

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Finger weg! Nachahmung von Gestaltungselementen eines Restaurants wettbewerbswidrig

Das Landgericht Münster hat entschieden ([Urteil vom 21.04.2010, Az. 021 O 36/10](#)), dass entscheidende Designelemente eines Restaurants dem lauterkeitsrechtlichen Nachahmungsschutz unterfallen und eine unberechtigte Übernahme dieser Elemente einen Wettbewerbsverstoß darstellen kann.

### Sachverhalt

Die Klägerin betreibt im Wege von sog. Franchising einige Restaurants mit italienischer Küche. Die Beklagte betreibt ein Restaurant (chinesische Küche), wobei sie bei dessen Gestaltung wesentliche Designelemente der klägerischen Restaurants übernommen hat. Die Klägerin verlangt deshalb von der Beklagten Unterlassung dahingehend, diese Gestaltungselemente zu verwenden.

### Aus der Entscheidung des Gerichts

Der Klägerin steht ein Verfügungsanspruch gegen die Beklagte aus §§ 3, 4 Nr. 9 a) und b), 8 UWG zu. Nach diesen Vorschriften handelt unlauter, wer Waren oder Dienstleistungen anbietet, die Nachahmungen von Produkten eines Mitbewerbers sind und er dadurch eine Täuschung der Abnehmer über die Herkunft herbeiführt oder die Wertschätzung der nachgemachten Ware unangemessen ausnutzt.

Zum vorliegenden Fall führt das Gericht aus:

“

*„Vorliegend kann der Verfügungsklägerin Eigenart und Selbstständigkeit der gedanklichen Gestaltung nicht abgesprochen werden. Sie ist geprägt durch besondere Ausstattungsmerkmale wie aus der Entscheidungsform ersichtlich, die gerade in ihrer Kombination unter Verwendung der Signalfarbe rot, die sich im Firmenlogo, in den Ledersesseln und den Tischen im Lounge-Bereich sowie in den Wandfarben ebenso wiederfindet, wie auch bei der Außenbeschriftung des Restaurants und in der Kopfzeile der Speisekarten, die dem Konzept einer einmalige und prägende Wirkung verleihen. Diese Merkmale sind in ihrer Gesamtheit geeignet, sich dem Verkehr als Hinweis darauf einzuprägen, dass ein bestimmtes Unternehmen oder eine Gruppe von Unternehmern in dieser Weise wirbt.“*

”

Nicht von Bedeutung sei es dabei, dass die Klägerin italienische Speisen anbiete und die Beklagte chinesische. Es gehe nicht um die angebotenen Waren selbst, sondern um das verwendete Werbe- und Gestaltungskonzept, welches als Leistungsergebnis Wettbewerbschutz genieße.

Ob eine Herkunftstäuschung vorliegt beurteilt sich nach der Gesamtwirkung der beiderseitigen Leistungsergebnisse. Nach dem Gesamtkonzept der Werbung drängt sich einem unbeteiligten Betrachter der Eindruck auf, dass zwischen dem von der Klägerin betriebenen Restaurant und dem von der Beklagten betriebenen Restaurant eine Verbindung besteht.

Außerdem müssen beide Konzepte eine gewisse Bekanntheit erreicht haben: Das Konzept der Klägerin ist durch Pressemeldungen einem größeren Personenkreis im In- und Ausland bekannt. Auch das Restaurant der Beklagten hat einen bestimmten Bekanntheitsgrad erreicht, da die Klägerin mehrfach von Kunden darauf angesprochen wurde, ob sie nun auch ein chinesisches Konzept im Angebot habe.

## Fazit

Nicht von fremden Tellern essen: Auch wenn ein Restaurant andere Speisen anbietet, darf ein Design- und Werbekonzept nicht von einem anderen Restaurant übernommen werden, wenn beide eine gewisse Bekanntheit erlangt haben und die übernommenen Gestaltungselemente in ihrer Gesamtheit geeignet sind den Kunden zu täuschen.

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement