

Konkurrenz für Tupperware-Party

Heimverkauf anderer Hersteller darf ebenfalls "Party" genannt werden

Das Verkaufsprinzip des Vertreibers von "Tupperware" brachte den Riesenerfolg: Irgendwo in einem trauten Heim lädt die Hausfrau zu Kaffee oder Häppchen, und dazu bietet ein Profi die allgemein bekannten Kunststoffbehälter zum Verkauf an. Das Ganze nennt sich dann "Tupperparty". Allerdings gibt es auch noch andere auf dem Markt, die der Idee des Heimverkaufs etwas abgewinnen konnten. Einer dieser Anbieter versuchte es mit einer "Leifheit TopParty". Dies sei unlauterer Wettbewerb, meinte der "Tupperware"-Vertreiber, und ging vor Gericht: Die Idee sei geklaut, zudem beute der Konkurrent den guten Ruf der "Tupperware" aus.

Der Bundesgerichtshof erklärte es jedoch für zulässig, Heimvorführungen mit dem Begriff "Leifheit TopParty" anzukündigen (I ZR 276/00). Die Bezeichnung "Tupperparty" sei keine Erfindung des "Tupperware"-Vertreibers: sie habe sich im Markt entwickelt und sei vom Vertreiber nur aufgegriffen worden. Zudem könne der Verbraucher die beiden Produkte problemlos differenzieren. Auch die Bezeichnungen "Tupperparty" und "Leifheit TopParty" für die Heimvorführungen seien unterschiedlich genug, um Verwechslungen weitgehend auszuschließen. Dass möglicherweise dennoch einzelne Verbraucher assoziativ eine Verbindung zwischen den zwei Firmen herstellten, reiche für ein Verbot wegen unlauteren Wettbewerbs nicht aus.

© 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/konkurrenz-fuer-tupperware-party>