

Werbung für Sportbekleidung als „olympiaverdächtig“ oder „olympiareif“ zulässig

Bundesgerichtshof

Pressemitteilung Nr. 28/2019 zum Urteil vom 07.03.2019

Az.: I ZR 225/17

Der unter anderem für den Gewerblichen Rechtsschutz zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass die Verwendung der Bezeichnungen „olympiaverdächtig“ und „olympiareif“ im geschäftlichen Verkehr für die Bewerbung von Sporttextilien als solche nicht gegen das Olympia-Schutzgesetz verstößt.

Der Kläger ist der Deutsche Olympische Sportbund. Die Beklagte betreibt einen Textilgroßhandel. Während der olympischen Spiele 2016 warb sie auf ihrer Internetseite für Sportbekleidung mit den Aussagen „olympiaverdächtig“ und „olympiareif“.

Der Kläger sieht darin einen Verstoß gegen das Olympia-Schutzgesetz, das die olympischen Bezeichnungen (§ 1 Abs. 1 und 3 OlympSchG) gegen bestimmte Verwendungen durch Dritte schützt. Nach Abmahnung durch den Kläger gab die Beklagte eine Unterlassungserklärung ab, die der Kläger annahm. Mit der vorliegenden Klage verlangt er von der Beklagten die Erstattung der Abmahnkosten.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Die dagegen gerichtete Berufung der Beklagten hatte Erfolg und führte zur Abweisung der Klage. Das Berufungsgericht hat angenommen, die angegriffene Werbung verstoße nicht gegen § 3

Abs. 2 Nr. 2 OlympSchG, weil die Werbung mit „olympiaverdächtiger“ oder „olympiareifer“ Sportbekleidung nicht geeignet sei, die Gefahr unmittelbarer Verwechslungen mit den vom Kläger oder dem Internationalen Olympischen Komitee erbrachten Dienstleistungen oder vertriebenen Produkten hervorzurufen. Die Werbung stelle auch kein unlauteres Ausnutzen der Wertschätzung der Olympischen Spiele dar. Dem Kläger habe daher kein Unterlassungsanspruch nach § 5 Abs. 1 OlympSchG zugestanden, so dass er auch keine Erstattung von Abmahnkosten verlangen könne.

Der Bundesgerichtshof hat die dagegen gerichtete Revision des Klägers zurückgewiesen und die Abweisung der Zahlungsklage bestätigt.

Die Abmahnung des Klägers war unberechtigt, da die Voraussetzungen eines Ausnutzens der Wertschätzung der olympischen Bezeichnungen im Sinne des § 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 Fall 2 in Verbindung mit Satz 2 OlympSchG nicht vorlagen. Eine unlautere Ausnutzung der Wertschätzung der Olympischen Spiele liegt nicht schon in jeder Verwendung, die eine Optimierung der kommerziellen Verwertung der olympischen Bezeichnungen durch die Schutzrechtsinhaber beeinträchtigen kann. Die Grenze zur unlauteren Ausnutzung wird allerdings überschritten, wenn durch eine enge Bezugnahme auf die Olympischen Spiele deren Wertschätzung für die Bewerbung von Produkten und ihren Eigenschaften in einer Weise ausgenutzt wird, wie sie nur einem offiziellen Sponsor zusteht oder etwa einem Sportartikelhersteller, der zwar nicht Sponsor ist, dessen Produkte jedoch von Athleten bei den Olympischen Spielen verwendet werden. Ein solcher enger Bezug zu den Olympischen Spielen kann etwa dann vorliegen, wenn für Produkte, die eine sachliche Nähe zu den Olympischen Spielen oder der Olympischen Bewegung aufweisen, nicht nur mit Bezeichnungen geworben wird, die den olympischen Bezeichnungen ähnlich sind, sondern darüber hinaus ausdrücklich in Wort oder Bild auf die Olympischen Spiele oder die Olympische Bewegung hingewiesen

wird.

Zwar hat die Beklagte mit der angegriffenen Werbung Sporttextilien beworben und damit Produkte, die eine sachliche Nähe zu den Olympischen Spielen aufweisen. Ein enger Bezug zu den Olympischen Spielen wird aber nicht allein dadurch hergestellt, dass Wörter wie „olympiareif“ und „olympiaverdächtig“ produktbezogen als Synonym für eine außergewöhnlich gute Leistung benutzt werden. Für dieses Ergebnis spricht 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 erlaubt. Eine für ein unlauteres Ausnutzen der Wertschätzung ausreichende bildliche Bezugnahme auf die Olympischen Spiele fehlt ebenfalls. Die in der angegriffenen Werbung abgebildete Medaille in der Hand eines Sportlers ist nicht per se ein olympisches Motiv. Diese Darstellung fällt daher nicht in den Schutzbereich des Olympia-Schutzgesetzes.

Vorinstanzen:

LG Rostock – Urteil vom 21. Juli 2017 – 3 O 911/16

OLG Rostock – Urteil vom 13. Dezember 2017 – 2 U 21/17

Die maßgeblichen Vorschriften lauten:

§ 1 Abs. 1 und 3 OlympSchG:

(1) Gegenstand dieses Gesetzes ist der Schutz des olympischen Emblems und der olympischen Bezeichnungen.

(3) Die olympischen Bezeichnungen sind die Wörter „Olympiade“, „Olympia“, „olympisch“, alle diese Wörter allein oder in Zusammensetzung sowie die entsprechenden Wörter oder Wortgruppen in einer anderen Sprache.

§ 3 Abs. 2 OlympSchG:

(2) Dritten ist es untersagt, ohne Zustimmung der Inhaber des Schutzrechts im geschäftlichen Verkehr die olympischen Bezeichnungen

1. zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen,
2. in der Werbung für Waren oder Dienstleistungen oder
3. als Firma, Geschäftsbezeichnung oder zur Bezeichnung einer gewerbsmäßigen Veranstaltung

zu verwenden, wenn hierdurch die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Bezeichnung mit den Olympischen Spielen oder der Olympischen Bewegung gedanklich in Verbindung gebracht wird oder wenn hierdurch die Wertschätzung der Olympischen Spiele oder der Olympischen Bewegung ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausgenutzt oder beeinträchtigt wird. Satz 1 findet entsprechende Anwendung für Bezeichnungen, die den in § 1 Abs. 3 genannten ähnlich sind.

§ 5 Abs. 1 OlympSchG:

(1) Wer das olympische Emblem oder die olympischen Bezeichnungen entgegen § 3 benutzt, kann von dem Nationalen Olympischen Komitee für Deutschland oder dem Internationalen Olympischen Komitee auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

§ 4 OlympSchG:

Die Inhaber des Schutzrechts haben nicht das Recht, einem Dritten zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr

1. dessen Namen oder Anschrift zu benutzen oder
2. die olympischen Bezeichnungen oder ähnliche Bezeichnungen als Angabe über Merkmale oder Eigenschaften von Waren, Dienstleistungen oder Personen zu benutzen,

sofern die Benutzung nicht unlauter ist.