

Professor Dr. Peter Krebs

10. Übungsklausur im Wettbewerbsrecht – WS 2017/18

Sachverhalt:

Eine mehr als 100 Jahre alte Siegerländer Spezialität ist ein spezielles Kartoffelbrot (spezielle Form, sehr ähnliches Grundrezept aller Bäcker, hochwertige Qualität, lange haltbar). Im Siegerland selbst wird es nur Kartoffelbrot genannt, während in angrenzenden Gegenden eine Bezeichnung als Siegerländer Kartoffelbrot und teilweise auch als „Siegerländer“ üblich ist. Eine größere Bäckerei mit Namen „Sieger“ (S), knapp 5 km außerhalb der Grenzen des Siegerlandes, backt seit 50 Jahren dieses Kartoffelbrot und nennt es „Siegerländer Kartoffelbrot“. Ähnliches gilt auch für etwa 20 Bäcker knapp außerhalb der Grenzen des Siegerlandes. S expandiert in der ganzen Bundesrepublik und hat schließlich 238 Filialen insbesondere in deutschen Großstädten. Überall wird das „Siegerländer Kartoffelbrot“ in der traditionell hohen Qualität angeboten. Neben der traditionellen Variante gibt es noch das „Siegerländer Kartoffel-Schinken-Brot“. Dieses ist eine Variierung des Grundbrottes unter Verwendung von Schinken und eine Kreation von S. Die Kartoffelbrote sind ein so großer Erfolg, dass erste Konkurrenten von S ähnliche Brote in schlechterer Qualität anbieten. S entschließt sich daher, das „Siegerländer Kartoffelbrot“ exklusiv für sich zu sichern. Vorbereitend wird durch hervorgehobene Präsentationen, zahlreiche Sonderangebote, Zeitungs- und Radiowerbung das Brot bekannt gemacht.

Nach knapp einem Jahr kennen etwa ein Drittel aller Bundesbürger (60 % aller Einwohner in Städten über 100.000 Einwohner) das „Siegerländer Kartoffelbrot“. Hiervon verbinden (für beide Brotsorten) 60 % das Brot mit S als Hersteller, 25 % mit einer Siegerländer Rezeptur und 15 % glauben an eine Herstellung jeden einzelnen Brotes im Siegerland. Im Siegerland und dem angrenzenden Bereich, in dem immer noch etwa 50 % der Kartoffelbrote hergestellt werden, kennen 95 % diese Brotsorte. 60 % davon denken an die Herstellung im Siegerland, 30 % glauben an eine Siegerländer Rezeptur ohne notwendige Herstellung im Siegerland und 10 % ordnen das Brot exklusiv S zu. Das „Siegerländer Kartoffel-Schinken-Brot“ wird allerdings auch im Siegerland zu etwa 50 % mit S in Verbindung gebracht. Nach Bekanntwerden der Befragungsergebnisse beantragt S die Eintragung der Marken „Siegerländer Kartoffelbrot“ und „Siegerländer Kartoffel-Schinken-Brot“. Die Eintragungen werden vorgenommen. Wenige Tage nach Eintragung wird dies im Siegerland bekannt. Die örtlichen Bäcker sind empört. Sie gründen den Verein „Das echte Siegerländer Kartoffelbrot e.V.“ (V).

Kann der Verein (V) eine Löschung der Marken „Siegerländer Kartoffelbrot“ und „Siegerländer-Kartoffel-Schinkenbrot“ erreichen?