

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Bär vs. Teddy: Lindt-Teddy verletzt Markenrechte des Haribo-Goldbären

Eine Wettbewerbskammer des Kölner Landgerichts hat durch heute verkündetes Urteil die weitere Verbreitung des sog „Lindt-Teddys“, eines von der Lindt & Sprüngli AG (der Beklagten) vertriebenen in Goldfolie eingewickelten Schokoladenbären, auf Antrag der Fa. HARIBO (der Klägerin) untersagt.

Das Gericht hat sich damit der Auffassung der Klägerin angeschlossen, wonach die Verbreitung dieses Produkts gegen die für sie eingetragene deutsche Wortmarke „GOLDBÄREN“ verstoße und die Ausgestaltung des „Lindt Teddys“ der Beklagten nichts anderes als die bildliche Darstellung des Wortes „GOLDBÄR“ darstelle. Der Verkehr stelle bei Anblick eines verkörperten Goldbären mit roter Schleife im Süßwarenssegment unweigerlich eine Verbindung zu der Klägerin her. Dies gelte umso mehr, als die Verwendung der Bezeichnung „Goldbär“ für das Produkt der Beklagten auch durch die Bezeichnung des im Ostergeschäft durch die Beklagte erfolgreich vertriebenen bekannten Schokoladenhasens als „Goldhase“ nahe gelegt werde.

Demgegenüber hatte die Beklagte argumentiert, der „Lindt Teddy“ stelle eine logische und einheitliche Fortentwicklung ihrer eigenen Produktlinie dar. Bei der Teddybärenfigur handele es sich um eine auch von Mitbewerbern und insbesondere im Süßwarensegment häufig verwendete Ausgestaltung. Zudem sei die Farbe Gold im Weihnachtsgeschäft eine übliche, die Festlichkeit hervorhebende Farbgebung. Die konkret gewählte Form sei herstellungsbedingt. Die Aufmachung orientiere sich an dem „Goldhasen“. Bewusst habe man aber auf die – nach Auffassung der Beklagten ohnehin rein beschreibende – Bezeichnung „Goldbär“ oder „Goldteddy“ verzichtet. Die Produkte der Parteien seien einander zudem auch nicht ähnlich, geschweige denn austauschbar.

Die Besonderheit des Verfahrens liegt darin, dass es bisher zu der Frage einer Kollision einer Wortmarke mit einer dreidimensionalen Produktgestaltung keine höchstrichterliche Rechtsprechung gibt. Der BGH hat aber zur Kollision einer Wort- mit einer Bildmarke einen Verstoß dann für möglich gehalten, wenn nicht nur eine Übereinstimmung im Motiv vorliege, sondern das Wort die naheliegende ungezwungene und erschöpfende Benennung des konkreten Bildes ist. Daran angelehnt hat das Landgericht nun entschieden, dass ein Verstoß gegen eine Wortmarke auch dann vorliegt, wenn diese Wortmarke den in der dreidimensionalen Produktgestaltung verkörperten Sinngehalt wiedergibt. Im vorliegenden Fall sind – so die Kammer – diese Voraussetzungen auch unter Anlegung des gebotenen strengen Maßstabes erfüllt, denn für das Schokoladenprodukt der Beklagten ist nicht dessen offizieller Name „Lindt Teddy“, sondern die Bezeichnung „GOLDBÄR“ die für den Verbraucher naheliegende ungezwungene und erschöpfende und gleichsam einprägsame Betitelung.

Bei dem Produkt handelt es sich um eine in goldene Folie eingewickelte Bärenfigur aus Schokolade. Zu dessen Benennung wird sich der Großteil der Verbraucher aber nicht der Bezeichnung „goldene Bärenfigur“, „goldfolierter Bär“, „goldfarbener Schokoladent Teddybär“ oder eines ähnlichen Begriffs

bedienen. Die am nächsten liegende griffige Bezeichnung ist vielmehr – gerade auch angesichts der überragenden Bekanntheit der klägerischen Marke - der Begriff des „GOLDBÄREN“.

(Aktenzeichen des Landgerichts: 33 O 803/11).

Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Die unterliegende Partei kann innerhalb eines Monats ab Zustellung Berufung zum Oberlandesgericht Köln einlegen.

*Quelle: Pressemitteilung 1012 des LG Köln/*

Veröffentlicht von:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement