

---

Case Study

## **Jack Wolfskin in der Abmahnfalle**



# Case

Mit der Abmahnung von Usern auf dem Internet-Plattform DaWanda hat der Hersteller für Outdoor-Bekleidung Jack Wolfskin sich in eine tiefe Reputationskrise gestürzt.

Der ‚Werbeblogger‘ war mit einer der ersten großen Weblogs, der über die Abmahnungen berichtete, nachdem sich ein User an den Autoren Roland Küh-von Puttkamer wendete.

<http://www.werbeblogger.de/2009/10/17/jack-wolfskin-eroeffnet-den-abmahn-herbst/>



17.10.09  
14:53 Uhr

Roland Küh-v. Puttkamer

**Jack Wolfskin eröffnet den Abmahn-Herbst!**

Ein Gastbeitrag von *Ralf Schwartz, mediaclinique*

# Causes of Issues

Ursache waren angebliche Markenschutzverletzungen von Usern, die Eigenerzeugnisse mit Katzen-/Tierpfoten bestickten. Jack Wolfskin sah sich genötigt, gegen diese User rechtliche Schritte einzuleiten.

Nebenstehendes Bild zeigt einen der angebotenen DaWanda-Artikel, die Jack Wolfskin über die Kanzlei Harmsen Utescher abmahnen ließ.

Kategorie: [Mode](#) » [Oberteile](#) » [Tops](#) »

## T-Shirt Top Katze Ball Pfoten

Verkäufer: [Bellythecat](#)



# Development

Wenig später berichtet der PR-Blogger, Klaus Ek, über den Fall in seinem Blog. Bedenkt man, dass mittlerweile ca. 20 % der Tagesjournalisten ihre Themen aus dem Web beziehen und bereits zwei reichweitenstarke Online-Medien zeitnah berichte, ist die öffentliche Wahrnehmungsgrenze zu diesem Zeitpunkt bereits erreicht.

« 10 Personal Branding Tipps für Ihren Erfolg | Start | Youtube-Monitoring leicht gemacht »

19. Oktober 09

## Jack Wolfskin in der öffentlichen Abmahnfalle

Die klassische Markenführung muss sich Veränderungen gefasst machen, wenn der (kleine) Fall Jack Wolfskin Schule macht. Eigentlich war alles ganz eindeutig, zumindest aus der Sicht des Outdoor-Markenartiklers Jack Wolfskin, der seine Markenrechte gefährdet sah und deshalb gegenüber Dawanda und einige der Dawanda-Mitglieder seine Rechte in Anspruch nahm.

Doch dann sprechen sich die Konsumenten und Influencer in den Foren und Blogs gegen die Abmahnung aus und stellen Goliath Jack Wolfskin an den Online-Pranger. So schreibt Ralf Schwartz im **Werbeblogger**:

"Mit Jack Wolfskin vergreift sich wiederum eine weltweit agierende und sich selbst für integer haltende Marke an den kleinsten und schwächsten Gliedern des Long Tail. Jack Wolfskin, dessen Logo eine Wolfstatze ziert, untersagt allen Anbietern von Pfoten(!)-Designs die Verwendung derselben, denn Jack Wolfskin sieht seine Markenrechte verletzt!" (zitiert nach **Mediaclinique**, weil der Server vom Werbeblogger noch unter dem erheblichen Traffic leidet)

Ob Jack Wolfskin wirklich das Recht hat, alle Katzenpfoten-Abbildungen im Netz für sich zu vereinbaren, sei völlig dahingestellt. Die Abmahnungen finden jedoch nicht mehr unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt und wirken somit auf den Markenartikler deutlich zurück. Es ist wieder ein typischer Issue-Verlauf. Anfangs diskutierten nur wenige Betroffene in den Foren von Dawanda über die erhaltenen Abmahnungen und zeigten ihr Unverständnis.

# Lead

Es folgen Horizont.de und Spiegel Online, ebenso wie Focus Online und der Mediendienst Meedia.de.

Die Reichweite des Thema hat inzwischen Spitzenwerte erreicht, da nicht nur die größten Online Medien berichten, sondern ca. 60 – 70 diverse Blogs.

Die Verbreitung der Meldungen über Twitter erreicht somit innerhalb kürzester Zeit eine breite Masse und ist nicht mehr auf eine Special Ineterest-Zielgruppe fokussiert.

