

von **Bodo Matthias Wedell**

Pömp me up - der Nachahmungsschutz bei Damenschuhen im Wettbewerbsrecht

Das OLG Frankfurt am Main hat für Recht befunden, dass für bestimmte Damenschuhe (Pömps), die durch ihre optische Gestaltung mittels der Verwendung von speziellen Gestaltungselementen (sog. besonderen Merkmalen) von anderen Schuhen gleicher Art leicht unterschieden werden können ein wettbewerbsrechtlicher Schutz gegen Nachahmung besteht. Diese besonderen Merkmale ermöglichen dem Verbraucher einen Rückschluss auf die betriebliche Herkunft und begründen damit einen Unterlassungsanspruch gegen eine unberechtigte Nachahmung, vgl. Frankfurt am Main, Urteil vom 03.04.2014, Az. 6 U 276/12. Lesen Sie mehr zu dieser Entscheidung.

Was war passiert?

Die Klägerin, eine Schuhproduzentin mahnte eine Mitbewerberin wegen Verletzung ihrer wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzrechte ab. Die beklagte Partei stellte ebenso Schuhe gleicher Gattung her und verwendete für diese ähnliche Gestaltungselemente wie auch die Klägerin.

Die Produktserie der Klägerin zeichnet sich durch spezifische Stilelemente aus, die ihren Schuhen eine besondere, originäre Eigenart verleihen. Diese sind:

- Pinkfarbenes Innenfutter,
- Einen ca. 11 cm hohen Stiletto- Absatz, der an den Seiten und auf der Rückseite mit demselben grauen Veloursleder verkleidet ist, das auch als Deckleder dient und der den durch die Auswölbung für die Ferse entstandenen Bogen aufnimmt und nach unten weiterleitet,
- Unter dem Vorderteil des Schuhs ist ein ca. 2 cm hohes Plateau, das nach vorne abflachend verläuft und das ebenso mit dem gleichen Veloursleder bezogen wie das Deckleder,
- Der Verwendung einer auffälligen Schuhspitze, die an eine „Stupsnase“ erinnert und die Sohle der Schuhspitze sich zirka 2 cm über dem Boden befindet.

Die beklagte Partei argumentierte, dass durch die Verwendung der genannten Stilelemente keinesfalls ein Herkunftsnachweis erfolge, da diese lediglich die Nutzung eines vorgegebenen und letztlich begrenzten Formenschatzes für ein „Allerweltsprodukt“ sei. Ein Unterlassungsanspruch sei somit nicht gegeben.

Das Problem:

Ein Hersteller, der Alltagsgegenstände auf den Markt bringt sieht sich in der schwierigen Lage, seine Produkte optisch so zu gestalten, dass sie vom Verbraucher dem eigenen Betrieb bzw. der eigenen Marke zugeordnet werden können. Um dieses zu erreichen verwendet er oft viel Mühe und Kreativität. Das Ziel ist es, durch die besondere Gestaltung der eigenen Produkte einen wettbewerblichen Leistungsschutz und damit Unterlassungsansprüche gegen eine unberechtigte Nachahmung Seitens Dritter zu erzielen. Die eigenen Produkte sollen vom Verbraucher eindeutig dem eigenen Betrieb zuzuordnen sein. Dieses Ziel gestaltet sich besonders schwierig, sofern es sich um einen Markt handelt, bei dem der kreative Gestaltungsspielraum scheinbar begrenzt ist.

Die Entscheidung des Gerichts:

Das OLG Frankfurt am Main schloss sich der Rechtsansicht der Vorinstanz an und bestätigte dass der Produktserie der Klägerin durchaus eine wettbewerbliche Eigenart zukommen würde. Aufgrund der speziellen optischen Gestaltung der Schuhe entstehe durchaus ein Gesamteindruck, der sie aus der Masse vergleichbarer Produkte heraushebe und damit einen Rückschluss auf eine bestimmte betriebliche Herkunft zulasse. Bereits das Landgericht hatte in seiner Entscheidung betont, dass hohe Anforderungen an das Vorliegen von besonderen Gestaltungsmerkmalen zu stellen sind. Dies gilt auch dann, wenn man einen erhöhte Anforderungen an die wettbewerbliche Eigenart eines Produktes anlegt, etwa weil es sich um einen Modeartikel handelt und man deshalb einen besonders originelle Gestaltung fordert, vgl. BGH GRUR 1998, 477,478 – Trachtenjanker.

Dieses besonders originelle Gestaltung und damit eine besondere wettbewerbliche Eigenart wurde den Schuhen der Klägerin im konkreten Fall vom Gericht zuerkannt. Die Kombination der verwendeten Stilelemente verleiht dem Modell nach Ansicht des OLG eine zeitlose wie auch modische Komponente, die im früheren, bekannten Formenschatz in der im konkreten Fall verwendeten Art und Weise nicht bekannt war. Damit sind die genannten speziellen Stilelemente durchaus geeignet, dem angesprochenen Verkehr, vorliegend vor allem jüngere Damen auf die betriebliche Herkunft der Schuhe hinzuweisen. Hierbei ist es nicht zwangsläufig notwendig, dass diese das Produkt der Klägerin selbst zuordnen können, vgl. BGH GRUR 2006, 79, Tz. 36 – Jeans.

Der Argumentation der Beklagten, dass es sich bei den Produkten der Klägerin um sog. „Allerweltsartikel“ oder „Dutzendware“ handele, die nicht vom in von § 4 Nr. 9 UWG geschützt werde wurde eine Absage erteilt. Das Oberlandesgericht folgt insoweit der Rechtsprechungslinie des BGH, der keine Begrenzung des Schutzbereiches von § 4 Nr. 9 UWG auf hochwertige Modeartikel erkennt, vgl. BGH GRUR 198, 47 – Trachtenjanker.

Unser Fazit:

Die Entscheidung des OLG Frankfurt zeigt eine eindeutige Tendenz zur Stärkung des wettbewerblichen Nachahmungsschutzes. Dabei erfährt die Kreativität eine Aufwertung und wird mit einem Unterlassungsanspruch gegen eine unberechtigte Nachahmung belohnt. Allerdings ist zu bedenken, dass an das Vorliegen der besonderen Gestaltungsmerkmale hohe Anforderungen zu stellen sind. Ein bloßes Zufügen unerheblicher Details aus dem bekannten Formenschatz etwa genügt dem nicht. Die besonderen Gestaltungsmerkmale müssen für den Gesamteindruck vielmehr derart prägend sein, dass man sprichwörtlich von einem „noch nie dagewesenen“ sprechen muss.

Autor:

Bodo Matthias Wedell

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)