

Hauptseminar: Recht für Sportökonomien

Leitung: Stephan Götze

***Thema:***

***Vermarktung von „Fan-Artikeln“***

Verfasser: Christopher Bodensohn (5. Fachsemester)

Studiengang: Sportökonomie

Vortragstermin: 19/20.01.01

# **Inhaltsverzeichnis**

- 1. *Einleitung***
- 2. *Darstellung des Sachverhalts***
- 3. *Erläuterung des rechtlichen Rahmens der Entscheidungen***
- 4. *Rechtsanwendung durch das Gericht***
- 5. *Zusammenfassung***

## **1. Einleitung:**

Verfolgt man das „Imperium“ Fußball-Bundesliga etwas genauer, so konnte man in den letzten Jahren feststellen, daß die Zeiten, in denen sich der Verkauf von Fan-Artikeln auf Trikots und Schildkappen beschränkte, längst vorbei sind. Durch allgegenwärtige Medienpräsenz wird der „Konsument“ Fan heute wesentlich häufiger und ausführlicher über die neuesten Entwicklungen „seines“ Vereins informiert als früher. Es gibt mittlerweile kaum noch einen Gebrauchsgegenstand, der nicht mit dem entsprechenden Vereinslogo zu erwerben ist. Bettwäsche, Zahnputzbecher und Handtücher sind nur einige Artikel, mit denen ein Fan sichtbar die Treue zu „seinem“ Verein symbolisieren kann. Der Bereich des Merchandising ist somit für viele Vereine in den letzten Jahren zu einer willkommenen Einnahmequelle in zweistelliger Millionenhöhe geworden. Fan-Artikel-Umsätze boomen wie nie zuvor und immer noch ist kein Ende der Fahnenstange in Sicht.

Dieser wirtschaftliche Faktor ist allerdings mit dem ständig wachsenden Problem der unlizenzierten Fan-Artikel-Vermarktung eng verbunden. Durch Kopieren bekannter Marken, Waren und Leistungen versuchen die Hersteller und Verteiler von unlizenzierten Fan-Artikeln, sich vom Kuchen eine dicke Scheibe abzuschneiden. Lizenzgebühren werden dafür ihrerseits nicht entrichtet, was die Angelegenheit für sie zu einem sehr lukrativen Geschäft werden läßt und den Vereinen entgangene Geldeinbußen in Millionenhöhe einbringt.

Diese Arbeit beschreibt einen gerichtlichen Sachverhalt zu dem oben beschriebenen Thema, erläutert anschließend den rechtlichen Rahmen der Entscheidungen und stellt zuletzt die Rechtsanwendung durch das Gericht heraus.

## **2. Darstellung des Sachverhalts:**

Dem vorliegenden Fall, der am 27.06.97 vor dem OLG in Köln verhandelt wurde, liegt folgender Sachverhalt zugrunde:

Die Klägerin läßt sog. „Mini-Dresse“ herstellen, auf denen sich Original-Embleme sowie die Namen der betreffenden Fußballvereine befinden. Die Vertreibung dieser Artikel wurde von diversen Drittunternehmen durchgeführt, welche ihrerseits mit den Fußballvereinen eine Lizenzvereinbarung hatten. Nach Ablauf einer solchen ging die Beklagte, eines dieser Drittunternehmen, welches für die Vermarktung des

Vereinslogos des VfB Stuttgart zuständig war, dazu über, ihrerseits einen Fan-Artikel zu vertreiben, der dem der Klägerin sehr ähnlich war. Diese sah darin einen eindeutigen Verstoß gegen das Gesetz des unlauteren Wettbewerbs (im folgenden UWG bezeichnet) im Sinne einer verbotenen Nachahmung der von ihr entworfenen Fußballdress und verklagte das Unternehmen unter dem Aspekt der vermeidbaren Herkunftstäuschung (§ 1 UWG).

Sie erwirkte vor Gericht eine einstweilige Verfügung gegen die Beklagte, welche dieser das Anbieten und Vertreiben dieser „Mini-Dresse“ untersagte. Außerdem beantragte sie sofortige Unterlassung des Vertriebs, Auskunft über Herstellung und Menge der erhaltenen „Mini-Dresse“ sowie Schadenersatz (vgl. SpuRt 1999, 69).

