

## "Hard Rock Café Heidelberg" darf weiter rocken

**Das "Hard Rock Cafe Heidelberg" kann unter dieser Bezeichnung weiter betrieben werden. Allerdings dürfen dort keine Artikel mehr verkauft werden, die mit dem international bekannten "Hard-Rock-Cafe-Logo" gekennzeichnet sind.**

Im Jahr 1978 wurde das Restaurant mit der Bezeichnung „Hard Rock Café Heidelberg“ in Heidelberg eröffnet. Bei der Einrichtung und Ausstattung des Restaurants hatten sich seine Gründer bewusst an dem 1971 erstmals in London eröffneten "Hard Rock Café" orientiert. Dementsprechend sind an den Wänden des Lokals Gitarren, Schallplatten und Fotografien von Musikern angebracht. Seit 1978 wurde von den Betreibern des Heidelberger Restaurants das typische kreisrunde Hard-Rock-Café-Logo in Speise- und Getränkekarten sowie auf Gläsern verwendet. Sie benutzen die Wortfolge "Hard Rock Cafe" sowie das Logo als Eingangsschild, auf der Eingangstür und in den Fenstern ihres Restaurants und bieten Merchandising-Artikel an, die ebenfalls dieses Logo tragen.



© dabldy - Fotolia.com

#5377167

Nachdem die Gründer des Hard Rock Café London weltweit expandierten, wurde Ende 1986 erstmals ihr Logo als Marke für Bekleidung in Deutschland angemeldet. Das erste offizielle deutsche Hard Rock Café wurde 1992 in Berlin eröffnet. Unmittelbar danach haben die Betreiber der weltweiten Kette und Inhaber der entsprechenden deutschen Marken eine einstweilige Verfügung wegen Verletzung einer deutschen Marke gegen die Heidelberger Restaurant-Betreiber erwirkt. Der Antrag wurde jedoch nach Widerspruch zurück genommen, da die Betreiber des „Hard Rock Café Heidelberg“ erklärt haben, die Bezeichnung bereits seit 1978 zu benutzen und seit 1985 im Lokal auch Merchandising-Artikel mit dem Logo anzubieten. Bis zum Jahr 2008 hatte die Parteien keinen weiteren Kontakt.

Schließlich haben die Betreiberin der Hard Rock Café Berlin, München und Köln, die zur weltweit tätigen Hard-Rock-Gruppe gehört und die Inhaberin zahlreicher Wort- und Wort-/Bildmarken "Hard Rock Café" gegen die Betreiber des Restaurants "Hard Rock Café Heidelberg" erneut geklagt. Gegenstand der Klage waren Unterlassungs- Schadensersatz,

Auskunftsansprüche und Vernichtungsansprüche wegen Benutzung der Bezeichnung "Hard Rock" und des Logos "Hard Rock Cafe Heidelberg" im Rahmen des Restaurantbetriebs sowie wegen des Vertriebs von Merchandising-Artikeln mit dem Aufdruck "Hard Rock Cafe". Darüber hinaus waren diverse für die Heidelberger Restaurant-Betreiber registrierte Domainnamen mit dem Bestandteil "hardrock-cafe" Gegenstand des Verfahrens. Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Berufung blieb ohne Erfolg.

## **Entscheidung des BGH**

Der BGH hat in seinem Urteil vom 15.08.2013 (I ZR 188/11) die Auffassung des Berufungsgerichts bestätigt. Ansprüche gegen den Betrieb des Heidelberger Restaurants unter der Bezeichnung "Hard Rock" seien verwirkt, weil Gründer diese Firmierung nach Rücknahme des Antrags auf einstweilige Verfügung mehr als 14 Jahre geduldet haben. Im Übrigen hat der BGH das Berufungsurteil aufgehoben, der Klage hinsichtlich des Vertriebs konkreter bezeichneter Merchandising-Artikel stattgegeben und die Sache im übrigen Umfang der Aufhebung an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Rechtsfolge der Verwirkung sei allein, dass ein Markeninhaber seine Rechte wegen bestimmter, bereits begangener oder noch andauernder Rechtsverletzungen nicht mehr durchsetzen kann. Bei wiederholten, gleichartigen Verletzungshandlungen lasse jede Verletzungshandlung einen neuen Unterlassungsanspruch entstehen. Auch längere Untätigkeit des Markeninhabers kann insoweit kein berechtigtes Vertrauen darauf begründen, derartiges Verhalten werde weiterhin geduldet. Jedes Angebot und jeder Verkauf eines Merchandising-Artikels, jede neue Werbung und jeder neue Internetauftritt seien für die Frage der Verwirkung daher gesondert zu betrachten.

Der Vertrieb der Merchandising-Artikel durch die Betreiber des „Hard Rock Café Heidelberg“ verletze die Markenrechte der internationalen Hard-Rock-Café-Kette. Er verstoße auch gegen das wettbewerbsrechtliche Irreführungsverbot. Dabei komme es nicht darauf an, dass die Heidelberger Restaurant-Betreiber den Vertrieb derartiger Produkte in Deutschland möglicherweise schon vor der Klägerin aufgenommen haben. Das Restaurant befinde sich in bester touristischer Lage Heidelbergs. Ein erheblicher Teil seiner Kunden seien ortsfremde Gäste, denen die weltweiten Hard Rock Cafés bekannt sind, die aber nicht wissen, dass das Restaurant in Heidelberg nicht dazu gehört. Diese Irreführung müssen die Heidelberger Restaurant-Betreiber unterbinden.

## **Fazit**

Das „Hard Rock Cafe Heidelberg“ darf zumindest vorerst bestehen bleiben, muss jedoch auf den Vertrieb von Merchandising-Artikeln mit dem weltbekannten Hard-Rock-Café-Logo verzichten. Über die weiteren Ansprüche konnte der Bundesgerichtshof nicht abschließend entscheiden. Insoweit wird es unter anderem darauf ankommen, ob die Heidelberger Restaurant-Betreiber für die Bezeichnung "Hard Rock Cafe Heidelberg" schon einen Schutz als Unternehmenskennzeichen im Raum Heidelberg erworben hatten, bevor die Marken der internationalen Kette in Deutschland angemeldet worden sind. Soweit den Betreibern des Heidelberger Restaurants die weitere Verwendung der Logos "Hard Rock Cafe" zu gestatten



sein sollte, müssten sie durch klarstellende Zusätze Verwechslungen mit den Restaurants der Klägerinnen ausschließen.