19.10.2009

➔ Versenden ✎ Kommentieren ⬇️ Ablegen 🖨️ Drucken 🔍 🔍 🔍

## Abmahnaktion: Jack Wolfskin geht gegen Hobbybastler vor



Jack Wolfskin habe das Markenrecht an der Darstellung von Tiertatzen jeglicher Art

Zwei Mitglieder der Bastelcommunity **Dawanda** dürften nicht schlecht gestaunt haben, als sie kürzlich Post des Outdoorherstellers **Jack Wolfskin** im Briefkasten hatten. Wegen der Verwendung von stilisierten Katzenpfoten auf ihren hausgemachten Bastelwaren, die über den Dawanda-Shop zum Verkauf angeboten werden, sollen die Frauen um die 900 Euro an den Hersteller zahlen. Die Begründung: Jack Wolfskin habe das Markenrecht am Tatzenlogo - und das schließt offenbar nicht nur die Wolfspfote, sondern Darstellungen von Tiertatzen **jeglicher Art** ein.

Bereits Anfang Oktober hatte Wolfskin Dawanda, eine zur Verlagsgruppe Holtzbrinck gehörenden Marktplatz, auf dem User selbstgefertigte Waren zu Verkauf anbieten, aufgefordert, sämtliche "Tatzen"-Produkte von der Plattform zu entfernen. Anderenfalls würde der Betreiber kostenpflichtig in Regress genommen werden.

Die Dawanda-Mitglieder sind nicht die ersten, die Kontakt mit den Anwälten des Herstellers hatten: Neben mehreren Internet-Shopbetreibern war auch die "Tageszeitung" (taz) bereits in einen Rechtsstreit mit Wolfskin verwickelt - was zur Folge hatte, dass der Verlag sein Logo nun nicht mehr auf Produkten anwenden darf, die zum Kerngeschäft des Outdoorherstellers gehören. *np*

# Lead

19.10.2009, 17:08 | ★★★★★ | 136 Kommentare | Artikel merken

## Jack-Wolfskin-Tatze Abmahnwelle gegen Hobby-Designer

**Jack Wolfskin mahnt Verkäufer ab, die Tatzen auf ihren Produkten zeigen. Das Netz solidarisiert sich mit den Abgemahnten, der Outdoor-Ausrüster erlebt einen PR-Gau.**

Von FOCUS-Online-Autorin Claudia Frickel

Taschen aus Filz, selbstgenähte Kleidung, Buttons mit ungewöhnlichen Motiven: Dawanda ist eine Online-Plattform, bei der Hobby-Künstler und -Designer ihre Produkte verkaufen können. Sie werden in kleinen Stückzahlen hergestellt. Auch Verkäuferin Fliegenpilze ist bei Dawanda aktiv und bietet unter anderem selbstgenähte Visitenkarten-Etuis an.



Screenshot Dawanda  
Die Homepage von Dawanda

Doch nun hat sie wie sechs weitere Dawanda-Mitglieder einen Brief des Outdoor-Ausrüsters Jack Wolfskin bekommen. „Ich hab heute eine Abmahnung von Jack Wolfskin im Briefkasten gehabt, 991 Euro“, schreibt sie im Forum der Seite. Userin Dasaba antwortet kurze Zeit später: „Huhu, jetzt sind wir schon zwei. Ein 859-Euro-Einschreiben hat mir der Postbote heute gebracht.“ Der Grund: Jack Wolfskins Logo ist eine Wolfspfote, der Hersteller beansprucht aber das Markenrecht für alle möglichen pfotenähnlichen Abbildungen – egal ob von Katzen oder anderen Tieren.

