

Professor Dr. Peter Krebs

11. Übungsklausur im Wettbewerbsrecht – WS 2017/18

Sachverhalt:

A ist ein bedeutendes dänisches Luxusunternehmen, welches u.a. hochwertige Silberbestecke herstellt, die auch in Deutschland vertrieben werden. Zu diesen Bestecken gehört auch das Modell B, welches 1939 entworfen wurde und sich durch ein unverwechselbares Rillendekor auszeichnet. Das Besteck hat mehrere Preise erzielt und ist in Museumssammlungen vertreten. Ein Set mit Löffel, Messer, Gabel, kleinem Löffel kostet 600 €. Für dieses Besteck betreibt A in den einschlägigen Kreisen in beträchtlichem Umfang Werbung. Etwa 60 % der einschlägigen Verkehrskreise kennen das Besteck.

Es gibt zwar einige Wettbewerber, die ebenfalls Bestecke mit Rillendekor produzieren, doch halten Sie einen deutlichen Abstand zum B-Besteck. Nunmehr sehen Vertreter von A in der deutschen Kaufhauskette K Bestecke in Edelstahl zum Preis von 200 € für 30 Teile, die, abgesehen davon, dass sie etwa 0,5 bis 1 cm länger sind, absolut identisch mit dem B-Besteck gestaltet wurden. Sie tragen einen kleinen Aufdruck „SCAN – Made for K“. A will wissen, ob er etwas gegen K unternehmen könne, die schon seit einem Jahr diese Bestecke vertreibt? A hat gehört, es gäbe hier verschiedene Optionen auch für Geldansprüche.

Hinweis: Die Geltung der Rom II-Verordnung (Lehrstuhl-Homepage) ist zu unterstellen.