

Wenn Kreativität zum Kosten-Gau wird

Mit einer vermeintlich guten Werbe-Idee handelt sich Thomas Nähler einen langwierigen Rechtsstreit ein / Finanzielle Konsequenzen noch nicht absehbar

■ AHGZ, 19.8.06

KASSEL Die Idee zu einem neuen Menü wurde für den Kasseler Gastronomen Thomas Nähler zu einer teuren Angelegenheit. Unwissend tappte er Anfang des Jahres in eine Marken-Falle, für die er mittlerweile rund 22.000 Euro zahlen muss. Die Crux an der Geschichte: Er hatte keine Chance, sich dagegen zu wehren.

„Ich bin immer noch völlig schockiert und kann das alles gar nicht glauben“, erzählt er. Seine Idee, kleine portionierte Antipasti-Häppchen in vier, sechs und neun Speisenfolgen anzubieten, umschrieb er in der Werbung mit „Degustini-Menü“, weil der Name gebräuchlich für diese Vorspeisen sei. Bedacht hatte er damals jedoch nicht, dass das Münchner Weinrestaurant Degustini Inhaber der Marke „Degustini“ ist und diesen Namen beim Deutschen Marken- und Patentamt Mitte 2004 angemeldet hatte.

„Am 3. März wurde Thomas Nähler wegen unlauteren Wettbewerbs abgemahnt und aufgefordert eine strafbewehrte Unterlassungsverpflichtungserklärung zu unterzeichnen. In dieser sollte er sich verpflichten, die Bezeichnung Degustini nicht mehr zu benutzen und darüber hinaus für jeden Fall der Zuwiderhandlung eine Vertragsstrafe in Höhe von 6000 Euro zu zahlen. Hinzu kam die Verpflichtung, die Rechtsanwalts- und Patentanwaltskosten auf der Grundlage eines angemessenen Gegenstandswerts von 250.000 Euro zu übernehmen“, so Rechtsanwalt Leander van Velzen, der



Noch immer im Schockzustand: Thomas Nähler (l.) und Anwalt Leander van Velzen suchen nach einem Ausweg aus der Markenfalle Foto: Liebig-Braunholz

Thomas Nähler in dieser Angelegenheit vertritt.

„Ich empfand den angesetzten Gegenstandswert völlig überhöht, weshalb ich auch zu einer modifizierten Unterlassungserklärung geraten habe. Dies hat die Gegenseite allerdings sofort zur Beantragung einer einstweiligen Verfügung bewegt“, so van Velzen. Diese hat das Landgericht München I schließlich am 13. März mit dem Inhalt erlassen, dass es Thomas Nähler – will er vermeiden, dass ein

Ordnungsgeld oder eine Ordnungshaft verhängt wird – unter anderem untersagt, die Bezeichnung Degustini für Dienstleistungen der Verpflegung und Beherbergung von Gästen zu verwenden, insbesondere zur Bezeichnung von im Restaurant Steinernen Schweinchen angebotenen Menüs. Dabei wurde der Gegenstandswert auf 180.000 Euro festgesetzt. „Die von uns eingelegte Streitwertbeschwerde wurde indes mit der Begründung abgelehnt, dass das erstinstanzliche Gericht

den Streitwert nach freiem Ermessen festsetzen kann. Dabei sei das maßgebliche Interesse der Antragstellerin an der Unterbindung der beanstandeten Verhaltensweise nach objektiven Kriterien zu bestimmen“, erläutert der Anwalt.

Doch damit nicht genug. Nähler hatte in dem ganzen Trubel auch noch vergessen, den Veranstaltungshinweis auf einen Rioja-Abend am 18. März aus der Internetseite www.gaultmillau.de zu löschen. Auch hier wollte er seine Gäste mit dem Degustini-Menü verwöhnen, was er für jedermann lesbar umworb. „Damit hat sich Thomas Nähler schließlich noch eine Ordnungsstrafe eingehandelt, da er gegen die einstweilige Verfügung verstoßen hatte. Zudem stellte die Gegenseite auch noch Strafantrag wegen strafbarer Kennzeichenverletzung“, berichtet van Velzen.

„Ich bin mittlerweile so weit, dass sich auch die Ordnungshaft antreten würde“, räumt Nähler ein. „Die rund 22.000 Euro allein für die Anwälte und das Gericht sowie das Ordnungsgeld machen meinem Betrieb zu schaffen. Und wie es aussieht, bleibt es noch nicht einmal bei dieser Summe. Aber ich habe nicht den Eindruck, dass das irgend jemanden interessiert“, so Nähler. Für seinen Anwalt ist diese Angelegenheit äußerst bedauerlich, denn ihm sind leider die Hände gebunden. „Dieser Fall steht beispielhaft für die erheblichen finanziellen Konsequenzen, die aus einer markenrechtlichen Verletzung entstehen können. Insoweit ist

äußerste Vorsicht bei der Formulierung jeglicher Werbung geboten, um nicht gegen etwaige Markenrechte zu verstoßen“, warnt er alle Gastronomen. Als Tipp gibt er ihnen den Weg zu einem spezialisierten Anwalt oder eine Markenrechtssuche mit auf den Weg.

Silke Liebig-Braunholz
www.steinerne-schweinchen.de
www.lv-kanzlei.de

Markenschutz

Jeder kann sich problemlos eine Marke schützen lassen. Mit einer kurz bezeichneten Geschäftsidee und einer Bearbeitungsgebühr ist dies beim Münchner Patentamt möglich. Dort wird lediglich geprüft, ob die beantragte Marke bereits geschützt ist. Der Kreativität sind dabei kaum Grenzen gesetzt, wie die jährlich über 80.000 Anträge beweisen. Dass dies auch kriminelle Energie freisetzt, belegt ein Fall aus dem Jahr 2001. Ein findiger Geschäftsmann wollte deutschlandweit alle „Ochsen-Wirte“ zur Kasse bitten. Nur gegen eine jährliche Lizenzgebühr von damals 120 D-Mark sollte jenen Wirten gestattet sein, den Begriff „Ochsen“ für ihre Betriebe weiterhin zu verwenden. Erst auf massiven Druck des DEHOGA hatte er einen Rückzieher gemacht.