

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

„One 2 be“ or not to be - Zur unzulässigen Imitatwerbung bei Parfüms

Der Calvin-Klein-Duft „ck one“ ist das teure Original, das Aldi-Parfüm „one 2 be“ die billige Kopie. Das [OLG Frankfurt \(Urteil vom 16.09.2010, Az. 6 U 62/09\)](#) entschied, dass das vom Discounter beworbene und vertriebene Eau de toilette aufgrund seiner Gesamtaufmachung vom durchschnittlichen Verbraucher als Imitation der Marke angesehen werde. Damit liege ein Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vor. Das Besondere an der Entscheidung: Rein markenrechtlich ist die Verwendung des Wortzeichens „one 2 be“ nach Ansicht der Richter nicht zu beanstanden.

Fall

Die Klägerin, die das bekannte Parfüm „ck one“ vertreibt, hatte sich mit einer Unterlassungsklage gegen die Handelskette Aldi gewendet, die als Bestandteil ihres Kosmetik-Sortiments den Duft mit der Bezeichnung „one 2 be“ zum Verkauf anbot. Zur Begründung führte sie aus, dass der Discounter ihre Rechte an der eingetragenen Gemeinschafts-Wortmarke „ck one“ verletze. Ergänzend sei wegen der ähnlichen Produktgestaltung auch eine wettbewerbswidrige Nachahmung im Sinne des UWG gegeben. Das Landgericht sah die geltend gemachten Rechtsverletzungen nicht als gegeben an und hatte die Klage in erster Instanz abgewiesen. Gegen diese Entscheidung wendete sich die Klägerin mit dem Rechtsmittel der Berufung.

Entscheidung

Im Ergebnis hatte die Berufung der Klägerin Erfolg. Eine Markenrechtsverletzung erkannte der 6. Zivilsenat des OLG Frankfurt a. M. zwar ebenfalls nicht, denn aus Sicht des Verbrauchers seien sich die Wortfolgen „one 2 be“ und „ck one“ nicht zum Verwechseln ähnlich. Im Gegensatz zu ihren Kollegen vom Landgericht bejahten die Richter aber einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht, genauer gegen §§ 3, 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG.

“

§ 6 II UWG:

Unlauter handelt, wer vergleichend wirbt, wenn der Vergleich

6. eine Ware oder Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer unter einem geschützten Kennzeichen vertriebenen Ware oder Dienstleistung darstellt.

”

Im vorliegenden Fall sei das Parfüm „one 2 be“ nach der Gesamtheit seiner Gestaltungsmerkmale derart an das klägerische Eau de Toilette angeglichen, dass der Tatbestand der Imitationswerbung erfüllt sei.

Die Annäherung erfolge durch die Wahl des Namens, insbesondere durch die Verwendung des Wortes „one“, durch die farbliche Gestaltung sowie durch den Umstand, dass beide Produkte – in unüblicher Weise – mit einem lose in der Verpackung liegenden Zerstäuber ausgeliefert werden. Der durchschnittliche Kunde, so das Gericht, werde durch die charakteristische Präsentation der Ware in den Glauben versetzt, dass es sich um einen Duft handle, der dem von „ck one“ entspricht.

Fazit

Bei der Verwendung von markenrechtlich zulässigen Wortfolgen ist Vorsicht geboten. Wenn für ein Produkt eine zwar nicht verwechslungsfähige, aber doch ähnliche, Bezeichnung gewählt wird, dann kann immer noch ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht vorliegen. Dies ist dann der Fall, wenn sich der Verkaufsartikel nach seiner gesamten Aufmachung als Imitat einer Markenware darstellt.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement