

Markenschutz

Farblehre mal anders

Das Landgericht Düsseldorf hatte einen skurrilen Fall zu entscheiden: Wann darf ein Bus pink sein? Die Telekom und Pinkbus sind in bester Gesellschaft, denn über Farbmarken wird seit etwa 20 Jahren vor Gerichten gestritten.

Von GEORG JACOBS



© dpa

Pinkbus muss seine Busse farblich umgestalten, weil ihr bisheriger Farbton zu sehr dem Magenta der Deutschen Telekom ähnelte.

Im Jahr 1810 hat Goethe sein Werk zur Farbenlehre veröffentlicht. Seine Forschungen und Erkenntnisse zur Farbenlehre schätzte er selbst höher als sein literarisches Schaffen ein. Heute spielen Farben im Markenrecht eine immer größer werdende Rolle. Farbmarken sind Marken, die nur aus einer abstrakt benannten Farbe ohne die Angabe von Konturen bestehen. Goethes Farbenlehre würde daher heute wohl auch ein Kapitel zu Farbmarken enthalten.

Dabei würde Goethe, der ursprünglich Jura studiert hatte, wahrscheinlich auch Rechtsstreite in Zusammenhang mit Farbmarken wiedergeben. Sie nehmen seit Jahren zu. Zuletzt sorgte etwa ein Verfahren vor dem Landgericht Düsseldorf für Schlagzeilen. Die Deutsche Telekom wollte aus ihrer Farbmarke Magenta heraus dem Busunternehmen Pinkbus verbieten, seine Busse pink zu gestalten.

Streit seit 20 Jahren

Es gibt inzwischen eine ganze Reihe von Farbmarken – etwa Rot für Bankdienstleistungen, Gelb für Wörterbücher, Grün für Landmaschinen oder eben Magenta für Telekommunikationsdienstleistungen. Die Telekom und Pinkbus sind in bester Gesellschaft, denn über Farbmarken wird seit etwa 20 Jahren vor deutschen und

europäischen Gerichten gestritten. Da Inhaber von Farbmarken nach deren grundsätzlicher Anerkennung nun vermehrt versuchen, die Reichweite zu erweitern, wird sich das in absehbarer Zeit auch nicht ändern.

Gleichwohl scheint ein solches Vorgehen der Markeninhaber über die Grundidee von Farbmarken hinauszugehen. Konturlose Farben sollten unter hohen Voraussetzungen eng abgegrenzt zwar geschützt werden, aber nur auf dem jeweils eng abgegrenzten Markt. Dem Konzept der Farbmarke lag und liegt immer eine Abwägung der beteiligten Interessen zugrunde. Dem Interesse eines Unternehmens, seine Farbe prominent einzusetzen, stehen sowohl die Interessen anderer Unternehmen als auch das Verständnis der Kunden gegenüber. Es besteht schließlich ein allgemeines Interesse anderer Unternehmen daran, dass sie weitgehend frei über Farben verfügen können. Zudem sind Kunden kaum an die Benutzung von Farben als Marken gewöhnt.

Aus der Gemengelage der Interessen schlossen die Gerichte bislang, dass konturlose Farben nur unter klar definierten Voraussetzungen und in begrenztem Umfang geschützt werden können – etwa, wenn Kunden oder Käufer die Farbe eines Produktes ausnahmsweise nicht als rein dekorativ, technisch bedingt, zweckmäßig oder beschreibend verstehen, können Farben auf einem engen und abgegrenzten Markt als Marken geschützt werden. Unter hohen Voraussetzungen kann man also den engen Schutz einer Farbe erreichen. Dadurch bleiben Farben für andere Marktteilnehmer frei, die nicht unmittelbare Wettbewerber sind.

Systemfremd?

Blickt man von diesem Ausgangspunkt auf das Verfahren am Landgericht Düsseldorf, wirkt die Argumentation der Deutschen Telekom systemfremd: Wenn man einen pinken Bus sehe, verbinde man das ebenso mit der Deutschen Telekom, als stände der Name des Unternehmens auf dem Bus. In der ersten Instanz hatte die Deutsche Telekom Erfolg. Pinkbus entschied sich – sicherlich auch angesichts unterschiedlicher Kriegskassen und der Prozesskostenrisiken – gegen eine Berufung und für Umlackierungen.

Es scheint dem bisherigen Grundsatz bei Farbmarken zu widersprechen, wenn ein Unternehmen der Telekommunikationsbranche einem Busunternehmen die Benutzung einer Farbe verbieten will. Dies gilt erst recht, wenn es vor Gericht obsiegt und das Busunternehmen aus welchen Gründen auch immer nachgibt. Sowohl Unternehmen mit Interesse an Farbmarken als auch solche, die ähnliche Farben einsetzen, sollten diese rechtliche Entwicklung im Blick haben. Die Farbmarkenlehre der vergangenen zwanzig Jahre ist und bleibt in Bewegung.

Der Autor Georg Jacobs ist Partner der Kanzlei Heuking Kühn Lüer Wojtek.

Quelle: F.A.Z.