

Der PUMA killt den PUDEL

Parodien auf bekannte Marken sind beliebt wie die Fälle Luthansa (Lufthansa), Adihash (Adidas), Mordoro (Marlboro) und viele weitere zeigen. Seltener sind Fälle in denen eine registrierte Marke ihrem Gesamterscheinungsbild nach als Parodie einer anderen Marke erscheint. Über einen solchen Fall zu Lasten von Puma hatte jetzt der Bundesgerichtshof zu entscheiden.



Stein des Anstoßes ist eine deutsche Wort-/Bildmarke, die aus dem Schriftzug "PUDEL" und dem Umriss eines springenden Pudels besteht (siehe rechts), die seit 2006 für Bekleidung und T-Shirts registriert ist. Daran störte sich der bekannte Sportartikelhersteller PUMA, der über eine deutlich ältere und sehr bekannte Marke verfügt, die sich aus dem Schriftzug "PUMA" und einem springenden Puma zusammensetzt. Die Anlehnung der PUDEL-Marke ist dabei offensichtlich. Zu offensichtlich, weshalb PUMA den Markeninhaber auf Löschung in Anspruch genommen hat.

Die Entscheidung des Gerichts

Mit Erfolg. Schon die Vorinstanzen (LG Hamburg und OLG Hamburg) haben der Löschungsklage stattgegeben. Der BGH hat diese Entscheidungen nun mit Urteil vom 02.04.2015 (Az. I ZR 59/13) letztinstanzlich bestätigt.

Das Gericht führt hierzu aus, dass zwischen den beiden Marken zwar unübersehbare Unterschiede bestehen, diese im markenrechtlichen Sinne aber gleichwohl ähnlich sind. Diese Ähnlichkeit führe zwar nicht zu einer Verwechslungsgefahr, wohl aber zu einer Ausnutzung der Unterscheidungskraft und Wertschätzung der PUMA-Marke. Der Markeninhaber erlange durch die angelehnte Gestaltung eine Aufmerksamkeit, die er sonst nicht erfahren würde. Gegenüber dem Recht aus der bekannten Marke PUMA müssten daher die Grundrechte auf freie



künstlerische Betätigung und auf freie Meinungsäußerung zurücktreten. Der Grundrechtsschutz geht nach den Ausführungen des Gerichts nicht so weit, dass dieser Grundlage für die Eintragung einer rufausbeutenden Marke sein könnte.

Fazit

Die Entscheidung ist zu begrüßen, weil sie den Schutz der bekannten Marke klarstellt und festigt. Allerdings genießt auch nur eine berühmte Marke diesen weitgehenden Schutz vor Verwässerung und Rufausbeutung. Alle anderen Marken sind dagegen nur vor Verwechslungen geschützt. Wäre PUMA nicht bekannt, wäre die Löschungsklage daher mutmaßlich erfolglos geblieben.