### **3. Erläuterung des rechtlichen Rahmens der Entscheidungen:**

Um den vorliegenden Sachverhalt juristisch beurteilen zu können, sind in erster Linie drei Gesetzestexte von großer Bedeutung:

1. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (im folgenden UWG bezeichnet),
2. Das Urheberrechtsschutzgesetz (im folgenden UrhG bezeichnet) und
3. Das Markenschutzgesetz (im folgenden MarkenG bezeichnet).

Zu 1:

Im ersten Gesetzestext UWG ist besonders der § 1 zu berücksichtigen, der folgendes beinhaltet: „Wer im geschäftlichen Verkehre zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“<sup>1</sup>

Das Gericht hat im folgenden zu prüfen, ob und inwieweit hier gegen dieses Gesetz verstoßen wurde und somit ein Schadenersatzanspruch seitens der Klägerin besteht.

Zu 2:

Aus dem UrhG sind in erster Linie die §§ 1, 2, 97 und 101 a zu erwähnen, die bei der Beurteilung des Sachverhalts Berücksichtigung finden sollten. Im § 1 ist zunächst festgelegt, wer überhaupt Urheberrechtsschutz genießt: „Die Urheber von Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst genießen für ihre Werke Schutz nach Maßgabe dieses Gesetzes.“<sup>2</sup>

Der § 2 beschreibt dann näher, was alles unter die Rubrik der in § 1 erwähnten „geschützten Werke“ einzuordnen ist. Hier ist für unseren Sachverhalt besonders der

---

<sup>1</sup> § 1 UWG

<sup>2</sup> § 1 UrhG

Abs. 1 Nr. 4 von Interesse, der folgendes besagt: „Zu den geschützten Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst gehören insbesondere: ...Werke der bildenden Künste einschließlich der Baukunst und der angewandten Kunst und Entwürfe solcher Werke.“<sup>3</sup>

Sollte das Gericht nun im vorliegenden Fall zu der Auffassung gelangen, daß die von der Klägerin hergestellten „Mini-Dresse“ dem unter in den §§ 1 und 2 angeführten Produktbereich zuzuordnen sein sollten, kann die Klägerin lt. § 97 Unterlassung und Schadenersatz verlangen sowie evtl. lt. § 101 a auf Auskunft hinsichtlich Dritter bestehen.

Der § 97 I des UrhG sagt nämlich folgendes aus: „Wer das Urheberrecht oder ein anderes nach diesem Gesetz geschütztes Recht widerrechtlich verletzt, kann vom Verletzten auf Beseitigung der Beeinträchtigung, bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung und, wenn dem Verletzter Vorsatz oder Nachlässigkeit zur Last fällt, auch auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“<sup>4</sup>

Sofern das Gericht also in der Vertreibung des nachgemachten Fan-Artikels durch das beklagte Unternehmen die Gefahr einer Wiederholung sieht und/oder diesem Unternehmen Vorsatz oder Fahrlässigkeit vorzuwerfen ist, findet dieser § 97 I Anwendung. Ob des Weiteren für die Klägerin Anspruch auf Auskunft hinsichtlich Dritter lt. § 101 a besteht, ist vom Gericht ebenfalls zu prüfen. Hier sind insbesondere Abs. 1 und 2 zu berücksichtigen, die folgendes besagen: „Wer im geschäftlichen Verkehr durch die Herstellung oder Verbreitung von Vervielfältigungsstücken das Urheberrecht oder ein anderes nach diesem Gesetz geschütztes Recht verletzt, kann vom Verletzten auf unverzügliche Auskunft über die Herkunft und den Vertriebsweg dieser Vervielfältigungsstücke in Anspruch genommen werden, es sei denn, daß dies im Einzelfall unverhältnismäßig ist.“<sup>5</sup>

„Der nach Absatz I zur Auskunft Verpflichtete hat Angaben zu machen über Namen und Anschrift des Herstellers, des Lieferanten und anderer Vorbesitzer der Vervielfältigungsstücke, des gewerblichen Abnehmers oder Auftraggebers, sowie über die Menge der hergestellten, ausgelieferten, erhaltenen und bestellten Vervielfältigungsstücke.“<sup>6</sup>

Ist nach Auffassung des Gerichts der Beklagten ein Schuldvergehen dieser in den letzten beiden Absätzen beschriebenen Art vorzuwerfen, ist diese zur Auskunft hinsichtlich Dritter gegenüber der Beklagten verpflichtet.

