verwässerung der Marke. Den Hinweis der Klägerin, sie gebe ja auch eine eigene Publikation heraus, quittierten die Richter: Soweit die Klägerin darauf hinweist, dass sie sich bezüglich ihrer "... Fanpost" in derselben Branche wie die Beklagte bewege, ... ist auszuführen, dass die dreimal jährliche Herausgabe eines Werbeblattes für den eigenen Brauereibetrieb die Klägerin nicht – auch – zu einem Verlag macht\*.

Die Benutzung der geografischen Bezeichnung sei schließlich auch deswegen nicht unlauter, weil diese schon Bestandteil des früher verwendeten Namens der Lokalausgabe gewesen und überdies bei Zeitungen absolut üblich sei. Auch das Argument, die Beklagte hätte ihren Titel ja in umgekehrter Reihenfolge formulieren (und den Ortsnamen dann in seiner Grundform verwenden können), überzeugte die Kammer nicht von der angeblichen Unlauterkeit der Beklagten. Zuletzt wies die Kammer daraufhin, dass mögliche Ansprüche auch verwirkt wären, da die Klägerin mehr als vier Jahre gewartet hatte, bevor sie den neuen Titel der Beklagten beanstandete. Die zunächst erhobene Behauptung, erst viel später von dem im Juli 2000 neu eingeführten Titel erfahren zu haben, musste die Klägerin zurücknehmen, nachdem die Beklagte nachwies, dass die Klägerin sogar Abonnentin ihres Blattes ist.

**Hinweis:**

An dem Verfahren waren auf beiden Seiten jeweils zwei Gesellschaften aus den Unternehmensverbänden der Klägerin und der Beklagten beteiligt. Aus Vereinfachungsgründen wird in der Pressemitteilung "Klägerin" und "Beklagte" jeweils in der Singularform verwendet. Auch die Zitate wurden entsprechend angepasst.

Quelle: PM des Landgerichts München I in Zivilsachen

Veröffentlicht von:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt