

Nicht quatschen, NACHMACHEN?

Der Komiker Mario Barth wehrte sich vor dem Landgericht Düsseldorf gegen die Verwendung des Slogans „Nicht quatschen, MACHEN!“. Er ist wie bei dem Slogan „Nichts reimt sich auf Uschi“ der Meinung, er habe das Recht die gewerbliche Verwendung dieser Sprüche zu verbieten.

Der deutsche Komiker Mario Barth verkauft Merchandising-Artikel, insbesondere T-Shirts mit dem Spruch einer seiner Sketche mit dem Titel „Nicht quatschen, MACHEN!“. Diesen Titel ließ sich der Comedian auch als Marke beim Markenamt eintragen.

Der Gegner vertreibt über seine Internetseite und über Internetplattformen wie eBay und Amazon bedruckte T-Shirts mit verschiedenen Motiven, z.B. bekannten Sprüchen aus Film und Fernsehen, darunter ebenfalls ein T-Shirt mit dem Aufdruck „Nicht quatschen, MACHEN!“. Die T-Shirts wurden auf dem Verkaufsportaal Amazon dergestalt angeboten, dass sie bei Eingabe des Suchbegriffs „Mario Barth Fanartikel“ oder „Mario Barth T-Shirt“ an erster bzw. zweiter Stelle in der Ergebnisliste erschienen. Das hielt Mario Barth für wettbewerbswidrig und verklagte den T-Shirt Verkäufer.

Entscheidung des Gerichts

In seiner Entscheidung vom [27.07.2011 - Az. 2a O 72/11](#) stellte das Landgericht Düsseldorf klar, dass es sich bei dem Slogan „Nicht quatschen, MACHEN“ um eine zum Allgemeingut gehörende allgemeine Lebensweisheit handele, welche auch schon vor der Verwendung durch den Komiker im deutschen Sprachgebrauch vorhanden war. Das Gericht lehnte eine wettbewerbliche Eigenart des Slogans ab, da eine solche nur vorliege, wenn die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des Erzeugnisses geeignet seien, die angesprochenen Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen. Das sei hier nicht der Fall.

Damit stellte der Vertrieb von T-Shirts mit dem Slogan „Nicht quatschen, MACHEN“ durch den T-Shirt Hersteller keine unlautere Nachahmung der Merchandising Produkte Mario Barths dar. Die Klage des Comedians war abzuweisen.

Fazit

Mario Barth versucht weiterhin mittels des Marken- und Wettbewerbsrechts von Ihm in seinen Shows verwendete Sprüche für sich schützen zu lassen und anderen zu verbieten, diese gewerblich zu verwenden. Soweit die Slogans überhaupt nicht von ihm stammen und/ oder Allgemeingut sind, wird ihm das nicht gelingen. Gegen die von dem Komiker eingetragene Marke läuft im Übrigen ein Löschungsverfahren vor dem Markenamt.