

„Olympia-Special“ eines Fitnessstudios verstößt nicht gegen das Olympiaschutzgesetz

Oberlandesgericht Frankfurt a. M.

Pressemitteilung Nr. 53/2018 vom 12.11.2018 zum Urteil

Az.: 6 U 122/17

Der klagende Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) wendet sich gegen Werbung der Beklagten, die bundesweit zahlreiche Fitnessstudios betreibt. Anlässlich der Olympischen Spiele in Rio de Janeiro hatte die Beklagte eine Rabattaktion mit den Slogans „Olympia Special“, „wir holen Olympia in den Club“ und „Training bei (Name der Beklagten) wird olympisch“ beworben. Der Kläger nimmt die Beklagte auf Unterlassen der Verwendung dieser Anpreisungen in Anspruch. Er ist der Ansicht, dass die Werbung gegen das Olympiamarkenschutzgesetz (OlympSchG) verstoße.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die hiergegen gerichtete Berufung hat auch vor dem OLG keinen Erfolg. Es liege kein Verstoß gegen das OlympSchG vor.

Es bestehe zum einen keine (auch nur mittelbare) Verwechslungsgefahr zwischen den in der angegriffenen Werbung verwendeten Begriffen und den nach dem OlympSchG geschützten Bezeichnungen „Olympia“ und „olympisch“. Der „verständige Durchschnittsverbraucher“ könne der beworbenen Rabattaktion keine ausreichenden Anhaltspunkte dafür entnehmen, dass die Beklagte „etwa einer der Sponsoren der Olympischen Spiele sei oder sonst geschäftliche Beziehungen mit den Veranstaltern der Spiele unterhalte.“ Zwar könne ein gewisser Anhaltspunkt

hierfür darin liegen, dass der Begriff „Olympia Special“ blickfangartig in einer grafischen Gestaltung verwendet werde, die an ein Logo erinnere, wie es der Art nach auch von Sponsoren der Olympischen Spiele häufig benutzt werde. Dies genüge jedoch nicht für eine Verwechslung, da in derartigen Fällen – wie der Verkehr aus eigener Erfahrung auch wisse – die Sponsorstellung des werbenden Unternehmens durch entsprechende Hinweise deutlich herausgestellt werde. Hieran fehle es vorliegend. Das OLG könne die „maßgebliche Verkehrsauffassung“ auch aus eigener Sachkunde beurteilen, da es selbst zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehöre.

Die Werbung stelle zum anderen auch keine unlautere Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Wertschätzung der Olympischen Spiele oder der Olympischen Bewegung dar. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs sei dabei zwischen einer „zulässigen bloß assoziativen Bezugnahme („Olympia-Rabatt“ und „Olympische Preise“) und dem unlauteren Imagetransfer zu differenzieren“. Die rein zeitliche Bezugnahme auf parallel stattfindende Olympische Spiele sowie die Verwendung eines nach dem OlympSchG geschützten Begriffes als Synonym für eine außergewöhnlich gute Leistung seien unbedenklich. Ein unlauterer Imagestransfer liege erst bei Angaben vor, in denen der Verkehr eine „unmittelbare Übertragung der besonderen Wertschätzung der Olympischen Spiele oder der Olympischen Bewegung auf die beworbene Ware oder Dienstleistung“ sehe. Die Werbung müsse dahin verstanden werden, dass das Produkt qualitativ mit den Olympischen Spielen vergleichbar sei, also bildlich gesprochen

„Olympia-Qualität“ habe. Die sei hier nicht der Fall. Die Angabe „Olympia Special“ stelle allein den zeitlichen Bezug zu den parallel stattfindenden Spielen blickfangmäßig heraus. Was mit den weiteren Aussagen „wir holen Olympia in den Club“ und „Training bei... wird olympisch“ zum Ausdruck gebracht werden solle, sei für den Werbeadressaten „nicht ohne weiteres erkennbar“. Deutlich sei jedoch, dass die Beklagte die Bedingungen der Rabattgewährung lediglich mit den bei den

Olympischen Spielen verwendeten Begriffen umschreibe. So werde etwa die für die Rabattgewährung maßgebliche Zahl der Trainingsbesuche in „Medaillen“ gemessen und ein persönlicher „Medaillenspiegel“ in Aussicht gestellt. Dies sei eine zulässige spielerische Übertragung der nach dem Olympiaschutzgesetz geschützten Begriffe auf die Darstellung der Rabattbedingungen. Eine Qualitätsbehauptung als Grundlage für einen unzulässigen Imagetransfer könne den Angaben dagegen nicht entnommen werden.

Vorinstanz: Urteil des LG Frankfurt a.M. vom 14.05.2017, A.:
2-6 0 399/16