Markenrecht 2 U 3/26 - Ritter Sport setzt sich gegen quadratisch verpackte Haferriegel durch

Die quadratischen Verpackungen der Haferriegel „MONNEMer QUADRAT BIO“ verletzen nach Auffassung des 2. Zivilsenats die geschützte dreidimensionale Verpackungsmarke von Ritter Sport.

Der 2. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Stuttgart hat in seinem heute verkündeten Urteil entschieden, dass die Beklagte durch die Benutzung der Verpackungen, mit denen sie ihre Haferriegel „MONNEMer QUADRAT BIO - Kakao Haselnuss“ und „MONNEMer QUADRAT BIO - Kokos Mandel“ vertreibt, die Rechte der Klägerin aus der für diese eingetragenen Marke verletzt. Der Senat hat der Beklagten deshalb die Benutzung dieser Verpackungen untersagt und der Klägerin die außerdem erhobenen Folgeansprüche (Auskunft, Schadensersatz, Rückruf und Ersatz von Anwaltskosten) zuerkannt.

Sachverhalt und Entscheidung des Landgerichts

Die Klägerin ist mit dem Unternehmen verbunden, das die Tafelschokolade „RITTER SPORT“ herstellt und vertreibt. Sie ist Inhaberin einer dreidimensionalen Formmarke, die seit dem 28. August 2001 u. a. für Tafelschokolade im Markenregister eingetragen ist. Die Marke schützt einen dreidimensionalen Verpackungskörper mit einer quadratischen Grundfläche, an den links und rechts zwei flache Verschlusslaschen mit fein gezacktem Rand und quer verlaufender Prägung angesetzt sind. Quer über die Rückseite der Verpackung verläuft eine flache Verschlusslasche. Der Verpackungskörper ist vollständig neutralisiert, weist also keinerlei Aufschriften und bildliche Darstellungen auf.

Die Klägerin ist der Auffassung, die Benutzung der beiden MONNEMer QUADRAT-Verpackungen ohne ihre Zustimmung verletze ihre Rechte aus der eingetragenen Marke, weil Verwechslungsgefahr bestehe und außerdem gegen den Bekanntheitsschutz verstoßen werde.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen, weil weder Verwechslungsgefahr gegeben sei noch die Beklagte den Ruf einer bekannten Marke ausbeute und daher eine Markenverletzung ausscheide.

Entscheidung des Senats

Auf die Berufung der Klägerin hat der Senat das Urteil des Landgerichts abgeändert und der Klage in vollem Umfang stattgegeben.

Eine Markenverletzung liegt bereits deshalb vor, weil die Beklagte durch die Benutzung ihrer beiden Verpackungen ohne Zustimmung der Klägerin eine Verwechslungsgefahr begründet hat. Ob Verwechslungsgefahr gegeben ist, richtet sich nach den Umständen des Einzelfalls, wobei eine Wechselwirkung zwischen der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Produkte, der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Marken bzw. Zeichen und der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, hier: der Klägerin, dergestalt besteht, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren

Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt. Ausgehend hiervon ist bei Abwägung aller Umstände Verwechslungsgefahr gegeben, weil die einander gegenüberstehenden Waren jedenfalls durchschnittlich ähnlich sind, die gegenüberstehenden Zeichen, also die Marke der Klägerin und die Verpackungen der Beklagten, überdurchschnittlich ähnlich sind und die Marke der Klägerin eine sehr hohe Kennzeichnungskraft besitzt. Eine Schwächung dieser hohen Kennzeichnungskraft kann der Senat nicht feststellen.

Darüber hinaus ist eine Markenverletzung auch deshalb gegeben, weil die Beklagte durch die Benutzung ihrer Verpackungen gegen den Schutz der bekannten Marke verstoßen hat.

Die Marke der Klägerin ist im Rechtssinne bekannt. Indem die Beklagte ihre Verpackungen benutzt, die der Klagemarke überdurchschnittlich ähnlich sind, bewirkt sie bei den angesprochenen Verbrauchern eine gedankliche Verknüpfung mit der Klagemarke. Sie nutzt die Unterscheidungskraft der Klagemarke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise aus. Die Klagemarke genießt aufgrund ihrer sehr hohen Kennzeichnungskraft eine starke Aufmerksamkeit und entfaltet damit eine erhebliche Sogwirkung. In diese Sogwirkung begibt sich die Beklagte gezielt mit ihren angegriffenen, überdurchschnittlich ähnlichen Verpackungen. Schon aufgrund dieser Ähnlichkeit mit der Klagemarke erweckt die Beklagte beim Verbraucher eine Aufmerksamkeit, die ihren Produkten ohne diese Ähnlichkeit nicht zukäme. Erschwerend tritt hinzu, dass sich die Beklagte mit ihrem Werbespruch „Quadratisch. Kokos. Klar“ offenkundig an den über Jahrzehnte hinweg intensiv für die RITTER SPORT-Schokolade verwendeten Werbeslogan „Quadratisch. Praktisch. Gut“ anlehnt und hierdurch die Gedanken des Verbrauchers noch besonders auf die RITTER SPORT-Schokolade lenkt. Durch ihr Vorgehen nutzt die Beklagte die über Jahrzehnte erfolgten Investitionen eines Dritten in die Klagemarke aus, ohne auf diese Marke selbst eingezahlt zu haben. Es geht ihr dabei zweifelsfrei darum, die fremden Aufwendungen für die Klagemarke zu nutzen, um ihren eigenen Warenabsatz zu steigern. Ein berechtigtes Interesse für ihr Vorgehen hat die Beklagte nicht.

Nicht Gegenstand der Prüfung durch den Senat war, ob die Formmarke der Klägerin zu Recht eingetragen worden ist, denn der Senat ist an die bestehende – vom Bundesgerichtshof bestätigte – Markeneintragung im Markenregister rechtlich gebunden.

Der Senat hat die Revision nicht zugelassen. Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Die Beklagten können noch binnen eines Monats nach Zustellung des Urteils Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof einlegen.

OLG Stuttgart Urteil vom 05.11.2026 · Az. 2 U 3/26 - PM OLG Stuttgart vom 05. Nov 2026

Vorinstanz:

17 O 192/25 – Landgericht Stuttgart