

## **Peek & Cloppenburg Hamburg vs. Peek & Cloppenburg Düsseldorf**

**Der für das Kennzeichenrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes (BGH) hatte kürzlich in fünf Verfahren über die Frage entschieden, wie eine bundesweite Werbung von Unternehmen mit identischer Unternehmensbezeichnung gestaltet sein muss.**

Die Verfahrensparteien sind rechtlich und wirtschaftlich unabhängige Unternehmen, die seit mehreren Jahrzehnten unter der Firma „Peek und Cloppenburg KG“ zahlreiche Bekleidungshäuser betreiben.

Die Klägerin hat ihren Sitz in Hamburg und betreibt Filialen im norddeutschen Raum, während die Beklagte mit Sitz in Düsseldorf überwiegend im Westen, Süden und in der Mitte Deutschlands tätig ist.

Verfahrensgegenständlich waren die seitens der Klägerin geltend gemachten Unterlassungsansprüche wegen bundesweiter Werbung der Beklagten. Die Klägerin hat sich darauf berufen, die Werbung der Beklagten im norddeutschen Raum werde aufgrund der identischen Unternehmensbezeichnung ihr (der Klägerin) zugerechnet. Das Berufungsgericht hat die beanstandete Werbung der Beklagten verboten.

### **Entscheidung des BGH**

In allen fünf Verfahren hat der BGH die Entscheidungen des Berufungsgerichts aufgehoben, wie der BGH in der Pressemitteilung vom 24.01.2013 mitgeteilt hat. Zur Begründung führte der BGH aus, die Beklagte habe ein anzuerkennendes Interesse an einer Werbung in bundesweit vertriebenen Medien, weshalb ihr die Werbung nicht grundsätzlich verboten werden könne. Die Beklagte müsse vielmehr in der Werbung die Leser der Anzeigen in geeigneter Weise darüber aufklären, dass es zwei Gesellschaften mit identischer Bezeichnung „Peek & Cloppenburg KG“ gebe und von welchem der beiden Unternehmen die Werbung stamme.

Die verfahrensgegenständlichen Anzeigen waren dadurch gekennzeichnet, dass unter der Firma „Peek & Cloppenburg“ in etwas kleinerer Schrift der Zusatz „Düsseldorf“ und darunter ein dreizeiliger Text stand, der darüber aufklärte, dass es zwei unabhängige Unternehmen „Peek & Cloppenburg“ mit Sitzen in Düsseldorf und in Hamburg gebe und dass es sich bei der jeweiligen Anzeige ausschließlich um eine solche des Düsseldorfer Unternehmens handle. Der BGH hat diesen Hinweis ausreichen lassen. Laut BGH müsse der Zusatz keinesfalls seiner Größe und Gestaltung der Werbebotschaft entsprechen. Eine Verletzung des Unternehmenskennzeichens der Klägerin durch die bundesweite Werbung der Beklagten und einen Verstoß gegen das Irreführungsverbot hat der BGH verneint und die Klagen insoweit abgewiesen.

### **Fazit**



Solange der Leser einer Anzeige in geeigneter Weise darüber aufgeklärt wird, dass zwei voneinander unabhängige Unternehmen mit identischer Unternehmensbezeichnung existieren und von welchem Unternehmen die Anzeige stammt, liegt keine Unternehmenskennzeichenverletzung und auch kein Verstoß gegen das Irreführungsverbot vor. Dabei muss der Hinweis nicht der Größe und Gestaltung der Webbotschaft entsprechen.