Zu 3:

Aus dem dritten Gesetzestext, dem MarkenG, sind zur Beurteilung des vorliegenden Sachverhalts für das Gericht besonders die §§ 3, 4, 14, 18 und 19 relevant. Im § 3 wird zunächst darüber Auskunft gegeben, was alles als Marke schutzfähig sein kann.

---

<sup>3</sup> § 2 I Nr.4 UrhG

<sup>4</sup> § 97 I UrhG

<sup>5</sup> § 101 a I UrhG

Darin heißt es: „Als Marken können alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen geschützt werden, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.“<sup>7</sup>

Hier ist für das Gericht nun zu klären, ob die von der Klägerin hergestellten Fan-Artikel unter diesen Paragraphen fallen, ihnen also somit wettbewerbsrechtliche Eigenart zukommt oder nicht. Wie dieser Markenschutz nun entsteht, wird im § 4 näher erläutert: „Der Markenschutz entsteht .... durch die Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr, soweit das Zeichen innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat, ...“<sup>8</sup> Erfüllt die Klägerin die unter § 4 beschriebenen Voraussetzungen zum Erwerb dieses Markenschutzes, so steht ihr diesbezüglich lt. §14 ein ausschließliches Recht zu.

Somit ist es Dritten untersagt, „... ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, ...“<sup>9</sup>

Des weiteren verbietet es Dritten, „unter dem Zeichen Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen.“<sup>10</sup>

Sollte das Gericht nun zu der Auffassung gelangen, daß der Beklagten diesbezüglich ein Verstoß gegen das MarkenG vorzuwerfen ist, kann sie von der Klägerin auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, sowie bei Vorsatz oder Fahrlässigkeit zum Schadenersatz verpflichtet werden.<sup>11</sup> Damit ist dem Schutz des Markenrechtinhabers aber noch nicht Genüge getan. In den §§ 18 und 19 des MarkenG werden diesem weitere Rechte eingeräumt, die dieser im Falle eines Verstoßes von Seiten der Beklagten in Anspruch nehmen kann. So steht dem Inhaber einer Marke oder einer geschäftlichen Bezeichnung nach § 18 beispielsweise das Recht zu, daß „die im Besitz oder Eigentum des Verletzers befindlich widerrechtlich gekennzeichneten Gegenstände vernichtet werden, es sei denn, daß der durch die Rechtsverletzung verursachte Zustand der Gegenstände auf andere Weise beseitigt werden kann und die Vernichtung für den Verletzer oder Eigentümer im Einzelfall unverhältnismäßig ist.“<sup>12</sup>

---

<sup>6</sup> § 101a II UrhG

<sup>7</sup> § 3 I MarkenG

<sup>8</sup> § 4 II MarkenG

<sup>9</sup> § 14 II Nr.5 MarkenG

<sup>10</sup> § 14 III Nr.5 MarkenG

<sup>11</sup> vgl. § 14 V+VI MarkenG

<sup>12</sup> § 18 I MarkenG

Außerdem kann er den Verletzer „auf unverzügliche Auskunft über die Herkunft und den Vertriebsweg der widerrechtlich gekennzeichneten Gegenstände in Anspruch nehmen ...“<sup>13</sup> sowie von diesem „Angaben über Namen und Anschrift des Herstellers, des Lieferanten und anderer Vorbesitzer, des gewerblichen Abnehmers oder Auftraggebers sowie über die Menge der hergestellten, ausgelieferten, erhaltenen und bestellten Gegenstände ...“<sup>14</sup> verlangen.

#### **4. Rechtsanwendung durch das Gericht:**

Für das Gericht waren zur Beurteilung des zugrundeliegenden Sachverhalts vornehmlich die in Unterpunkt 3 beschriebenen Paragraphen des UWG und des MarkenG von Bedeutung. Das UrhG konnte weitestgehend außer Acht gelassen werden, da erstens sich im Falle eines Verstoßes die Konsequenzen für den Verletzer mit den bei Verstoß gegen das MarkenG zu erwartenden Folgen decken (es besteht jeweils Unterlassungs-, Schadenersatz- und Auskunftsanspruch von Seiten des Klägers), und zweitens die von der Klägerin hergestellten Fan-Artikel eher dem § 3 des MarkenG als dem § 4 I Nr.4 des UrhG zuzuordnen sind.

