

System.String[]

[Gewerblicher Rechtsschutz](#) | [Einkauf, Logistik & Vertrieb](#) | [Einkauf, Logistik & Vertrieb](#) | [Compliance & interne Untersuchungen](#)

Der kommende Freitag, der 25. November 2016 ist nicht nur in den USA ein besonderer Tag. Es ist der Tag nach Thanksgiving und damit der Tag, an dem in den USA traditionell das Vorweihnachtsgeschäft beginnt. Am "Black Friday" locken die Händler seit jeher mit besonders günstigen Angeboten. Auch hierzulande ist der Black Friday dabei, sich immer stärker zu etablieren. Angeblich war es das US-amerikanische Unternehmen Apple, das im Jahr 2006 die ersten Black-Friday-Rabatte auch in Deutschland anbot. Inzwischen nutzen nicht nur Elektronik-, sondern vor allem auch Modeunternehmen den Tag intensiv dazu, Kunden mit besonderen Angeboten in die Läden bzw. Onlineshops zu locken. Es ist nicht überraschend, dass viele Unternehmen bei ihren Werbeaktionen den Begriff "Black Friday" benutzen.

## "Black Friday" ist als deutsche Wortmarke eingetragen

Den Begriff hat sich jedoch ein Unternehmen vor einiger Zeit als Marke eintragen lassen. Aus dem Markenregister ergibt sich, dass am 20.12.2013 zugunsten der Super Union Holdings Ltd. mit Sitz in Hongkong die deutsche Wortmarke "Black Friday" eingetragen wurde. Die Marke genießt Schutz für eine Reihe von Waren und Dienstleistungen, u.a. für Elektronikartikel, Sonnenbrillen sowie Einzelhandelsdienstleistungen für diverse Waren, darunter auch Mode und Sportwaren. Die Marke wurde offenbar kürzlich mit einem Löschungsantrag angegriffen, eine Entscheidung gibt es jedoch noch nicht.

Doch was bedeutet die Markeneintragung für Unternehmen, die den Black Friday nutzen und das Zeichen "Black Friday" in ihrer Werbung verwenden wollen? Zunächst einmal gilt für Marken, die in das Register eingetragen sind, dass die Gerichte an die Eintragung gebunden sind. Prinzipiell kann die eingetragene Marke "Black Friday" daher auch verletzt werden.

## Zeichen ohne Unterscheidungskraft dürfen nicht als Marke eingetragen werden

Allerdings spricht vieles dafür, dass die Marke "Black Friday" jedenfalls für Einzelhandelsdienstleistungen gar nicht in das Register hätte eingetragen werden dürfen. Das Gesetz verweigert solchen Zeichen den Schutz, die nicht geeignet sind, auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen hinzuweisen, für die sie geschützt werden sollen. Solchen Zeichen fehlt die nötige "Unterscheidungskraft". Auch darf nicht eingetragen werden, was für einen fairen Wettbewerb frei bleiben muss. Ein Beispiel: Das Wort "Diesel" dürfte für Kraftstoffe nicht als Marke eingetragen werden. Anderenfalls wären Kunden nicht in der Lage, das Angebot einem bestimmten Unternehmen zuzuordnen, weil "Diesel" nun mal die Ware selbst beschreibt. Außerdem muss es anderen Händlern weiterhin möglich sein, den Begriff beim Vertrieb von Kraftstoffen zu benutzen. Bekanntlich liegen die Dinge für Bekleidung anders, da das Wort "Diesel" solche Waren nicht beschreibt und Wettbewerber auf den Begriff nicht angewiesen sind.

Auf "Black Friday" gemünzt bedeutet das: Geht man davon aus, dass der Black Friday auch in Deutschland ein inzwischen etablierter Einkaufstag ist, liegt es nahe, dass das Wort "Black Friday" jedenfalls für Einzelhandelsdienstleistungen nicht als Marke hätte eingetragen werden dürfen. Man könnte einen Vergleich zum Begriff "Winterschlussverkauf" ziehen. Das Markenregister zeigt, dass schon mehrfach versucht wurde, dieses Wort für verschiedene Waren und Dienstleistungen zu schützen - allerdings stets ohne Erfolg.

## Geringer Schutzzumfang und "markenmäßige" Benutzung

Auch wenn die Marke (derzeit) eingetragen ist und Gerichte an diese Eintragung gebunden sind, wäre die fehlende

Unterscheidungskraft in einem Prozess zu berücksichtigen. Ein Gericht hätte den Schutzzumfang der Marke wohl als ganz gering zu bewerten, so dass der Inhaber der Marke nur bestimmte Benutzungen seiner Marke verbieten könnte. Hinzu kommt, dass eine Markenverletzung überhaupt nur vorliegen kann, wenn das geschützte Zeichen auch "als Marke", nämlich zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen, benutzt wird. Wird ein Zeichen rein beschreibend oder rein dekorativ benutzt, kann es an einer Benutzung "als Marke" fehlen.

Im Ergebnis ist damit das Zeichen Black Friday zwar (noch) als Marke eingetragen. Die Benutzung des Zeichens kann daher im Grundsatz zu einer Verletzung von Markenrechten führen. Ob eine Verletzung vorliegt, hängt aber davon ab, ob das Zeichen als Marke benutzt wird oder nicht. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass die Marke wohl keine Unterscheidungskraft besitzt und ihr Schutzbereich damit gering sein dürfte. Unternehmen sollten aber jedenfalls in diesem Jahr genau prüfen, wie sie auf den Black Friday hinweisen, um das Risiko einer Markenverletzung auszuräumen.

Dieser Artikel ist auch auf [FashionUnited](#) veröffentlicht.

**Haben Sie Fragen?** Kontaktieren Sie gerne: [Janina Voogd](#)  
**Practice Group:** [Gewerblicher Rechtsschutz & Medien](#)

## Contact Person



**Janina Wortmann, LL.M. (Cape Town)**

Mitglied der Practice Group Gewerblicher Rechtsschutz  
Rechtsanwältin

T +49 89 28628272