



Achtung Fallstrick Olympia-Werbung

Informationen zum Olympiaschutzgesetz

Am 05. August 2016 beginnen die XXXI. Olympischen Sommerspiele in Rio de Janeiro. Wenn Sie dieses Event für Ihre Werbung nutzen möchten, sollten Sie neben dem allgemeinen Wettbewerbsrecht auch das Olympiaschutzgesetz beachten. Andernfalls kann eine Werbekampagne richtig teuer werden.

Was regelt das Olympiaschutzgesetz?

Das Olympiaschutzgesetz dient dem Schutz des olympischen Emblems und der olympischen Bezeichnungen. Beides dürfen ausschließlich das Nationale Olympische Komitee für Deutschland und das Internationale Olympische Komitee benutzen. Ohne deren Zustimmung dürfen das olympische Emblem und die olympischen Bezeichnungen nicht verwendet werden.

Was sind das olympische Emblem und die olympischen Bezeichnungen?

Olympisches Emblem: Die Olympischen Ringe, fünf ineinander verschlungene Ringe

Olympische Bezeichnungen: „Olympia“, „Olympiade“, „olympisch“; alle diese Wörter allein und in Zusammensetzung

Darf überhaupt nicht mit diesen Begriffen geworben werden?

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat in seinem Urteil vom 15.05.2014 (Az.: I ZR 131/13) festgestellt, dass kein absolutes Verbot besteht. Ein Verbot besteht nach dem BGH dann, wenn durch eine Werbung die Wertschätzung der Olympischen Spiele oder der Olympischen Bewegung auf eine andere Ware oder Dienstleistung übertragen wird („Imagetransfer“). Die olympischen Bezeichnungen dürfen hingegen dann verwendet werden, wenn dies dem allgemeinen Sprachgebrauch entspricht und kein Imagetransfer auf ein Produkt oder eine Dienstleistung stattfindet.

Nach dem BGH **zulässig**, z.B.:

- „Olympia-Rabatt“
- „Olympische Preise“

da dies dem allgemeinen Sprachgebrauch entspricht und lediglich eine zeitlicher Bezug zu den Olympischen Spielen hergestellt wird bzw. besonders gute Preise angepriesen werden und das Wort „olympisch“ dabei nur als Synonym für eine außergewöhnlich gute Leistung benutzt wird.

Kritisch und nach dem BGH wohl **unzulässig**:

- „Olympia-Pflegeset“
- „Olympische Kontaktlinsen“

da hier die Qualitäts- und Gütevorstellungen der Olympischen Spiele auf das jeweilige Produkt übertragen wird („Imagetransfer“).

Was passiert bei Verstößen?

Werden das olympische Emblem oder die olympischen Bezeichnungen widerrechtlich verwendet, drohen dem betroffenen Unternehmen Unterlassungs-, und Schadensersatzansprüche durch das Nationale Olympische Komitee für Deutschland und das Internationale Olympische Komitee. Hinzukommt ein Vernichtungsanspruch bezüglich widerrechtlich gekennzeichneten Gegenstände.

Wir raten Ihnen daher jede Werbung im Einzelfall vorab durch Ihre Innung prüfen zu lassen!

Stand: 08.03.2016