Bei der Beurteilung, inwieweit diesen von der Klägerin hergestellten „Mini-Dressen“ eine wettbewerbsrechtliche Eigenart im Sinne des § 3 MarkenG zukommt, gelangte das Gericht durch einen eingehenden Vergleich zwischen Original und Miniaturausgabe zu folgendem Ergebnis: Dress-Unterschiede zeigen sich nicht nur in der Größe; die Miniaturausgabe weist eine Kombination von Merkmalen auf, die in ihrer Gesamtheit eine einprägsame Besonderheit zu vergleichbaren Konkurrenzprodukten darstellt. So ist z.B.

- der Kragen des „Mini-Dresses“ nicht aus der Schulterlinie hinausragend, sondern glatt abschließend in die Schulterlinie integriert,
- der Schulter-Ärmel-Schnitt des „Mini-Dresses“ wesentlich schmaler und runder (im Vergleich zum Original) ausgearbeitet, da es ja nicht von Menschen getragen wird,
- bei der Miniaturausgabe die Hose im Verhältnis zum Trikot viel zu groß. Ebenso ergeben sich disproportionale Abweichungen bei der sich durch die „Einkerbung“ im Schritt ergebenden Länge der Hosenbeine.

---

<sup>13</sup> § 19 I MarkenG

<sup>14</sup> § 19 II MarkenG

Diese formgebenden Gestaltungsmerkmale verleihen dem „Mini-Dress“ ein einzigartiges Erscheinungsbild, welches eine eindeutige Unterscheidung zu Vergleichsprodukten anderer Herkunft ermöglicht und so als Marke bzw. Zeichen im Sinne des § 3 MarkenG geschützt werden kann. Somit weist es auch wettbewerbsrechtliche Eigenart auf.

Dies trifft allerdings nicht auf die von dem beklagten Drittunternehmen hergestellten „Mini-Dresse“ zu. Bei einem Vergleich beider Miniaturausgaben stellte das Gericht eine weitgehende Übereinstimmung in Kragen- und Schulterpartie, sowie der seitlichen in Hüft- und Hosenbereich überleitenden Linienführung fest.

Leichte Unterschiede wiesen die Modelle lediglich im Proportionsverhältnis zwischen Ober- und Unterteil auf. Diese waren jedoch nur dann erkennbar, wenn beide Miniaturausgaben gegeneinandergehalten wurden. Insofern ist lt. Auffassung des Gerichts eine Verwechslungsgefahr eindeutig gegeben und somit ein Verstoß gegen den § 14 II Nr.5 des MarkenG seitens der Beklagten zutreffend. Daraus leiten sich nun sowohl der in § 18 MarkenG beschriebene Vernichtungsanspruch der widerrechtlich in Umlauf gebrachten Fan-Artikel des Drittunternehmens, sowie der in §19 MarkenG festgelegte Auskunftsanspruch über Namen, Herkunft etc. derselben ab, die im Gerichtsurteil auch Anwendung fanden.

Des Weiteren sahen es die Richter ebenfalls als eindeutig und erwiesen an, daß sich die Beklagte darüber hinaus des Verstoßes gegen den § 1 UWG schuldig gemacht hat. Ein Verstoß gegen die guten Sitten zu Wettbewerbszwecken ist hier im Sinne einer vermeidbaren Herkunftstäuschung gegeben. Das „Mini-Dress“ des Drittunternehmens ähnelt in sämtlichen Merkmalen, die die wettbewerbsrechtliche Eigenart der von der Klägerin verkauften Miniaturausgaben ausmachen, so sehr, daß die Gefahr von Verwechslungen über die betriebliche Herkunft für den Verbraucher eindeutig gegeben ist. Diese hätte jedoch lt. Auffassung des Gerichts durch eine dem Unternehmen zumutbare Weiterverarbeitung bzw. Abwandlung der relevanten Details erheblich verringert werden können, so daß eine klare Abgrenzung bzw. Unterscheidungsmöglichkeit von Seiten der Verbraucher gewährleistet worden wäre. In diesem schuldhaften Verstoß gegen den § 1 UWG liegen so die durch das Gericht zu Recht ausgesprochene Unterlassungspflicht sowie die Schadenersatzpflicht begründet. Die Beklagte hat damit also die Herstellung und den Vertrieb ihrer nachgemachten Fan-Artikel unverzüglich einzustellen und den der Klägerin durch schuldhaftes Handeln entstandenen Schaden ordnungsgemäß zu ersetzen. Ob

