LG München II, Endurteil v. 24.02.2026 – 1 O 948/25

Titel:

Fehlende wettbewerbliche Eigenart und Verwechslungsgefahr bei Verwendung gebräuchlicher Farben und Slogans durch Fahrschulen

Normenkette:

UWG § 4 Nr. 3

Leitsätze:

1. Wettbewerbliche Eigenart im Sinne von § 4 Nr. 3 UWG für die Darstellung einer Fahrschule liegt bei der Nutzung eines gebräuchlichen Farbtons (hier: orange) und eines allgemein gehaltenen Slogans wie „Dein Weg zum Führerschein“ nicht vor. (Rn. 16 – 20) (redaktioneller Leitsatz)

2. Eine Herkunftstäuschung im Sinne des § 4 Nr. 3 UWG setzt voraus, dass die angegriffene Gestaltung geeignet ist, auf die betriebliche Herkunft hinzuweisen, was bei gebräuchlichen Gestaltungen und Allerweltsbeschreibungen nicht der Fall ist. (Rn. 21 – 28) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

Fahrschule, ergänzender Leistungsschutz, Herkunftstäuschung, Wettbewerbliche Eigenart, Farbgestaltung, Sloganverwendung, Unternehmenskennzeichnung

Tenor

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

3. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

1
Der Kläger betreibt eine Fahrschule seit dem Jahr 1950 mit Filialen in P. und N. In N. sind auch die Beklagte und drei weitere Fahrschulen tätig.

2
Der Kläger hat seine Fahrschule mit orangeroter Farbe gestaltet.

3
Die Beklagte verwendet orange Farbtöne bei der Gestaltung der Fahrschule und auf Instagram.

4
Die B. Fahrschule in Nachbarschaft des Klägers, in der N., verwendet eine Kombination aus Gelb und Orange.

5
T. E. in W. (W.), verwendet die Farbe Orange für ihre CI.

6
Ebenso die Fahrschule O. in D. (V. 64, 92348 D.):

7
Der Kläger wirbt mit dem Slogan „Der zuverlässige Weg zum Führerschein“. Der Beklagte verwendet den Slogan „Dein Weg zum Führerschein“.

8
Der Kläger behauptet, seine Fahrschule habe einen hohen Bekanntheitsgrad und eine große Stammkundschaft. Der Kläger sieht sowohl in der grafischen Gestaltung der Fahrschule des Beklagten wie auch in dem verwendeten Slogan eine Herkunftstäuschung.

9
Der Kläger beantragt,

I. Der Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 € ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zur Bewerbung oder Kennzeichnung seines Fahrschulbetriebes im Landkreis N. und der angrenzenden Umgebung die Farbe Verkehrsorange bzw. Leuchtorange im Außenauftritt und/oder in der Werbung zu verwenden, sofern dies in einer Weise erfolgt, wie sie in der Klageschrift dargestellt ist und geeignet ist, eine Verwechslung mit dem Betrieb der Klägerin hervorzurufen.

II. Der Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 € ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Rahmen der Fahrschulausbildung den Slogan „Dein Weg zum Führerschein“ oder eine zum Verwechseln ähnliche Wortfolge in der Werbung zu nutzen, wenn dies – wie in der Klageschrift gezeigt – geeignet ist, eine Verwechslung mit der Klägerin herbeizuführen.

III. Der Beklagte wird verurteilt, Auskunft über den Umfang seiner Werbemaßnahmen unter Verwendung der oben genannten Merkmale zu erteilen.

IV. Der Beklagte wird verurteilt, den durch sein wettbewerbswidriges Verhalten bei dem Kläger entstandenen Schaden zu ersetzen.

10
Der Beklagte beantragt,

Die Klage wird abgewiesen.

11
Der Beklagte hält weder in Bezug auf den von ihm verwendeten Farbton, noch in Bezug auf die Formulierung seines Slogans eine wettbewerbliche Eigenart für erkennbar.

12
Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 24. 02. 2026 verwiesen.

Entscheidungsgründe

13
Die Klage bleibt ohne Erfolg.

I.

14
Die Klage ist zulässig. Zwar geht auch noch der geänderte Klageantrag relativ weit. Ob Unterlassung in dieser Breite verlangt werden kann, ist aber letztlich eine Frage der Begründetheit und führt nicht zur Unbestimmtheit der Klage.

II.

