

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Stimmt nicht?! Irreführung bei behaupteter Markeninhaberschaft

Nur wer Inhaber einer Marke ist, sollte dies auch behaupten und so bewerben. Denn wenn dies objektiv nicht zutreffend ist, handelt der Werbende irreführend und damit wettbewerbswidrig - so zumindest das OLG Frankfurt a.M. (Urteil vom 08.08.2019 - Az.: 6 U 40/19). Nicht ausreichend ist dabei, wenn die werbende Firma nur eine Befugnis (Lizenz) zur Markennutzung hat.

Werbung: Lizenznehmer ist nicht gleich Inhaber

Es ging bei diesem Verfahren neben einigen Fragen zum Rechtsmissbrauch bei Gegenabmahnungen va. um folgende Werbeaussage einer Firma bzgl. einer Marke:

“

"... ist eine Marke der X GmbH"

”

Zutreffend war aber, dass die werbende X GmbH nicht Inhaber der Marke war, sondern lediglich eine Nutzungserlaubnis im Rahmen einer Lizenz hatte und gesellschaftsrechtlich mit dem Inhaber „nur“ verbunden war.

Das OLG Frankfurt a.M. sah darin eine wettbewerbswidrige Irreführung. Die Werbeaussage könne nach Meinung der Richter der Verbraucher nur so verstehen, dass die Werbende und Beklagte selbst Rechteinhaberin sei:

“

"Die dadurch hervorgerufene Fehlvorstellung führt auch zu einer relevanten Irreführung im Sinne von § 5 UWG, da sie den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen kann, die er ansonsten nicht getroffen hätte. Die Behauptung eines Unternehmens, Inhaber einer Marke zu sein, kann dazu führen, dass der Verkehr diesem Unternehmen eine gewisse, durch die Markeninhaberschaft dokumentierte wirtschaftliche Bedeutung beimisst; dies kann auch auf die Kaufentscheidung ausstrahlen (allgemein zur Relevanz einer unzutreffenden Markenberühmung vgl. BGH GRUR 2009, 888 - Thermoroll)."

”

Dieser Verstoß ist auch erheblich: Denn mit der beworbenen Inhaberschaft der Marke verbindet der angesprochene Verkehr eine gewisse wirtschaftliche Bedeutung und eine erhöhte Wertschätzung – diese strahlt auf die Kaufentscheidung ab.

Exkurs: In diesem Zusammenhang weisen wir noch auf ein zweites vergleichbares Problem hin. Es geht um das allgemein bekannte R-Zeichen, also das große R im Kreis. Auch hier geht es immer wieder um die Frage der Irreführung. Denn: Oftmals wird das Zeichen im Zusammenhang mit nicht eingetragenen Marken oder hinter einzelnen Markenbestandteilen (und nicht der kompletten Marke) verwendet. Beides kann zum Vorwurf der Irreführung führen. Wir haben uns in [diesem Beitrag](#) mal ausführlicher mit dem Thema beschäftigt.

Fazit: Vorsicht beim Umgang mit Marken

Wir sehen: Marken sind ein hohes Gut. Die Werbung damit ist entsprechend sensibel. Wer im Zusammenhang mit Marken wirbt sollte daher unbedingt auf den Wahrheitsgrundsatz achten. Nur wer tatsächlich Inhaber ist, kann als solcher auch werben. Ebenso muss die Verwendung des R-Zeichens mit Bedacht ausgewählt werden: Am sichersten ist es wenn dieses nur verwendet wird bei eingetragenen Marken und auch nur hinter der kompletten Marke und nicht im Zusammenhang mit einzelnen Bestandteilen einer mehrgliedrigen Marke.

Sofern Sie eine Beratung im Markenrecht benötigen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement