

Autohaus darf nicht mit Herstellerlogo werben

Ein Autohaus, das nicht Vertragshändler für bestimmte Automobilmarken ist, darf im Rahmen seines Geschäftsbetriebes nicht mit dem entsprechenden Herstellerlogo werben. Nach Auffassung des OLG Jena erweckt eine entsprechende Werbung - unabhängig von markenrechtlichen Fragen - den irreführenden Eindruck hinsichtlich des Bestehens der Vertragshändlereigenschaft.

Ein Autohaus, das Vertragshändler für die Marken "Mitsubishi" und "SsangYong", nicht aber für die Marke "HYUNDAI" war, hat an der Gebäudefassade auf dem Firmengelände sowie auf den Firmenbriefbögen umfassend für die Marke HYUNDAI geworben und das entsprechende Herstellerlogo verwendet, wenngleich farblich leicht abgewandelt. Darüber hinaus wurde auf einer Werbetafel mit dem Hinweis "HYUNDAI Spezialwerkstatt" geworben.

Die Wettbewerbszentrale sah in dieser Werbung eine Irreführung der Verbraucher und verlangte Unterlassung der Verwendung des Logos sowie des Schriftzugs. Das LG Mühlhausen (Urteil vom 18.06.2015 - HK O 98/14) teilte diese Auffassung nicht und hat die Klage abgewiesen. In der Berufungsinstanz hatte die Wettbewerbszentrale jedenfalls teilweise Erfolg.

Entscheidung des Gerichts - Herstellerlogo irreführend

Das OLG Jena hat mit Urteil vom 25.05.2016 - 2 U 514/15 ([Pressemitteilung vom 08.06.2016](#)) die Werbung an der Fassade des Autohauses sowie auf dem Firmengelände und den Briefbögen als irreführend untersagt.

Durch die Verwendung des vollständigen Markenlogos werde dem Publikum suggeriert, das Autohaus habe eine besondere vertragliche Verbindung zum Hersteller und sei dessen Vertragshändler. Damit seien die Grenzen der erlaubten, zurückhaltenden Benutzung des Markennamens überschritten. Leichte farbliche Abweichungen seien für den Verbraucher nicht maßgeblich. Die Verwendung des Hersteller-Logos "HYUNDAI" sei im vorliegenden Fall gerade deshalb zur Irrführung geeignet, weil an dem Betriebsgebäude auch mit anderen Marken geworben wurde, für die das Autohaus tatsächlich Vertragshändler sei.

Den Hinweis "HYUNDAI Spezialwerkstatt" hielt das Gericht hingegen für zulässig, da der Durchschnittsverbraucher hierbei nicht erwarte, der Autohändler sei in die Vertriebsorganisation von HYUNDAI eingebunden. Es werde lediglich angenommen, dass entsprechende Kenntnisse bei der Reparatur der genannten Fahrzeugtypen vorhanden seien, was aber im vorliegenden Fall zutreffend war.

Fazit

Die Nennung einer Marke im Rahmen von Verkaufsangeboten ist grundsätzlich nicht verboten.



Sofern aber das Herstellerlogo derart umfassend verwendet wird, wie beispielsweise Marken von Automobilherstellern, in deren Vertriebsorganisation der jeweilige Händler eingebunden ist, entsteht der irreführende Eindruck, dies sei auch bei dem beworbenen Hersteller der Fall. Insofern können neben Wettbewerbsverbänden auch Mitbewerber Unterlassung entsprechender Werbemaßnahmen verlangen.