

Kein Nachahmungsschutz für Bonges

Soweit gegenständliche Produkte nicht in den Genuss eines Sonderrechtsschutzes kommen, z.B. weil ein Design oder Geschmacksmuster eingetragen ist, besteht der Grundsatz der Nachahmungsfreiheit. Diese wird unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten wiederum eingeschränkt, wenn die Produktnachahmung eine Täuschung über die Herkunft des Produkts oder eine Rufausbeutung bewirkt. Ob dies bei bestimmten Wasserpfeifen aus Glas, sogenannte "Bonges", der Fall ist, hatte das OLG Frankfurt/Main zu entscheiden.



© Ambrosia - Fotolia.com

8440790

Beide Kontrahenten vertreiben Wasserpfeifen aus Glas (Bonges), wobei einer für sich in Anspruch nimmt, über das Original zu verfügen. Dieses habe der Mitbewerber sowohl hinsichtlich der Form- als auch der Farbgebung systematisch nachgeahmt. Tatsächlich fanden sich diverse Merkmale auch bei dem nachgeahmten Produkt, weshalb es zu einer auf Unterlassung der Produktnachahmung gerichteten Klage kam. Diese hat das LG Frankfurt/Main zurückgewiesen, wogegen der unterlegene Hersteller des angeblichen Originals Berufung eingelegt hat.

Die Entscheidung des Gerichts

Das OLG Frankfurt/Main hat die Berufung mit Urteil vom 20.01.2015 (Az. 11 U 101/12) zurückgewiesen und damit die erstinstanzliche Entscheidung bestätigt. Nach Auffassung des Gerichts seien zwar mehrere Merkmale der Vorlage übernommen worden. Keines dieser Elemente sei jedoch allein oder in Kombination mit anderen prägend für die Bong-Modelle des Klägers. Die Merkmale fänden sich vielmehr in allen möglichen Kombinationen auch bei anderen Herstellern, sodass eine hinreichende Individualität und Eigenart nicht auszumachen sei. Eine Herkunftstäuschung sei überdies deshalb abzulehnen, weil die angeblichen Nachahmungen prominent mit dem Logo des Herstellers versehen sind. Dadurch sind Verwechslungen mit dem - ebenfalls gekennzeichneten - Produkt des Klägers und damit das Vorliegen einer unlauteren Produktnachahmung faktisch ausgeschlossen.

Fazit

Außerhalb des Sonderrechtsschutzes ist es aufgrund der grundsätzlichen Nachahmungsfreiheit schwer, einen ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz gegen eine Produktnachahmung zu generieren. Dieser besteht nämlich nicht schon dann, wenn eine Produktnachahmung festzustellen ist, sondern erfordert überdies das Bestehen einer gewissen Eigenart (Wiedererkennungseffekt) des Originals sowie das Vorliegen besonderer unlauterer Umstände. Nur wenn der Verkehr angesichts der Nachahmung davon ausgeht, diese stamme vom Hersteller des als solchen bekannten Originals oder es zu einer Ausnutzung des guten Rufs des Originals kommt, besteht auch ein Schutz vor der Produktnachahmung.