

MAXI-Schutz für MINI-Marke

Bekannte Marken genießen einen weiteren Schutz als Marken, die die Bekanntheitsschwelle nicht erreichen. Insbesondere sind diese vor einer unlauteren Rufausbeutung geschützt. Auch dieser Schutz ist nicht unbeschränkt, erstreckt sich aber auf Waren und Dienstleistungen, die den von der Marke beanspruchten nicht ähnlich sind, wenn der Verkehr aufgrund der Kennzeichnung davon ausgeht, diese stammen aus dem Hause des Markeninhabers. Wie weit der Schutz der Automarke MINI reicht, hatte jüngst das LG Hamburg zu entscheiden.



© Jan O'Hanlon - Fotolia.com

00000004

Das Fahrzeug "MINI" wird bereits seit 1959 gebaut. Der Hersteller verfügt über diverse Wort- und Bildmarken, die stets den in Großbuchstaben gehaltenen Bestandteil "MINI" aufweisen. Das Zeichen wurde erstmals 1971 aufgrund Verkehrsdurchsetzung eingetragen. Die Verkehrsdurchsetzung war erforderlich, weil der Begriff "Mini" originär als Größenangabe zu verstehen und daher nicht schutzfähig ist. Der Markeninhaber hat aber bereits 1971 nachgewiesen, dass das Zeichen "MINI" als Angabe der Herkunft der damit gekennzeichneten und beworbenen Kraftfahrzeuge verstanden wird. Diese - heute immer noch bestehende - Verkehrsdurchsetzung bedeutet zugleich eine Bekanntheit, die dem Zeichen einen über das normale Maß hinausgehenden Schutz vor Rufausbeutung, Rufschädigung und Verwässerung verschafft. Dies hat eine weitgehende Monopolisierung der Marke auch für andere Waren und Dienstleistungen zur Folge, als die, für die sie eingetragen ist.

Stein des Anstoßes waren diverse MINI-Motive, die ein Unternehmen auf einer On-Demand-Plattform für Bekleidung und Geschenkartikel angeboten hat. Den verschiedenen Motiven ist die herausgestellte Verwendung des Zeichens "MINI" gemeinsam. Der Markeninhaber sah hierin eine markenverletzende Verwendung seiner geschützten Zeichen, nämlich eine Rufausbeutung, und hat den Anbieter bzw. den Betreiber der Plattform auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Die Entscheidung des Gerichts

Das LG Hamburg hat das Vorliegen einer Rufausbeutung mit Urteil vom 19.12.2014 (Az. 315 O 261/13) bejaht und den Plattformbetreiber antragsgemäß verurteilt, das Zeichen "MINI" für Waren und Dienstleistungen zu benutzen, auch wenn diese denen unähnlich sind, für die die Marke eingetragen ist. Nach Auffassung des Gerichts nutzt der Anbieter der On-Demand-Waren die Unterscheidungskraft und Wertschätzung der bekannten Marke "MINI" ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise aus, weshalb eine Rufausbeutung vorliege. Im Besonderen wurde vom Gericht die markenmäßige Verwendung als Herkunftszeichen bejaht. Hiervon sei immer dann auszugehen, wenn der angesprochene Verkehr mit der Verwendung der Marke eine bestimmte Herkunftserwartung verbinde und deshalb davon ausgehe, dass die so gekennzeichneten Waren ihren Ursprung in ein und demselben Unternehmen haben oder jedenfalls unter der Kontrolle dieses Unternehmens stehen. Erforderlich sei dafür, dass die Aufmachung des Zeichens auf den betroffenen Waren den Eindruck aufkommen lassen, dass eine Verbindung zwischen diesen Waren und dem Markeninhaber besteht. Dann liege auch eine Rufausbeutung oder Rufbeeinträchtigung vor.

Diese Voraussetzungen hat das Gericht letztlich bejaht, da das Zeichen "MINI" blickfangmäßig in Großbuchstaben auf den Produkten angebracht wurde. Die Gesamtumstände der Verwendung des Zeichens ließen nach Auffassung des Gerichts keinen anderen Schluss zu als den, dass es sich um die Marke "MINI" und nicht um eine - wie auch immer geartete - beschreibende Verwendung des Wortes "mini" als Größenangabe handelt. Es genügt nach den Ausführungen des Gerichts zwar nicht, dass die Verwendung des Zeichens geeignet ist, durch bloße Assoziation an ein fremdes Kennzeichen Aufmerksamkeit zu erregen. Hier sei aber zu berücksichtigen, dass die Verkehrskreise an die Verwendung des Zeichens "MINI" im Zusammenhang mit Merchandising-Produkten gewöhnt sind und deshalb nicht nur an die Marke erinnert werden, sondern zugleich eine Herkunft aus dem Hause des Markeninhabers suggeriert wird. Dies begründe eine Rufausbeutung und damit eine Markenverletzung, weshalb der Anbieter der streitgegenständlichen Waren zur Unterlassung verpflichtet sei.

Fazit

Der Brustbereich eines T-Shirts oder Pullovers ist eigentlich kein Platz für eine markenmäßige Kennzeichnung. Hier finden sich primär ornamentale Gestaltungen, der Herkunftshinweis gehört auf das Etikett. Ausnahmen gelten, wenn dem Verkehr bekannt ist, dass der Markeninhaber sein Zeichen auch ornamental verwendet. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn schon die Marke für die betroffenen Waren und Dienstleistungen registriert ist, aber auch für andersartige Merchandising-Artikel. Dann ist nämlich zugleich von einem Herkunftshinweis auszugehen, was bei bekannten Marken nahezu immer der Fall sein dürfte. Es ist folglich keine gute Idee bekannte Marken ungefragt zur Veredelung eigener Produkte einzusetzen - auch dann nicht, wenn dies an Stellen erfolgt, an denen üblicherweise kein Herkunftshinweis vermutet wird. Der Weg von einer rein ornamentalen Markenverwendung zu einer rechtswidrigen Rufausbeutung ist jedenfalls nicht weit.