dieser nun durch eine einmalige Geldzahlung von Seiten des Unternehmens an die Klägerin beseitigt wird, oder ob darüber hinaus noch andere Maßnahmen ergriffen werden müssen, die zu einer angemessenen Entschädigung führen, darüber wird im vorliegenden Urteil keine Auskunft gegeben. Fest steht nur, daß die Klägerin vor dem „Kollisionszeitpunkt“ Umsatzzahlen von bis zu 90.000 Stück verkaufter Fan-Artikel pro Jahr zu verzeichnen hatte (durch von ihr vorgelegte Auflistungen) und daß diese Menge auf ein gewisses Image bzw. einen gewissen Bekanntheitsgrad dieser „Fußball-Mini-Dresse“ in Verkehrskreisen schließen lassen. Durch das schuldhafte Vergehen seitens der Beklagten könnte der Klägerin auch ein Schaden in dieser Hinsicht entstanden sein. Auch dieser Umstand müßte bei der Festlegung der endgültigen Schadenersatzhöhe durch das Gericht berücksichtigt werden.

Abschließend läßt sich zusammenfassend sagen, daß dem beklagten Drittunternehmen sowohl ein Verstoß gegen den § 1 UWG als auch gegen den § 14 MarkenG nachzuweisen waren, und daß dadurch zu Recht eine gerichtliche Verurteilung in folgenden Punkten erfolgte:

1. Unterlassung und Einstellung des Vertriebs der nachgemachten Fan-Artikel
  2. Pflicht zur unverzüglichen Auskunftserteilung über Namen, Herkunft etc. der widerrechtlich vertriebenen „Mini-Dresse“
  3. Pflicht zum angemessenen Ersatz des der Klägerin entstandenen Schadens
- Allerdings verzichtet die Klägerin auf den ihr lt. § 18 MarkenG zustehenden Vernichtungsanspruch. Diesen hätte sie aufgrund des Verstoßes gegen § 14 MarkenG seitens der Beklagten zusätzlich in Anspruch nehmen können.

## **5. Zusammenfassung:**

Am 27.06.97 wurde vor dem OLG in Köln folgender Sachverhalt verhandelt:

Die Klägerin ließ sog. „Fußball-Mini-Dresse“ herstellen, auf denen sich die Original-Embleme und die Namen der entsprechenden Vereine befanden. Diese wurden durch Drittunternehmen weiter vertrieben, die ihrerseits Lizenzvereinbarungen mit den Fußballvereinen hatten. Nach Ablauf einer solchen ging eines dieser Drittunternehmen, die Beklagte, dazu über, selbst ein dem Fan-Artikel der Klägerin sehr ähnliches Produkt herzustellen und zu vermarkten. Die Klägerin sah darin einen klaren Verstoß gegen den § 1 UWG im Sinne einer unlauteren Nachahmung der von ihr entworfenen Kollektion und verklagte das Drittunternehmen auf sofortige

Unterlassung des Vertriebs, unverzügliche Auskunft über Namen und Herkunft der widerrechtlich in Umlauf gebrachten Produkte sowie auf Schadenersatz. Nach eingehender Prüfung des Sachverhalts durch Vergleich der beiden Miniaturausgaben untereinander und mit dem Original gelangte das Gericht zu der Auffassung, daß das Produkt der Klägerin durch eine individuelle Kombination an Gestaltungselementen ein einzigartiges, sich von vergleichbaren Konkurrenzprodukten leicht unterscheidbares, Erscheinungsbild aufweist, was ihm lt. § 3 MarkenG wettbewerbsrechtliche Eigenart zukommen läßt. Gleiches ließ sich aber für den vertriebenen Fan-Artikel des Drittunternehmens nicht sagen, welcher in nahezu allen relevanten Details mit dem Produkt der Klägerin übereinstimmt. Diese unlautere Nachahmung stellt einen klaren Verstoß gegen den § 14 MarkenG dar, worin sich zunächst der Auskunftsanspruch der Klägerin begründet. Das Gericht sah aber durch das Verhalten des Drittunternehmens ebenfalls den §1 UWG verletzt, in dem diesem untersagt wird, zu Wettbewerbszwecken gegen die guten Sitten zu verstoßen. Eine vermeidbare Herkunftstäuschung, wie die Richter das Handeln der Beklagten werteten, fällt unter diesen Aspekt. Dem Unternehmen konnte hier eine schuldhaft und bewußt herbeigeführte Verwechslungsgefahr über die Herkunft der Fan-Artikel durch die Verbraucher nachgewiesen werden. Lt. Auffassung des Gerichts hätte durch zumutbare Abänderungen dieses Risiko entscheidend verringert werden können. In diesem Verstoß gegen den § 1 UWG begründen sich sowohl der Anspruch auf Unterlassung und Vertrieb der nachgeahmten „Mini-Dresse“ als auch der Anspruch auf angemessenen Schadenersatz seitens der Klägerin.

