

Zur Werbung mit "olympiaverdächtig" und "olympiareif"

Olympia ist nicht nur eines der größten Sport-Events, sondern auch ein durch das Olympia-Schutzgesetz gesetzlich geschützter Begriff. Ob und ggfs. wie man trotzdem mit den Begriffen „olympiaverdächtig“ oder „olympiareif“ werben darf, hat nun der Bundesgerichtshof geklärt.

Der Deutsche Olympische Sportbund mahnte einen Textilgroßhändler ab, der während der olympischen Spiele 2016 auf seiner Internetseite für Sportbekleidung mit den Begriffen "olympiaverdächtig" und "olympiareif" warb.

Der Textilgroßhändler gab darauf hin eine Unterlassungserklärung ab, die der Deutsche Olympische Sportbund annahm. Im Wege einer Klage machte der Deutsche Olympische Sportbund die Erstattung der Abmahnkosten geltend.

Der Deutsche Olympische Sportbund sieht einen Verstoß gegen das Olympia-Schutzgesetz. Das Landgericht Rostock gab ihm Recht und verurteilte den Textilgroßhändler antragsgemäß. Dieser hatte mit der Berufung Erfolg. Das OLG Rostock wies die Klage ab. Gegen dieses Urteil wandte sich wiederum der Deutsche Olympische Sportbund.

Die Entscheidung des BGH

Die Revision wurde vom BGH mit Urteil vom 07.03.2019 - Az. I ZR 225/17 ([Pressemitteilung des BGH](#)) zurückgewiesen und die Abweisung der Klage wurde bestätigt.

Der BGH sieht die Abmahnung des Deutschen Olympischen Sportbundes als unberechtigt an. Es liege keine unlautere Ausnutzung der Wertschätzung der Olympischen Spiele vor.

Die Richter in Karlsruhe begründeten dies wie folgt. Zwar seien mit der angegriffenen Werbung Sporttextilien beworben worden und damit Produkte, die eine sachliche Nähe zu den Olympischen Spielen aufweisen. Ein enger Bezug zu den Olympischen Spielen werde aber nicht allein dadurch hergestellt, dass Wörter wie "olympiareif" und "olympiaverdächtig" produktbezogen als Synonym für eine außergewöhnlich gute Leistung benutzt werden. Für dieses Ergebnis spreche auch § 4 Nr. 2 OlympSchG, der - unter dem Vorbehalt fehlender Unlauterkeit - ausdrücklich eine Benutzung der olympischen Bezeichnungen als Angabe über Merkmale oder Eigenschaften von Waren, Dienstleistungen oder Personen erlaube. Eine für ein unlauteres Ausnutzen der Wertschätzung ausreichende bildliche Bezugnahme auf die Olympischen Spiele fehle ebenfalls. Die in der angegriffenen Werbung abgebildete Medaille in der Hand eines Sportlers sei nicht per se ein olympisches Motiv. Diese Darstellung falle daher nicht in den Schutzbereich des Olympia-Schutzgesetzes.

Fazit

Bei der Verwendung olympischer Bezeichnungen ist Vorsicht geboten. Oft liegt ein Verstoß



gegen das OlympSchG vor und der Verstoß kann abgemahnt werden. Vor der Benutzung olympischer Bezeichnungen ist im konkreten Einzelfall die Einholung juristischen Rats empfehlenswert.