

Storch Heinar gewinnt gegen Thor Steinar

Wie weit darf man bei satirischen Anlehnungen an bestehende Marken gehen? Können hierdurch Markenrechte und wettbewerbsrechtliche Vorschriften verletzt werden oder ist dies durch die Meinungs- Kunstfreiheit gedeckt? Im Falle von „Storch Heinar“, der die Marke „Thor Steinar“ auf die Schippe nimmt, entschied nun das Landgericht Nürnberg-Fürth.

Die Marke „Thor Steinar“ ist für Bekleidungsstücke laut Verfassungsschützern in rechtsextremen Kreisen besonders beliebt. Aus diesem Grund, wurde von der Initiative „Endstation Rechts“ die Marke „Storch Heinar“ verwendet und die rechtsradikal anmutenden Symbole und Aussagen durch den Kakao gezogen um auch politisch dagegen Stellung zu nehmen.

Der Markeninhaber von „Thor Steinar“ sah hierin eine Markenrechtsverletzung, da zwischen den Marken Verwechslungsgefahr bestehe und „Storch Heinar“ zu Lasten der Marke „Thor Steinar“ gehe.

Entscheidung des Gerichts

Das Landgericht Nürnberg-Fürth (Urteil vom 11.08.2010 – Az. 3 O 5617/09) wies die Klage von „Thor Steinar“ ab. Zwar liegt das Urteil noch nicht vor, aber aus der [Pressemitteilung vom 22.08.2010 – 22/10](#) ergeben sich bereits Anhaltspunkte für die Entscheidungsgrundlage des Gerichts.

Das Gericht sah bereits keine Verwechslungsgefahr zwischen den Zeichen, so dass bereits aus diesem Grund kein Anspruch gegeben sei. Aber auch wenn eine solche Verwechslungsgefahr gegeben sein sollte, verneinten die Nürnberger Richter etwaige Ansprüche des Markeninhabers aus Marken- oder Wettbewerbsrecht. Die satirische Auseinandersetzung mit der Marke sei nach Auffassung des Gerichts von den Grundrechten der Meinungsfreiheit und der Kunstfreiheit erfasst, auf die sich die Verwender von „Storch Heinar“ berufen könnten.

Fazit

Nach Auffassung des Landgerichts kann trotz Verwechslungsgefahr eine Markenrechtsverletzung durch die Meinungsfreiheit oder Kunstfreiheit erlaubt sein. Hierbei scheint das Gericht jedoch zu verkennen, dass es sich bei „Storch Heinar“ eben nicht nur um eine Meinung sondern auch um eine im geschäftlichen Verkehr verwendete Marke handelt, mit der Ihrerseits wieder Geld verdient werden soll. Es geht also nicht nur um Meinung und Kunst, sondern vor allem auch um Marketing und markenmäßige Verwendung. Jenseits der politischen Hintergründe des Falles, die hier vermutlich auch eine nicht unerhebliche Rolle gespielt haben dürften, stellt sich daher die Frage ob der Markenschutz so leicht überwunden werden kann. Man darf gespannt auf die Begründung aus Nürnberg sein.