

Goldhasen: Es kann nur einen geben!

Ein großer Hersteller sog. Goldhasen (in Goldpapier eingewickelte Schokoladenhasen) ging gegen einen Mitbewerber vor, der seine Schokohasen in ähnlicher Weise verpackte. Das Landgericht München I hatte zu entscheiden, ob es nur einen Goldhasen geben kann.

Streit um Goldhasen

Die Klägerin ist seit Jahrzehnten als Hersteller von qualitativ hochwertiger Premiumschokolade bekannt. Sie vertrieb in der Vergangenheit sehr erfolgreich ihre „Goldhasen“. Die Goldhasen sind Schokoladenhasen, welche in goldene Folie eingewickelt sind. In Deutschland wird der Goldhase seit dem Jahre 1994 vertrieben. Der Goldhase der Klägerin ist der mit Abstand meistverkaufte Osterhase Deutschlands. In den letzten 30 Jahren wurden von dem Goldhasen alleine in Deutschland mehr als 500 Millionen Stück verkauft. Die Beklagte, auch eine Herstellerin von Schokoladenprodukten, bot in der Ostersaison 2018 u.a. ähnliche Goldhasen wie die der Klägerin an. Mit einer Abmahnung wies die Klägerin die Beklagte auf die aus ihrer Sicht bestehenden Rechte an dem goldenen Farbton hin. Die Beklagte wies jedoch sämtliche Ansprüche zurück. Daraufhin reichte die Klägerin Klage beim LG München I ein. Nach ihrer Auffassung verletze der Vertrieb der ähnlichen Schokohasen die Rechte an ihrer bekannten Farbmarke, sodass ihr ein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zustehe.

Die Entscheidung des Landgerichts zum Goldhasen

Das LG München I ([Urteil vom 15.10.2019, Az. 33 O 13884/18](#)) sprach der Klägerin den geltend gemachten Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte wegen Verwechslungsgefahr zu. Die Klägerin sei Inhaberin einer Benutzungsmarke in der Form einer konturlosen abstrakten Farbmarke. Die Beklagte habe den von der Klägerin geschützten Farbton markenmäßig für ihre eigenen Schokoladenhasen verwendet.

Wenn eine Farbe auf der Verpackung einer Ware verwendet werde, könne zwar nur ausnahmsweise angenommen werden, dass dies herkunftshinweisend geschehe. Denn Verbraucher seien es im Allgemeinen nicht gewöhnt, aus der Farbe von Waren oder ihrer Verpackung ohne Beifügung von grafischen oder Wortelementen auf die Herkunft der Waren zu schließen. Eine Farbe als solche werde nämlich grundsätzlich nicht als Mittel der Identifizierung verwendet. Eine solche Ausnahme setze daher voraus, dass die Farbe als solche im in einer Weise hervortritt, dass sie als Kennzeichnungsmittel verstanden wird.

Vorliegend haben die Richter festgestellt, dass die Farbe Gold auf der Verpackungsfolie der Schokoladenhasen der Klägerin als eigenständigen Herkunftshinweis aufgefasst werde. Durch jahrelange intensive Bewerbung und Benutzung hafte dem Goldton somit eine gesteigerte, hohe Kennzeichnungskraft an. Daraus folge, dass dem Durchschnittsverbraucher die Farbe „Gold“ durch Werbung usw. zum Inbegriff von Schokoladenhasen der Klägerin geworden sei.



Der Verkehr nehme daher den Goldton der Goldhasen der Klägerin nicht nur als dekoratives Element, sondern als selbständiges Kennzeichnungsmittel wahr. Im Ergebnis bejahte das LG München I eine Verwechslungsgefahr und sprach der Klägerin den Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zu.

Fazit

Auch Farben bzw. Farbkombination können markenrechtlich geschützt werden, wenn sie geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.