

„Chad Kroski“ und die Wirklichkeit

Text: RA Jens O. Brelle, Hamburg

„Wer ist Chad Kroski?“ Mit dieser Frage führte T-Mobile in seiner Kampagne zu „web'n'walk“ viele Internetuser und Fernsehzuschauer an der Nase herum. Nein, die Figur ist kein amerikanischer Autor oder Weblogger. „Chad Kroski“ ist lediglich eine Erfindung der Werbeagentur Saatchi & Saatchi.

T-Mobile startete Anfang Juli 2005 die Below-the-Line-Kampagne "web'n'walk": Chad Kroski (eigentlich Charaijev Alexander Kroski) ist ein fiktiver Bestsellerautor, der dem T-Mobile-Werbespot entsprungen ist. Dieser lief erstmalig am 01. Juli 2005 im deutschen Fernsehen. In kürzester Zeit entwickelte sich ein wahrer Kult um die virtuelle Figur. Die Frage „Wer ist Chad Kroski?“ wurde in unzähligen Weblogs heiß diskutiert. Der Hype ging sogar soweit, dass in Buchhandlungen nach Titeln des angeblichen Autors nachgefragt wurde.

Handlung des Werbespots (Aus „Wikipedia“, der freien Enzyklopädie):

"In einer Bar lernen sich die beiden Singles Anna und Steve kennen. Als ihnen die Gesprächsthemen ausgehen, schweift Annas Blick auf ein Buch von Chad Kroski, das in der Tasche von Steve steckt. Anna fragt sich in Gedanken: "Wer um Himmels willen ist Chad Kroski?" und verschwindet daraufhin mit einer kurzen Entschuldigung auf die Toilette. Dort greift sie ihr Smartphone und tippt "Chad Kroski" bei Google ein, woraufhin ihr dieser als Bestsellerautor ausgegeben wird. Mit diesem Wissen kehrt sie zu Steve zurück und der Flirt nimmt ein glückliches Ende...."

Offenbar war der T-Mobile jedoch das Eigenleben der eigenen Werbefigur nicht recht geheuer. Weblogger berichteten davon, dass die offizielle Domain "chadkroski.de" zeitweise abgeschaltet wurde. T-Mobile hat zusätzlich den Betreiber der Domain "chadkroski.com" kostenpflichtig abgemahnt und zur Herausgabe der Domain aufgefordert. Der begeisterte „Chad Kroski“-Fan betrieb dort ein eigenes Forum zum Thema „Chad Kroski“. Mit der Abmahnung und einem festgesetzten Streitwert von 50.000,- Euro wurde er jedoch dazu gezwungen, die Domain zur Löschung freizugeben.

T-Mobile machte marken- und kennzeichenrechtliche Ansprüche an der Figur "Chad Kroski" geltend. Rechtlich sind diese Ansprüche jedoch zweifelhaft. Denn es ist in der juristischen Fachwelt sehr unklar, ob überhaupt Werktitelschutz an fiktiven Werbefiguren entstehen kann.

Das Bestehen eines kennzeichenrechtlichen Werktitelschutzes an den Namen fiktiver Figuren wurde bislang weder im juristischen Schrifttum noch in der Rechtsprechung im Einzelnen untersucht. Die Diskussion beschränkt sich zumeist auf die urheberrechtliche Problemstellung und untersucht den Werktitelschutz fiktiver Figuren entweder als einen akzessorischen Teil des Urheberrechtsschutzes oder beschränkt den Werktitelschutz auf den Titelschutz des urheberrechtlich geschützten Werkes, wie des Films oder Romans, in dem die fiktive Figur eine handelnde Rolle spielt.

Die Rechtsfrage nach einem kennzeichenrechtlichen Werktitelschutz an dem Namen einer fiktiven Figur ist von der Frage nach dem Titelschutz für das urheberrechtlich geschützte Werk, in dem die fiktive Figur als handelnde Rolle erscheint, zu unterscheiden. Die Frage, ob eine fiktive Figur eines Werks, die als Comic oder Charakter einer vielfältigen Kommerzialisierung zugänglich ist, als solche ein titelfähiges Werk im kennzeichenrechtlichen Sinne darstellt, ist im juristischen Schrifttum umstritten. Höchstrichterliche Rechtsprechung existiert dazu nicht.

Die kennzeichenrechtliche Problematik des Werktitelschutzes von fiktiven Figuren steht jedoch im Kontext zur Reichweite des Namensschutzes, zum markengesetzlichen Rechtsschutz gemeinfreier Marken und grundsätzlich zur Anerkennung eines immaterialgüterrechtlichen Schutzes eines „charakter right“ (z. B. Elvis Presley, Marlene Dietrich) innerhalb des Persönlichkeitsrechtsschutzes sowie allgemein zum Rechtsrahmen des Merchandising.

Der Werktitelschutz von fiktiven Figuren ist daher an Hand der dort geltenden allgemeinen Maßstäbe zu beurteilen. Erst am 27. Juli 2005 meldete T-Mobile eine Wortmarke „Chad Kroski“ beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) in München an (Reg. -Nr.: 30544949.4). Waren- und Dienstleistungsklassen: Telekommunikation, Unterhaltung, Werbung, Druckererzeugnisse und technische Geräte.

Bleibt nur die Frage: "Wer um Himmels willen ist Chad Kroski?"

Quellen & Literatur:

- <http://www.chadkroski.de>
- <http://charajievalexanderkroski.blogspot.com/>
- <http://www.t-mobile.de/presse/1,1807,12938-...00.html>
- http://de.wikipedia.org/wiki/Chad_Kroski
- <http://www.mediengestalter-weblog.de/index.php/chad-kroski-gibt-es-wirklich-auf-den-spuren-von-chad-kroski.htm>
- <http://www.faz.net/s/RubEC1ACFE1EE274C81BCD3621EF555C83C/Doc~E0F3F929B6E9048F3B27097F27DFB4E3~ATpl~Ecommon~Scontent.html>
- http://www.art-lawyer.de/actuals/34_KW_2005.htm

Kontakt:

RA Jens O. Brelle >>>ART-LAWYER®.DE

Alter Wandrahm 15 >>>Block S / 4. Etage

D-20457 Hamburg >>>Speicherstadt

fon ++ 49 [0] 40 / 24 42 18 – 46 [10–19 h]

fax ++ 49 [0] 40 / 24 42 18 – 48

info@ART-LAWYER.DE

<http://art-lawyer.de/>