

!

## KOMMENTAR



**Dr. R. Fidelio  
Unger,  
Rechtsanwalt**

*„Auch andere renommierte Automarken betreiben kommerzielles Merchandising.“*

## Der Wert von Markenrechten

Der Hersteller einer bekannten Automarke (Adam Opel GmbH) soll den Vertrieb von Spielzeugmodellautos mit dem Markenzeichen des Opel-Blitzes am Kühlergrill durch Drittunternehmen nicht verbieten können (so der Bundesgerichtshof, Az.: I ZR 88/08, Urteil vom 14.01.2010; das „rundy Titelschutz Journal“ berichtete bereits in Ausgabe Nr. 3 / 21. Januar 2010, S.1). Auch die Instanzgerichte LG und OLG Hamburg sahen in der Spielzeugverwertung weder einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft des Modellautos noch gingen sie von wirtschaftlichen, insbesondere lizenzvertraglichen Beziehungen zwischen den Herstellern des Vorbilds und des Spielzeugmodells aus. Auch sei bei der auf Schadenersatz klagenden Adam Opel GmbH eine unzulässige Beeinträchtigung oder Ausnutzung des Rufs der für Kraftfahrzeuge bekannten Marke nicht gegeben. Wie einfältig! Man beachte: Die Klägerin hat ihre Marke auch für Spielzeuge eintragen lassen. Es handelt sich also bei der Anbringung des Opel-Blitz-Zeichens auf dem Spielzeugauto der Trittbrettfahrenden Beklagten um die Benutzung eines mit der Klage-marke identischen Zeichens für identische Waren (Spielzeug). Mit Sicherheit sieht der Käufer des funkgesteuerten Spielzeugmodellautos in der verkleinerten Nachbildung eines Opel Astra V8 Coupé mit Opel-Blitz einen Hinweis auf die Herkunft des Modellautos unmittelbar aus dem Unternehmensbereich der

Klägerin oder mittelbar auf der Grundlage eines Lizenzvertrags mit einer von der Klägerin berechtigten Firma.

Entsprechend betreiben auch andere renommierte Automarken kommerzielles Merchandising. Ausschließlich wegen der direkten Affinität des Modellautos zum Originalfahrzeug zeigt der Endverbraucher Kaufinteresse. Nach dem BGH-Urteil würde das wirtschaftliche Potenzial einer Marke in sein Gegenteil verkehrt, könnte jeder Dritte das konkrete Markenzeichen ungehindert für eigene wirtschaftliche Zwecke nutzen. Da sich die Verwertung des Spielzeugautos in seiner Maßstab getreuen Ausgestaltung an das betreffende Originalfahrzeug anhängt, sind auch die Parameter der ähnlichen Waren und der Branchennähe zu bejahen.

Unlauter werden Ruf und Namen der für Kraftfahrzeuge (Originalautos und Spielautos) eingetragenen Marke der Klägerin von der Beklagten ausgenutzt. Käme es dieser hierauf nicht an, hätte sie ein Spielzeugauto mit selbst entworfenem Design herstellen und vermarkten können. Wohlwissend traf die Beklagte eine solche Entscheidung nicht, da sie keinen Abnehmer für ihr Fantasiemodellauto gefunden hätte. Mit Spannung werden die im Druck noch nicht vorliegenden Entscheidungsgründe des Bundesgerichtshofs erwartet. Gut möglich, dass auch europäische Gerichte sich weiter mit dem Fall befassen werden. Es kann nicht sein, dass der Markenwert einer Weltfirma partiell usurpiert wird.

## IMPRESSUM

**Verlag**

rundy media GmbH  
Am Glockenturm 6  
63814 Mainaschaff  
Tel.: +49-(0) 6021 / 58 388-0  
Fax: -22 • ISDN: -77  
Email: info@rundy.de  
Gegründet 1975

**Herausgeber**

Tillmann Rudolf (till)  
tillmannrudolf@rundy.de  
Reginald Rudolf († 2008)

**Leitung Marketing**

Markus Blümel, -11  
marketing@rundy.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 17 vom 1.1.2010.

**Abo-Service**

Daniela Hock, -23  
aboservice@rundy.de

Abo-Preis (im Voraus zu zahlen): 20,- Euro/Monat (bei Abschluss eines Jahresabos; inkl. Versand, zzgl. MwSt.)  
rundy erscheint 14-täglich.

**Chefredakteur (vfdl)**

Tillmann Rudolf (till)  
tillmannrudolf@rundy.de

**Chef vom Dienst**

Daniela Hock (da), -23  
danielahock@rundy.de

**Redaktionsleitung**

Christian Schmidt (cs), -27  
christianschmidt@rundy.de

**Redaktion**

Nicole  
Lehmann-Pritsch (nil), -29  
nicolelehmann@rundy.de  
Lisa Warnecke (lwa), -31  
lisawarnecke@rundy.de  
Iris Keßler (ike), -21  
iriskessler@rundy.de  
Jens Kryzanowski (jk), -21  
jenskryzanowski@rundy.de  
Maria Franz (maf), -30  
mariafranz@rundy.de  
Tobias Rüter (tor), -20  
tobiasrueter@rundy.de

**Korrespondent Politik**

Tom Rohrböck  
tomrohrboeck@rundy.de

Für unverlangt eingesandtes Bild- und Textmaterial wird keine Haftung übernommen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Vervielfältigung, Speicherung und Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlages. Gerichtsstand ist Aschaffenburg.

**www.rundy.de**

## Bruce Springsteen – Tougher than the rest

**BUCHVERLOSUNG** In der vergangenen „rundy“-Ausgabe haben wir „Bruce Springsteen – Tougher than the rest“ vorgestellt. Bos-

worth Music hat uns drei Exemplare zur Verlosung zur Verfügung gestellt. Eine Mail mit dem Kennwort „Bruce Springsteen“ bis zum 4. Juni

an „[info@rundy.de](mailto:info@rundy.de)“ genügt, um das Buch zu gewinnen. Mitarbeiter sind ausgenommen, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.