

Rechtsprechung aus Polen: Irreführung durch Nachahmung?

In einem Rechtsstreit zwischen zwei Herstellern von Sahnebonbons musste das Appellationsgericht über die Zulässigkeit der Nachahmung der Verpackung durch den Beklagten und mögliche Fehlvorstellungen des Verbrauchers über die Identität des Händlers entscheiden. Ein interessantes Urteil für Händler, die Waren auch nach Polen liefern.

Sachverhalt

Im Rechtsstreit zwischen zwei Herstellern von Sahnebonbons hat der Kläger dem Beklagten eine unlautere Handlung wegen Nachahmung der äußeren Gestaltung seines Produktes vorgeworfen und einen Unterlassungsanspruch geltend gemacht.

Die Sahnebonbons des Beklagten werden in einem Papier mit weiß-gelben Streifen auf den Markt gebracht. Das Papier ist mit der schwarzen Aufschrift „Sahnebonbon“, sowie der Abbildung einer Kuh auf weißem Hintergrund versehen. Diese Verpackung war nach Auffassung des Klägers der Verpackung seiner seit 1994 hergestellten Sahnebonbons so ähnlich, dass ein Durchschnittsverbraucher hinsichtlich der Identität des Herstellers in die Irre geführt werden konnte.

Der Kläger argumentierte, dass er seit 1994 seine Sahnebonbons mit dem charakteristischen Bonbonpapier umwickelt. Sein Bonbonpapier hat ebenfalls weiß-gelbe Streifen, eine braune Aufschrift „Sahnebonbon“ und eine fast identisch stilisierte Kuh-Zeichnung in einem braunen Rahmen. Die so umwickelten Sahnebonbons werden zusätzlich in kleinen Tüten verpackt. Da der untere Teil der Tüte aus durchsichtiger Folie besteht, sind die einzelnen Bonbons und ihre charakteristische Verpackung leicht sichtbar.

Der Kläger trug vor, dass sowohl die Form als auch die Farbgebung der Verpackungen, in denen die Bonbons umwickelt sind, bei den Verbrauchern zur Irreführung und Verwechslung der Identität des Herstellers führen können und dementsprechend als eine unlautere Handlung des Beklagten zu bewerten sind.

Bewertung der Grundlagen

Das Appellationsgericht Białystok hat darauf hingewiesen, dass der Schutz aufgrund des Art. 10 des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs und des Art. 296 des Gesetzes über das gewerbliche Eigentum nur dann besteht, wenn die Verpackung im Ganzen „unterscheidungskräftig“ ist, eine „Fähigkeit zur Produktindividualisierung“ aufweist und auf die Herkunft der Ware von einem bestimmten Hersteller ausreichend hinweist.

Darüber hinaus hat das Appellationsgericht festgestellt, dass das Erfordernis der Unterscheidungskraft und die Fähigkeit zur Produktindividualisierung nicht die Notwendigkeit einer besonderen und außergewöhnlichen Gestaltung der Produktverpackung oder einer überdurchschnittlichen ästhetischen Vorzüge begründet. Unterscheidungskraft und Fähigkeit zur Individualisierung besitzen auch Verpackungen mit einfachem Design. Voraussetzung ist jedoch, dass die Ware hinreichend ausgezeichnet und eine ausreichend starke Verknüpfungen mit dem Hersteller gebildet wird.

Entscheidung

In diesem konkreten Fall haben die Richter die Klage abgewiesen mit der Begründung, dass das Risiko zur Irreführung des Verbrauchers fehle. Nach ihrer Auffassung sei die vom Kläger verwendete Verpackung nicht als einzigartig zu qualifizieren, da sie keine Individualisierung seines Produktes ermöglicht. Laut Begründung des Gerichts werden die Verpackungen von Sahnebonbons von vielen, verschiedenen Herstellern durchaus ähnlich gestaltet, weil die weiß-gelbe Farbe der Verpackung von Verbrauchern mit Milch und Karamell assoziiert wird.

Der Durchschnittsverbraucher gilt nach Definition europäischer und polnischer Rechtsprechung als ausreichend informierte, aufmerksame und vernünftige Person. Für ihn sollte allein die Ähnlichkeit der Verpackung keine Verwechslung hinsichtlich der Identität des Herstellers und der Herkunft der Sahnebonbons verursachen.

Nach Auffassung des Gerichts sollte der durchschnittliche, vernünftige und rationale Verbraucher in der Lage sein, alle Informationen auf der Verpackung, insbesondere auch den Namen des Herstellers, zu analysieren und sich somit keine falschen Vorstellungen über dessen Identität zu machen.

Wir unterstützen Sie beim grenzüberschreitenden Handel gern. Mit dem Trusted Shops Abmahnschutzpaket ENTERPRISE erhalten Sie internationale Texte und Betreuung für neun europäische Märkte.

[hubspotform whitepaper="true" title="Gratis Whitepaper-Download 'Der internationale Online-Shop'" image_path="http://shopbetreiber-blog.de/wp-content/uploads/2016/10/shutterstock_105520049_300x200.jpg" image_text="Unsere Experten Madeleine Pilous und Frieder Schelle haben die wichtigsten rechtlichen Fragen zum Cross-Border E-Commerce beantwortet: Welches Recht gilt bei Verkäufen ins Ausland? Das deutsche Recht oder das des Ziellandes? Wo unterscheidet sich das Recht in der EU? Was bedeutet das für AGB und Datenschutz?" copy_text="" portal_id="603347" form_id="a9f3c307-0128-47ac-88c4-e7c2febb4c8a" css=""]

Bildnachweis: ruskpp/shutterstock.com