**ZUM THEMA**  
**Homepage, Blog & Co.:**  
[Vorsicht vor der Abmahnfälle](#)  
**Weblogs:**  
[Neue Abmahnwelle im Internet](#)

19.10.2009 Drucken | Senden | Feedback | Merken

## Pfoten-Markenrecht

## Jack Wolfskin mahnt Bastler wegen Tatzen-Mustern ab

Von Konrad Lischka



zur Fotostrecke >>> Monika Stelly

**Mit voller Härte gegen die ganz Kleinen: Der Outdoor-Riese Jack Wolfskin mahnt ohne Vorwarnung Hobby-Handarbeiter ab, die im Web selbstgebastelte Ohrstecker, Taschenspiegel und Sticker verkaufen. Ihr Vergehen: Auf den Handarbeiten sind Pfotenabdrücke zu sehen.**

# Focus und Meedia halten das Issue lebendig

Das Issue ist noch immer im Interesse der größten Online Medien. So berichtet Focus Online am 20.10. wieder über den Fall. 111 Kommentare werden zu dem Artikel von der zuständigen Redaktion freigeschaltet. (Siehe unten)

20.10.2009, 11:22 | ★★★★★ | 111 Kommentare | Artikel merken ↗

## Abmahnwelle

### Jack Wolfskin gibt nicht nach

Der Outdoor-Ausrüster hält an den Abmahnungen für Hobby-Designer fest, die Tatzenprodukte verkaufen. Im Internet rufen nun viele User zum Boykott von Jack Wolfskin auf.

Von FOCUS-Online-Autorin *Claudia Frickel*

## BEKLEIDUNGS-HERSTELLER VERSCHICKT ABMAHNUNGEN

### Web wehrt sich gegen Jack Wolfskin

(Update am Text-Ende!) Die "taz" in Berlin weiß schon länger: Wenn es um das Tatzen-Logo geht, legt man sich besser nicht mit Jack Wolfskin an. Bereits 2007 verlor die "Tageszeitung" einen Markenrechts-Prozess. Am Wochenende wurde nun bekannt, dass sich das Idsteiner Unternehmen Mitglieder der Handarbeitsplattform Dawanda abmahnte. Die Folge: Die Blogosphäre regt sich auf, schafft eine empörte Gegenöffentlichkeit und so wahrscheinlich einen zweiten Fall Jako. Bislang kennt die Story nur einen Verlierer: Jack Wolfskin.

## DIE ABGEMAHNTE DAWANDA-NUTZER MÜSSEN ZAHLEN

### Keine Gnade: Jack Wolfskin bleibt hart

Im gefühlten Kampf zwischen dem Web und Jack Wolfskin bleibt der BekleidungsHersteller hart. Es wird keine Gnade gegen die abgemahnten DaWanda-Mitglieder geben. "Jack Wolfskin als Markeninhaberin", heißt es in der neuesten Unternehmens-Mitteilung "hat daher das Bestreben und die Pflicht, die Marke gegen ähnliche Drittzeichen zu verteidigen, da die Marke sonst geschwächt wird." Damit fährt Wolfskin einen klaren Konfrontations-Kurs.

# Time matters!

---

- Der Werbeblogger ging mit dem Posting um 14:53 online.
- 2 Stunden und 15 Minuten später erschien der Artikel auf Focus.de und konnte bislang auf den hier erwähnten Seiten schon über 2,26 Millionen Leser erreichen
- Insgesamt verwiesen bereits schon 60 – 70 Blogs auf den Fall und die entsprechenden Issues bei DaWanda; nicht zu erwähnen, was auf Twitter u.a. Diensten passierte
- Parallel dazu wurden die ersten Print-Medien (z.B. taz) auf den Fall aufmerksam und begannen mit ihren Recherchen beim Werbeblogger (Roland Kühl-v.Puttkamer als Key Journalist)
- Am Ende der Woche ist die Anzahl der Boykott-Aufrufe über Twitter und in Social Communities massiv angestiegen, so dass der Reputationsschaden bei Leuten entsteht, die schon gar nicht mehr zu Kernzielgruppe von Jack Wolfskin gehören.
- In dem Zeitraum hatte Jack Wolfskin eine große Werbekampagne, die für zusätzliche Wahrnehmbarkeit der Marke sorgte. Das Issue schmälerte den Erfolg der Kampagne deutlich und verursachte direkten finanziellen Schaden.
- Jack Wolfskin zog sämtliche Abmahnung nach fünf Tagen zurück.

# Kontakt

---

medienwesen Kommunikation  
www.medienwesen.de  
dialog@medienwesen.de

Beachten Sie bitte unser Impressum und unsere Datenschutzvereinbarungen unter  
> <http://www.medienwesen.de/impressum>  
> <http://www.medienwesen.de/impressum/datenschutz>