

Art—Lawyer Magazin

ZUR HAFTUNG VON WERBEAGENTUREN BEI MARKENRECHTSVERLETZUNGEN

Autor: RA Jens O. Brelle & Denise Jurack
Datum: 18.06.2012

Der Werbemarkt ist hart umkämpft. Unzählige Agenturen buhlen um die Gunst der Kunden und hoffen auf lukrative Aufträge. Doch bevor es zu einer Auftragserteilung kommt, müssen Werbeagenturen zunächst einmal durch die Vorrunde, in Werbekreisen auch Briefing genannt. Dort treffen Agentur und Kunde zum ersten Mal aufeinander. Der Kunde muss die Agentur darin über Budget, Produkt und seine Ziele informieren. Übersteht die Agentur dann möglicherweise auch noch einen Pitch, steht der Auftragserteilung nichts mehr im Wege.

Die Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur setzt ein hohes Maß an Vertrauen voraus. Dieses Verhältnis kann schnell gestört werden, wenn plötzlich das entworfene Logo in den Verdacht gerät, nur eine Kopie zu sein. Neben einem unzufriedenen Kunden, kann es nicht für diesen, sondern auch für die Agentur selbst teuer werden. Daher stellt sich die Frage, wer haftet eigentlich, wenn die Agentur ein Logo entwirft, das Markenrechte verletzt? Und was sollte eine Agentur tun, damit erst gar nicht so weit kommt?

Grundsätzlich kann man sagen, dass Werbeagenturen für die von ihnen entworfenen Logos haften. Doch wie so oft kommt es auf den Einzelfall an.

So hat zum Beispiel das Kammergericht Berlin (Beschluss vom 04.02.2011, Az.: 19 U 109/10) entschieden, dass eine Werbeagentur nicht haften muss, wenn ihr die Prüfung nicht zumutbar ist. Die Agentur wurde beauftragt für ihren Kunden ein Logo zu erstellen. Später stellte sich heraus, dass das Logo offensichtlich gegen Markenrechte verstößt. Eine Markenrecherche hatte die Agentur nicht durchgeführt. Laut Kammergericht schulde die Agentur die Erstellung eines Logos nach den Vorstellungen und Wünschen des Auftraggebers, dies müsse aber nicht zwangsläufig frei von Markenrechten Dritter sein. Das Gericht argumentierte, dass es der Agentur aufgrund des geringen Honorars in Höhe von 770 Euro nicht zumutbar war, eine Markenrecherche durchzuführen. Auch ein Hinweis darauf, dass keine Markenrecherche durchgeführt werden würde, schuldete die Agentur nicht.

Zur Haftung von Werbeagenturen bei Markenrechtsver... (Anfang)

Art—Lawyer Magazin

Nach Auslegung der Verträge wurde eine Markenrecherche auch nicht stillschweigend vereinbart.

Für Werbeagenturen, die ihre Leistungen zu einem eher niedrigen Preis anbieten, könnte der Beschluss des KG Berlin eine Haftungserleichterung bedeuten. Doch man sollte es als Agentur nicht zwingend darauf ankommen lassen. Besser ist es, wenn man den Kunden vorab darauf hinweist, dass es keine Markenrecherche geben wird oder wenn sich die Agentur eine entsprechende Vergütung für die Markenrecherche zahlen lässt. Eine solche Recherche dient dazu, herauszufinden, ob Kennzeichenrechte Dritter verletzt werden. Sie ist zeit- und kostenintensiv, da es nicht nur darauf ankommt, ob Marken identisch sind, sondern ob sie sich auch ähnlich sind. Eine kurze Registerauskunft, wie sie jedermann beim DPMA durchführen kann, wäre nicht ausreichend. Vielmehr sollten Markenrechtsexperten zu Rate gezogen werden.

Für Agenturen, deren Honorar eine Markenrecherche umfasst, gilt also im Umkehrschluss, dass sie dazu verpflichtet sind, eine Identitäts- und Ähnlichkeitsrecherche durchzuführen oder durch Spezialisten durchführen zu lassen, bzw. den Kunden entsprechend darauf hinzuweisen, dass keine Recherche durchgeführt wird. Sonst könnte es für die Agentur teuer werden und auch das Vertrauensverhältnis zum Kunden dürfte nachhaltig gestört sein.

Sollte es dennoch zu einem Streitfall kommen, sind Agenturen auch grundsätzlich gut beraten, eine entsprechende Haftpflichtversicherung abzuschließen, denn der Fall der Fälle könnte teuer werden.

Erstmals veröffentlicht in:
AL Magazin

Art—Lawyer Magazin

KONTAKT:

Art Lawyer
RA Jens O. Brelle

Auf dem Sande 1, Block E / 2.Etage
20457 Hamburg-Speicherstadt
Telefon +49 (0)40 24 42 18 46
Telefon +49 (0)40 24 42 18 48
E-Mail info@art-lawyer.de
Internet <http://www.art-lawyer.de>

Zur Haftung von Werbeagenturen bei Markenrechtsver... (Fortsetzung)