### **Literaturverzeichnis:**

WEBER, B.: Probleme unlizensierter Fan-Artikel im Sport – ein neues Phänomen der Produktpiraterie. In: SpuRt 1996, 83-86

Zeitschrift „Sport und Recht“: SPuRt 1999, 69-72

Zeitschrift „Sport und Recht“: SpuRt 1999, 233-235

## **Internetquellen:** (Stand: 20.12.00)

<http://transparent.com/gesetze/uwg.html>

<http://transparent.com/gesetze/urhg1.html#1>

<http://transparent.com/gesetze/urgh1.html#2>

<http://transparent.com/gesetze/urgh4.html#97>

<http://transparent.com/gesetze/urgh4.html#101a>

<http://transparent.com/gesetze/demgt2.html#3>

<http://transparent.com/gesetze/demgt3.html#4>

<http://transparent.com/gesetze/demgt2.html#14>

<http://transparent.com/gesetze/demgt2.html#18>

<http://transparent.com/gesetze/demgt2.html#19>

## **Thesenpapier**

Thema: „Vermarktung von Fan-Artikeln“

### **Einleitung:**

Der Bereich der Fan-Artikel-Vermarktung ist mittlerweile für die großen Fußballvereine der heutigen Zeit zu einem überaus lukrativen Geschäft geworden. Dieser Umstand ruft aber leider immer mehr Hersteller und Unternehmen auf den Plan, durch Kopieren bekannten Marken oder Zeichen ohne die Entrichtung von Lizenzgebühren sich vom großen Kuchen eine Scheibe abzuschneiden, indem sie ihre eigenen Produkte zum wirtschaftlichen Schaden der Vereine vermarkten und in Umlauf bringen.

### **Sachverhalt:**

- Klägerin läßt sog. „Fußball-Mini-Dresse“ mit aufgedruckten Vereinsnamen und Vereinslogo herstellen und vermarktet diese durch Drittunternehmen
- Die Beklagte, eines dieser Drittunternehmen, bringt ihrerseits einen dem Produkt der Klägerin sehr ähnlichen Fan-Artikel zu Wettbewerbszwecken auf den Markt

- Aus Sicht der Klägerin klarer Verstoß gegen §1 UWG und deswegen Klage auf sofortige Unterlassung des Vertriebs, Auskunft über Herstellung des Produkts und Schadenersatz

### **Gerichtliche Beschlüsse:**

- Aufgrund der lt. §3 Abs.1 MarkenG „Als Marken geschützt werden können alle Zeichen, insbesondere Wörter, Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form eine Ware oder ihrer Verpackung, sowie sonstige Aufmachungen, Farbe und Farbzusammenstellungen, die geeignet sind, Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.“ **nachgewiesenen wettbewerbsrechtlichen Eigenart des Produktes der Klägerin Verstoß des Drittunternehmens gegen §14 Abs.2 Nr.5 MarkenG:** „ ... ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird...“
  - ⇒ in diesem Verstoß begründet sich der in **§19 MarkenG** beschriebene **Auskunftsanspruch** der Klägerin über Herkunft, Vertriebsweg usw. der widerrechtlich in Umlauf gebrachten Produkte der Beklagten.
- Ebenso Verstoß der Beklagten gegen §1 UWG: „Wer geschäftlichen Verkehre zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“ im Sinne einer vermeidbaren Herkunftstäuschung.
  - ⇒ aus diesem Verstoß leiten sich die bereits in diesem Paragraphen angesprochenen Ansprüche der Klägerin auf sofortige **Unterlassung** des Vertriebs und **Schadenersatz** ab.