

Zur Werbung mit dem Symbol ® ("R im Kreis")

Liegt eine wettbewerbswidrige Irreführung vor, wenn ein Wortzeichen mit einem R in einem Kreis versehen und damit geworben wird, obwohl tatsächlich keine Wort-, sondern eine Wort-/Bildmarke eingetragen ist? Damit beschäftigte sich das Oberlandesgericht Frankfurt a.M.



Die Antragsgegnerin verwendete in einem Amazon-Angebot für eine Sat-Anschlussdose die Bezeichnung "Marke1®". Sie verfügt jedoch über eine Wort-/Bildmarke mit den Wortbestandteilen "Marke1 Digital Technology". Der Schriftzug ist zweifarbig gestaltet. Der dazugehörige Bildbestandteil ist ein Halbmond.

Der Antragsteller machte einen Unterlassungsanspruch geltend. Er sah in der Werbung mit "Marke1®" eine wettbewerbswidrige Irreführung.

Das LG Frankfurt a.M. wies den Antrag ab. Die Beschwerde des Antragstellers hatte keinen Erfolg.

Die Entscheidung des Gerichts

Das OLG Frankfurt a.M. verwies darauf, dass grundsätzlich der Verkehr in die Irre geführt werde, wenn jemand ein Zeichen mit dem Zusatz ® verwendet ohne Inhaber dieser Marke oder einer Lizenz an dieser Marke zu sein. Lediglich geringfügige Abweichungen, die auch einer rechtserhaltenden Benutzung nicht entgegenstünden, sind insofern unschädlich.

Das Gericht bestätigte mit [Beschluss vom 17.08.2017 - Az. 6 W 67/17](#), dass die Verwendung der Bezeichnung "Marke1®" im Amazon-Angebot den kennzeichnenden Charakter der eingetragenen Marke nicht wesentlich verändere und schloss damit eine Irreführung aus.



Es sei anerkannt, dass die Weglassung von Bildbestandteilen für die rechtserhaltenden Benutzung unschädlich sei, soweit der selbständig kennzeichnende Wortbestandteil erhalten bleibe. Auch das Weglassen glatt beschreibender Wortbestandteile sei unschädlich. Das Gericht sah in der Bezeichnung "Marke1" den allein kennzeichnungskräftigen Bestandteil der Marke. Zu vernachlässigen sei der unauffällige Bildbestandteil und die zweifarbige Gestaltung des Wortes.

Fazit

Markeninhaber sollten das ®-Symbol nur für tatsächlich eingetragene Marken verwenden, es ist aber grundsätzlich auch bei lediglich geringfügig abweichenden Bezeichnungen, die den kennzeichnenden Charakter der Marke nicht verändern, keine irreführende Beanspruchung von Markenschutz.