

## Capri-Sonne kopiert

### ***Auch eine Verpackung kann Markenschutz genießen, wenn sie ein Unternehmen repräsentiert***

Fast jeder kennt aus Schulzeiten "Capri-Sonne", das Fruchtsaftgetränk für Kinder — gerne konsumiert auf Schulhöfen und Schulausflügen. Seit mehr als vier Jahrzehnten wird Capri-Sonne in zahlreichen Sorten, aber immer in den typischen, kleinen Standbeuteln verkauft. Diesen Beutel hat sich der Produzent 1996 als "dreidimensionale Marke" schützen lassen.

Nun wagte es ein anderer Fruchtsafthersteller, ebenfalls Fruchtsaftgetränke in solchen Beuteln zu vertreiben. Versehen mit dem Aufdruck "Sonniger" verkaufte er sie an einen Discounter in den Niederlanden. Deswegen zog das Mutterunternehmen der Capri-Sonne vor Gericht und klagte gegen die Verletzung seiner Markenrechte.

Für Verbraucher sei der Standbeutel gleich "Capri-Sonne", argumentierte der Markeninhaber. Die Form der Verpackung weise auf die Herkunft des Produkts hin. Optisch kopierten die Beutel der Konkurrenz in rechtswidriger Weise seine Produkte und ihre mindere Qualität schädige den guten Ruf der Capri-Sonne.

Das bestritt natürlich der Konkurrent: Verbraucher sähen in einer Verpackung grundsätzlich keinen Hinweis auf einen bestimmten Hersteller, zudem seien Standbeutel im Lebensmittelhandel branchenüblich. Den Rechtsstreit verlor er jedoch beim Landgericht Hamburg (416 HKO 87/12). Das Gericht drohte dem Konkurrenten 250.000 Euro Ordnungsgeld an für den Fall, dass er weiterhin ca. 15 cm hohe Standbeutel mit ovalem Boden verwendet.

Hauptfunktion einer Marke sei der Hinweis auf die Herkunft, um Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer zu unterscheiden. Das werde meist durch den Markennamen gewährleistet. Dass die Form einer Verpackung diese Funktion erfülle, sei selten, so das Landgericht, hier treffe es aber zu.

Zwar seien Standbeutel in der Lebensmittelbranche im Allgemeinen gängig, das müsse man dem Konkurrenten zugestehen. Nicht aber für Fruchtsaftgetränke. Der Hersteller von Capri-Sonne sei das einzige Unternehmen, das sie in Deutschland für Fruchtsaftgetränke benutzte. Und Capri-Sonne sei so bekannt, dass sie als eine Art "Schul-Speisung" gelten könne.

Laut einer repräsentativen Umfrage unter Verbrauchern ordneten fast zwei Drittel der Befragten diese Form der Verpackung der Capri-Sonne zu. Dem charakteristischen Standbeutel komme durch seine Bekanntheit "erhöhte Kennzeichnungskraft" zu. Verbraucher brächten ihn mit diesem bestimmten Hersteller in Verbindung.

Wenn nun die gleiche Ware (Fruchtsaftgetränk) in einem fast identischen Beutel vertrieben werde, bestehe die Gefahr der Verwechslung. Daher erscheine es angemessen, dem Hersteller der Capri-Sonne, der auch viel Geld in die Werbung stecke, Schutz für seine eingetragene Marke zuzubilligen. Der Konkurrent könne ja Standbeutel anderer Größe und anderer Form auf den Markt bringen. (Außerdem müsse er Auskunft geben über den Umfang des Verkaufs — für den Fall, dass der Capri-Sonne-Hersteller auf Schadenersatz klagen wolle.)

© Der Juristische Pressedienst Gritschneder UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/capri-sonne-kopiert>