



Pressestimmen

Zu nah am Original

Urteil. Ein Leipziger Online-Reisebüro verliert seinen Namen Aidu.

Er hätte es wissen müssen: Einen Älteren und Stärkeren reizt man nicht. Doch Thomas Wagner - BWL-Student in Leipzig - gründete vor drei Jahren ein Online-Reisebüro mit einem Logo, das dem der Aida-Kreuzfahrtflotte sehr ähnelte. Der heute 28-Jährige hatte damals das Gute-Laune-Lied „ Ab in den Süden“ im Ohr und nannte seine Seite kurzerhand „Ab in den Urlaub – Aidu“. Die Online-Reisegeschäfte entwickelten sich nach Wagners Aussagen profitabel, er sieht sich heute unter den Top drei in Deutschland.

Die Probleme begangen 2005, als Thomas Wagner Markenschutz für aidu.de beantragte. Aida Cruises klagte sofort dagegen. Der Schriftzug der Leipziger sei genauso bunt wie der des Clubschiffes und unterscheidet sich nur in einem Buchstaben. „Irrtum“, meldete sich Thomas Wagner. „Unser Internetauftritt wird Ei-Du ausgesprochen, nur zwei Silben. A-I-Da hat dagegen drei. Keine Verwechslungsgefahr.“

Jens H. Steinberg, Anwalt für Markenrecht aus Berlin, betont das Prioritätsprinzip: „Wer zuerst am Markt ist, hat die besseren Karten.“

Im Dezember 2006 gab es vor dem Landgericht in Köln eine mündliche Verhandlung. Aidu sollte auf Aida zugehen.

„Die Leipziger haben sich nicht bei uns gemeldet, sondern eine PR-Kampagne David gegen Goliath gestartet“, sagte ein Pressesprecher von Aida. Im Gegenzug führen die Messestädter ein Kooperationsangebot an die Rostocker ins Feld, das unbeantwortet blieb. Bis zur gestrigen Urteilsverkündung herrschte Schweigen. Nun hat das Landgericht Köln zugunsten des Kreuzfahrtgiganten entschieden. Thomas Wagner legte sofort Berufung ein: „Notfalls ziehen wir bis vor den Bundesgerichtshof.“ Steinberg rechnet dabei mit bis zu 50 000 Euro Kosten. Die könnten die 45 Arbeitsplätze im Leipziger Call-Center gefährden. Die Rostocker warten auf das schriftliche Urteil: „Wir haben nicht gegen die Firma geklagt, sondern nur gegen die Markenrechtsverletzung.“ Und das hätte Thomas Wagner von Anfang verhindern können.

09.02.2007, „Sächsische Zeitung“ (Kristina Grunwald)

Für weitere Informationen

Dr. Jens H. Steinberg

Tel.: +49 (0)30 – 5697 43 – 10

steinberg@greyhills.eu

Zu nah am Original

Urteil. Ein Leipziger Online-Reisebüro verliert seinen Namen Aida.

■ Kristina Grunwald

Er hätte es wissen müssen: Einen Älteren und Stärkeren reizt man nicht. Doch Thomas Wagner – BWL-Student in Leipzig – gründete vor drei Jahren ein Online-Reisebüro mit einem Logo, das dem der Aida-Kreuzfahrtflotte sehr ähnelte. Der heute 28-Jährige hatte damals das Gute-Laune-Lied „Ab in den Süden“ im Ohr und nannte seine Seite kurzerhand „Ab in den Urlaub – Aida“. Die Online-Reisegeschäfte entwickelten sich nach Wagners Aussagen profitabel, er sieht sich heute unter den Top drei in Deutschland.

Die Probleme begannen 2005, als Thomas Wagner Markenschutz für aidu.de beantragte. Aida Cruises klagte sofort dagegen. Der Schriftzug der Leipziger sei genauso bunt wie der des Clubschiffes und unterscheide sich nur in einem Buchstaben. „Irrtum“, meldete sich Thomas Wagner. „Unser Internetauftritt wird Ei-Du ausgesprochen, nur zwei Silben. A-I-Da hat dagegen drei. Keine Verwechslungsfahrt.“

Jens H. Steinberg, Anwalt für Markenrecht aus Berlin, betont das Prioritätsprinzip: „Wer zuerst am Markt ist, hat die besseren Karten.“

Im Dezember 2006 gab es vor dem Landgericht in Köln eine mündliche Verhandlung. Aida sollte auf Aida zugehen. „Die Leipziger haben sich nicht bei uns gemeldet, sondern eine PR-Kampagne David gegen Goliath gestartet“, sagt ein Pressesprecher von Aida. Im Gegenzug führen die Messestädter ein Kooperationsangebot an die Rostocker ins Feld, das unbeantwortet blieb. Bis zur gestrigen Urteilsverkündung herrschte Schweigen. Nun hat das Landgericht Köln zugunsten des Kreuzfahrtgiganten entschieden. Thomas Wagner legte sofort Berufung ein: „Notfalls ziehen wir bis vor den Bundesgerichtshof.“ Steinberg rechnet dabei mit bis zu 50000 Euro Kosten. Die könnten die 45 Arbeitsplätze im Leipziger Call-Center gefährden. Die Rostocker warten auf das schriftliche Urteil: „Wir haben nicht gegen die Firma geklagt, sondern nur gegen die Markenrechtsverletzung.“ Und die hätte Thomas Wagner von Anfang verhindern können.



Gut Lachen: Aida siegt gegen Aidu. Foto: dpa