

Werbung für Fußballschuhe mit fremden Testimonials

Der Kampf zwischen Team- oder Verbandssponsoren und Individualsponsoren ist so alt wie das Sponsoring selbst. Während die einen auf die Schlagkraft ganzer Teams setzen, versuchen die anderen, ihre Marke durch die Verpflichtung einzelner Testimonials ins rechte Licht zu rücken. Kollisionen sind da vorprogrammiert. Über einen interessanten Kollisionsfall zwischen Nike und Adidas hatte das OLG Hamburg zu entscheiden.

Im Fußballsport besteht die Besonderheit, dass die Spieler bei Profivereinen unabhängig von einem bestehenden Team-Sponsoring die Möglichkeit haben, hinsichtlich ihres Schuhwerks individuelle Verträge einzugehen, auch wenn der Vertragspartner ein Mitbewerber des Teamausrüsters ist. Dass dies Konfliktpotential birgt, liegt auf der Hand. Der nun vom OLG Hamburg entschiedene Streit betrifft eine Werbung des Sportartikelherstellers Nike für Fußballschuhe mit Spielern mehrerer von ihm (mit Bekleidung bzw. Trikots) ausgerüsteten Teams in der Hauptrolle. Problematisch und umstritten war hieran, dass diese Spieler z.T. nicht von Nike, sondern von Adidas beschuht sind, wenngleich das jeweilige Schuhwerk in der streitigen Werbeanzeige nicht zu sehen war. Hiergegen wendet sich Adidas mit seiner auf Unterlassung der seiner Ansicht nach irreführenden Werbung gerichteten Klage.

Die Entscheidung des Gerichts

Das Unternehmen argumentierte, die Darstellung würde dem Betrachter suggerieren, alle der abgebildeten Spieler würden mit dem beworbenen oder einem anderen Nike-Schuhwerk spielen, obwohl dies bei insgesamt 9 Spielern nicht der Fall ist. Diese stehen bei Adidas unter Vertrag. Nike wehrte sich mit dem Vortrag, es handle sich überhaupt nicht um eine Werbung für Schuhe, sondern für sein Online-Trainingsprogramm Nike Football+. Außerdem sei das Unternehmen zu einer solchen Werbung berechtigt, weil Werbevereinbarungen mit den jeweiligen Teams bestehen, die die Werbung mit Abbildungen der Teammitglieder erlauben.

Das OLG Hamburg sieht dies - wie schon die Vorinstanz - in seinem Urteil vom 15.01.2015 (Az. 5 U 203/11) anders. Die Darstellung der überdimensionierten Fußballschuhe in Kombination mit der Abbildung von weltbekannten Fußballprofis und entsprechenden Begrifflichkeiten sei geeignet und bestimmt, das Interesse des Betrachters an den dargestellten Fußballschuhen zu



wecken. Es handle sich daher um eine Werbung für diese Schuhe. Die Werbung ist nach Auffassung des Gerichts auch irreführend, weil die Gesamtumstände der Werbung für die angesprochenen Verkehrskreise keinen anderen Schluss zulassen als den, dass die abgebildeten Spieler Nike-Schuhwerk tragen. Anders mache die Bezugnahme auf die Spieler keinen Sinn. Da diese Vorstellung im Hinblick auf die 9 fremdbeschuhten Spieler falsch sei, liege eine irreführende und daher wettbewerbswidrige Werbung vor.

Fazit

Der Streit ist lediglich exemplarisch für die ständig schwelenden Konflikte zwischen Team- oder Verbandssponsoren auf der einen und Individualsponsoren auf der anderen Seite. Das OLG Hamburg beweist Fingerspitzengefühl und führt einen meines Erachtens angemessenen Interessenausgleich herbei. Man darf allerdings vermuten, dass sich Nike des Problems bewusst war und das Risiko sehenden Auges zugunsten anderer Ziele eingegangen ist. Falls nicht, zeigt dies, wie unterschiedlich die mannigfaltigen Fallgestaltungen von den damit befassten Juristen beurteilt werden.