15
Indes stehen dem Kläger die gem. §§ 3, 4 Nr. 3 UWG geltend gemachten Ansprüche nicht zu.

16
1. Es fehlt bereits an der wettbewerblichen Eigenart der angegriffenen Gestaltungen.

17
Eine wettbewerbliche Eigenart liegt vor, wenn die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des Erzeugnisses geeignet sind, die angesprochenen Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen (Köhler/Feddersen/Köhler/Alexander, 44. Aufl. 2026, UWG § 4 Rn. 3.24a mwN.).

18
Daran fehlt es vorliegend.

19
a) Wie die Gestaltungen der übrigen Fahrschulen in N. nebst Umland zeigen, ist die Verwendung von Farben aus dem rotgelben Spektrum sehr gebräuchlich.

20
b) Der Slogan „Dein Weg zum Führerschein“ ist eine einfache Formulierung, die – wie bei Fahrschulen nicht anders zu erwarten – den Erwerb eines Führerscheins in den Blick nimmt. Sie lässt keinen spezifischen Bezug zu einem bestimmten Betrieb vermuten.

21
2. Auch fehlt es an der Gefahr einer Herkunftstäuschung.

22
a) Zu Herkunftstäuschungen kann es nur kommen, wenn man der Originalgestaltung eine Herkunft ansieht. Das ist bei Allerweltsausführungen nicht der Fall. Auch Merkmale, die durch die Beschaffenheit der Sache selbst bedingt sind, wirken nicht als Herkunftssignal. Vielmehr können nur wettbewerblich eigenartige Gestaltungen eine Herkunftsvorstellung in dem Sinne auslösen, dass ein Angebot nur von einem Anbieter stammen könne. Die wettbewerbliche Eigenart ist mithin die Eignung, auf die Herkunft oder auf Besonderheiten eines Angebots hinzuweisen (Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/ Sambuc, 5. Aufl. 2021, UWG § 4, Rn. 159 mwN.).

23
b) Diese Gefahr besteht vorliegend nicht.

24
aa) Die grafische Gestaltung des Betriebs des Beklagten weist keine Ausführungen auf, die die Verkehrskreise möglicherweise spezifisch mit dem klägerischen Angebot in Verbindung bringen.

25
Namentlich ist ein Farbton aus dem orangeroten Farbenspektrum keine außergewöhnliche Gestaltung, die man dem klägerischen Unternehmen als Eigenart im Sinne einer Besonderheit zuschreiben würde, sie wirkt vielmehr unspezifisch; zudem ist die farbliche Gestaltung des klägerischen Betriebes ausweislich der in der Klageschrift wiedergegebenen Ablichtung inhomogen. Eine Eigenart könnte mithin ohnehin nicht in einem einzigen Farbton, sondern gerade nur in dieser gemischtfließenden Gestaltung vorliegen. Zuletzt ist der Farbton zu 3/4 dunkelrot und nur zu 1/4 heller, während die Gestaltung des Beklagten orange ist.

26
(2) Die Werbebanner des Klägers sind lichtdurchlässig, die des Beklagten lichtundurchlässig. Schon insoweit besteht ein gravierender Unterschied auch in der Art der Gestaltung.

27
(3) Das vom Kläger verwendete Zeichen ist von einer eckigen Gestaltung mit drei Linien in roter Farbe geprägt, während der Beklagte eine weiße Straße verwendet, bestehend aus zwei Spuren in weiß auf orangem Untergrund, ebenfalls grundlegend verschieden.

28
bb) Der klägerische Slogan „Der zuverlässige Weg zum Führerschein“ deckt sich mit dem des Beklagten insoweit, als in beiden Texten die Worte „Weg zum Führerschein“ enthalten sind. Das ist jedoch eine Allerweltsbeschreibung, die der Verkehr nicht einer spezifischen Fahrschule zuordnen wird. Die Verwendung des Begriffes „Weg“ ist bei Fahrschulen, deren Geschäftsbereich mit dem Straßenverkehr unvermeidlich verbunden ist, naheliegend und demgemäß allgemein üblich. Zudem ist durch die personale Zuordnung des Beklagten zum Kunden durch die Formulierung „Dein Weg zum Führerschein“ eine grundlegend andere Ausrichtung vorgegeben, als durch die vom Kläger gewählte Formulierung „Der zuverlässige Weg zum Führerschein“.

III.

29

Die Nebenentscheidungen ergeben sich aus den §§ 91 Abs. 1, 709 S. 1 ZPO.