

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Wer wirbt – der stirbt (vielleicht): Zur Haftung von Werbeagenturen bei Markenverstößen

Wenn ein durch eine Werbeagentur erstelltes Logo Markenrechte verletzt, so ist die Agentur nicht zwingend zu Schadensersatz gegenüber dem Auftraggeber verpflichtet, wie das KG Berlin entschieden hat (Beschluss vom 04.02.2011, Az. 19 U 109/10). Dies sei nur immer dann der Fall, wenn die Erstellung eines Logos frei von Markenrechten Dritter geschuldet war oder eine Aufklärungspflicht bestanden hätte.

Was war passiert?

Die Klägerin gab bei einer Werbeagentur (Beklagte) ein Logo zum Preis von 770 Euro in Auftrag, welches auch erstellt wurde. Allerdings verletzt dieses angeblich Markenrechte der F AG, weshalb die Klägerin Schadensersatz fordert.

Wie hat das Gericht entschieden?

“

„(Werk-)Vertragliche Schadensersatzansprüche der Klägerin [...] würden voraussetzen, dass die Beklagte entweder die Erstellung eines Logos für die Klägerin frei von Markenrechten Dritter geschuldet oder aber zumindest die Klägerin darüber hätte aufklären müssen, dass von ihr keine eigenständige Markenrecherche vorgenommen werden würde. An beiden Voraussetzungen fehlt es.“

”

Für den geforderten Schadensersatz, müsste also entweder

- ein von Markenrechten Dritter freies Logo geschuldet gewesen sein, oder
- eine entsprechende Aufklärungspflicht des Klägers bestehen

1. Rechtmäßiges Logo geschuldet?

Sofern die Parteien nichts ausdrücklich vereinbart haben, ist grundsätzlich davon auszugehen, dass die umgesetzte Werbemaßnahme rechtmäßig ist. Allerdings gilt diese Verpflichtung nicht uneingeschränkt. Vielmehr müsse im Einzelfall geprüft werden, ob dem Auftragnehmer eine Markenrecherche zumutbar ist. Weiter führt das Gericht das aus:

“

„Wesentliche Parameter für die Zumutbarkeit einer - in Falle ihrer Zumutbarkeit von den Parteien im Lichte der §§ 133, 157 BGB in der Regel auch stillschweigend vereinbarten - Prüfung der rechtlichen Unbedenklichkeit der Werbemaßnahme sind der mit der rechtlichen Prüfung verbundene Aufwand einerseits sowie das Verhältnis des Umfangs der avisierten Werbung zur Höhe der geschuldeten Vergütung andererseits [...].“

”

Vorliegend hat das KG Berlin entschieden, „dass bei einem vereinbarten Preis von lediglich 770,00 EUR von der Klägerin ohne ausdrückliche Vereinbarung nicht davon ausgegangen werden konnte, dass die Beklagte neben der Erstellung des Logos auch noch eine umfangreiche und kostenintensive Markenrecherche durchführen würde. Eine solche wäre nämlich bei einer Vergütung von 770,00 EUR ganz offenkundig weder kostendeckend noch mit hinreichender Verlässlichkeit von der Beklagten zu erbringen gewesen.“

2. Aufklärungspflicht?

Die Beklagte war auch nicht verpflichtet, die Klägerin darauf hinzuweisen, dass die Erstellung des Logos ohne Markenrecherche erfolgen würde. Grund:

“

„Es besteht nämlich keine allgemeine Rechtspflicht, den anderen Teil über alle Einzelheiten und Umstände aufzuklären, die dessen Willensentschließung beeinflussen könnten [...]. Vielmehr ist grundsätzlich jede Vertragspartei für ihr rechtsgeschäftliches Handeln selbst verantwortlich und muss sich deshalb die für die eigene Willensentscheidung notwendigen Informationen auf eigene Kosten und eigenes Risiko selbst beschaffen.“

”

Fazit

Werbeagenturen aufgepasst: Bei Werbemaßnahmen sollte immer geprüft werden, ob eine Verletzung von Markenrechten im Raum steht. Diese Recherche kann vertraglich der beauftragten Werbeagentur auferlegt werden oder auch einem spezialisierten Rechtsanwalt.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement