

## Die Goldbären - Lindt gewinnt gegen Haribo

**Ein jahrelanger Rechtsstreit zwischen den bekannten Süßwarenherstellern wurde heute entschieden. Im Ergebnis urteilte der Bundesgerichtshof, dass der Lindt-Teddy weiterhin goldig sein darf.**

Der Fruchtgummi-Riese Haribo vertreibt bekanntlich Gummibärchen in goldfarbenen Verpackungen unter der Bezeichnung "GOLDBÄREN" und ist Inhaber u.a. der eingetragenen Wortmarken "GOLDBÄREN", "Goldbär" und "Gold-Teddy" sowie der abstrakten Farbmarke "Gold". In einer Abbildung auf der Verpackung ist ein Bär mit roter Schleife zu sehen. Das Schweizer Unternehmen Lindt vertreibt – neben dem bekannten Schoko-Oster-Goldhasen – einen in Goldfolie eingewickelten und mit roter Schleife verzierten Schokoladen-Bär.

Haribo ist der Ansicht, die Ausgestaltung dieses "Lindt Teddys" stelle die bildliche Darstellung des Wortes "GOLDBÄR" dar und verletzte deshalb ihre Markenrechte sowie wettbewerbsrechtliche Vorschriften in Bezug auf die "Goldbärenfigur" sowie die "Goldbärenproduktform". Lindt wurde daher von Haribo auf Unterlassung, Auskunft, Schadensersatz und Vernichtung in Anspruch genommen.

Das Landgericht Köln hat Lindt zunächst antragsgemäß verurteilt, da es der Ansicht war, dass die angegriffenen Produktausstattungen die Unterscheidungskraft der bekannten Klagemarke "GOLDBÄREN" ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise beeinträchtigen.

Das OLG Köln hat die Klage hingegen abgewiesen und angenommen, die Bezeichnung "GOLDBÄR" stelle für den Verbraucher keine naheliegende Bezeichnung für das angegriffene Produkt dar. Allein die Form und Farbe der Ausstattungen des Produkts von Lindt rufe beim Publikum keine ungezwungene gedankliche Verknüpfung zu der bekannten Marke "GOLDBÄREN" hervor. Der Verkehr werde durch die auf den Produktausstattungen enthaltenen Wortbestandteile "Lindt" beziehungsweise "Lindt-Teddy" und die Einfügung in die Produktreihe mit dem "Goldhasen" vielmehr zwanglos auf das Unternehmen „Lindt“ hingewiesen. Mangels hinreichender Ähnlichkeit und Verwechslungsgefahr kämen auch auf den Gesichtspunkt eines wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutzes gestützte Ansprüche nicht in Betracht.

### Entscheidung des Gerichts

Mit Urteil vom 23.09.2015 – [Az. I ZR 105/14](#) hat der BGH nun entschieden, dass der Vertrieb einer in Goldfolie verpackten und mit einem roten Halsband versehenen Schokoladenfigur in Bärenform durch Lindt weder die Goldbären-Marken von Haribo verletzt noch eine unlautere Nachahmung ihrer Fruchtgummiprodukte darstellt. Für die Annahme einer Verwechslungsgefahr oder einer gedanklichen Verknüpfung fehlt es laut BGH an einer Ähnlichkeit der Haribo-Marken mit den Gestaltungen der Lindt-Bären. Maßgeblich ist bei einem Vergleich einer Wortmarke mit einer dreidimensionalen Produktgestaltung die Ähnlichkeit im Beudeutungsgehalt. Unbeachtlich bleibt hierbei die Form der Haribo-Gummibärchen. Käme

lediglich die Bezeichnung "Goldbären" oder "Goldbär" für das Lindt-Produkt in Betracht könnte eine ausreichende Ähnlichkeit und damit Verwechslungsgefahr gegeben sein. Hier kommen jedoch ebenso die naheliegenden Bezeichnungen der Lindt-Produkte als "Teddy", "Schokoladen-Bär" oder "Schokoladen-Teddy" in Betracht. Auf die Wortmarke "Gold-Teddy" kann sich Haribo nicht berufen, da es diese Marke erst nach Kenntnis der Vertriebsabsicht von Lindt eintragen ließ. Ebenfalls wurde eine unlautere Nachahmung der Haribo-Produkte verneint. Hierbei sind die Haribo-Gummibärchen und die Lindt-Schokoladenfiguren zu vergleichen. Eine ausreichende Ähnlichkeit liegt nicht vor.

## **Fazit**

Eine eingetragene Wortmarke schützt mitunter nicht vor Produktgestaltungen von Mitbewerbern, die der eigenen Produktgestaltung nahe kommen.