

Europas Höchstes Gericht Bestätigt OSHO Trademark / Lovemark!

17. Mai 2018

Das Gericht der Europäischen Union – Teil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH), mit Sitz in Luxemburg – das oberste rechtsprechende Organ der Europäischen Union (EU) – trifft eine endgültige Entscheidung über die OSHO Trademark und bestätigt Osho International Foundation als Eigentümerin der Marke.

Ein Urteil des Gerichts der Europäischen Union in Luxemburg vom 11. Oktober 2017 ist nun rechtskräftig und bestätigt die Gültigkeit der OSHO Trademark als Eigentum der OSHO International Foundation, Schweiz [Fall T670 / 15].

In diesem Artikel werden wir die Vorgeschichte dieses Rechtsfalls und dessen Auswirkungen näher betrachten und den Lesern der OSHO Times einen Hintergrund geben, warum Osho die Notwendigkeit sieht, seinen Namen und seine Arbeit rechtlich zu schützen, und warum die OSHO Trademark so einzigartig und erfolgreich ist.



Die letztendliche Entscheidung in diesem Fall ist in der Tat die rechtliche Bestätigung zweier früherer Entscheidungen des [Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum \(EUIPO\)](#) in den Jahren 2014 und 2015, die zwei sehr klare Entscheidungen zugunsten des Anspruchs der OIF auf die Marke getroffen und jeden Versuch abgelehnt hatte, die Marke zu löschen. Das Gericht hat in diesem abschließenden Urteil die früheren Entscheidungen des EUIPO zu jedem einzelnen Punkt bestätigt. Die OSHO Times hatte bereits über die [Entscheidung des EUIPO berichtet](#).

Der Versuch, die OSHO Schutzmarke für ungültig zu erklären, war Teil eines gemeinsamen Angriffs einer kleinen Gruppe von Personen, die versuchte, das geistige Eigentum von Osho unter ihre Kontrolle zu bringen. Diese Personen waren zuvor in die Arbeit der Foundation involviert, unter anderem Robert Doetsch, der auch als Swami Ramateertha, die dominierende Führerfigur eines lokalen Osho Meditationszentrums in Köln, bekannt ist. Doetsch, ebenfalls ein Anhänger von UG Krishnamurti, benutzte ein Meditationszentrum für einen juristischen Angriff auf Oshos Arbeit.

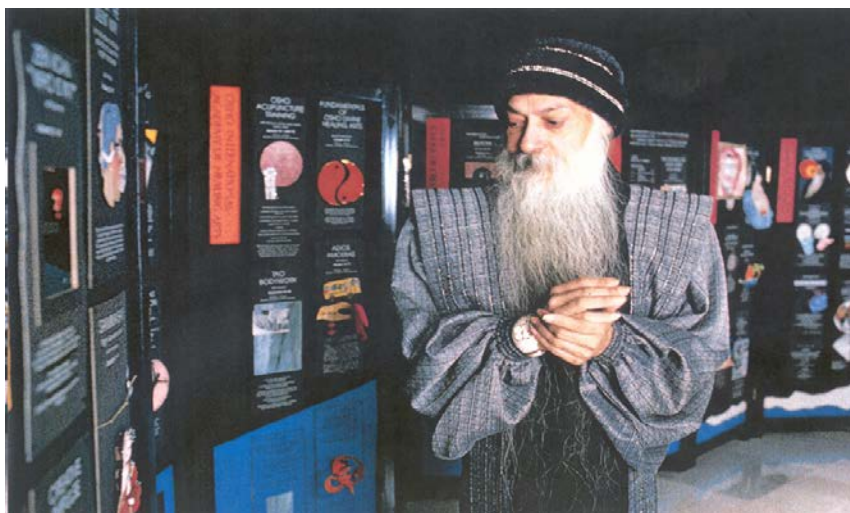
Doetsch war und ist an anderen ähnlichen Angriffen beteiligt, darunter an einem Versuch im Jahr 2014, die Kontrolle über die Schweizer Stiftung zu übernehmen. In einer ungewöhnlich

scharf formulierten Antwort wies die Schweizer Regierung alle Anschuldigungen gegen die Direktoren der Stiftung zurück und bestätigte, dass Doetsch die Schweizer Behörden mit falschen und böartigen Anschuldigungen getäuscht hatte. Zudem bestätigten die Schweizer Behörden, dass er vorsätzlich Informationen zurückgehalten hatte, dass er und ihm nahestehende Personen seit dem Jahr 2000 versucht hatten, gegen die International Foundation (OIF) in verschiedenen Ländern rechtliche Schritte einzuleiten, um die Schutzmarken und Urheberrechte der OIF „zu Fall zu bringen“. Doetsch und seine Gruppe hatten Schritte unternommen, um Kontrolle über die Stiftung zu bekommen, eine Stiftung, aus der Osho Doetsch dreißig Jahre zuvor, im Jahr 1986, persönlich gebeten hatte zurückzutreten, nachdem er von Sheela Silverman zunächst in den Vorstand berufen worden war.

Wie bei der Schweizer Aktion führte Doetsch das Europäische Markenamt vorsätzlich in die Irre, indem er vorgab, eine unabhängige Partei zu sein und seine frühere enge Beziehung zur Stiftung verheimlichte. Zu diesem Punkt erklärten die Richter: *„Der Beschwerdeführer [Osho Lotus Commune e.V. und Robert Doetsch] hat versucht, seine langjährige Verbindung mit der OIF zu verheimlichen.“*

Im Rahmen dieser Rechtsfälle veröffentlichten Doetsch und seine Gruppe, die wie Politiker handeln, jahrelang „Fake News“, verbreiteten absichtlich Falschinformationen über Trademarks und ihre Verwendung im Zusammenhang mit Oshos Werk, führten die Öffentlichkeit in die Irre, um die Integrität und den Ruf der Stiftung zu schädigen, die von Osho geschaffen wurde, um seine Arbeit fortzusetzen. Sowohl die Schweizer Regierung als auch das EU-Markenamt enthüllten diese Details als „böartig“, „falsch“, „absichtlich verwirrend“ und „unbegründet“. Trotz der klaren Entscheidungen dieser Regierungsorgane setzten Doetsch und seine Gruppe ihre Bemühungen fort, Spaltungen zwischen den an Oshos Werk beteiligten Personen zu verursachen.

Ramateertha führte Leute und Osho Zentren mit falschen Details über OSHO Trademarks, finanziellen Falschinformationen usw. in die Irre und versuchte im Prinzip, Oshos Stiftung als kriminell, kommerziell und kontrollierend darzustellen.



Im Januar 1990 besichtigt Osho die umbenannten Programmpräsentationen der OSHO Multiversity, nach seiner Anweisung, seine Arbeit und Werk als „OSHO“ zu präsentieren.

Wofür ist die OSHO Marke – und wofür nicht?

„OSHO“ hat sich nun zu einer „Lovemark“ entwickelt, zu einer dieser ungewöhnlichen Situationen, in denen eine Schutzmarke weit mehr ist als ein kommerzieller Quellenindikator – sie entwickelte zusätzliche Aspekte einschließlich einer emotionalen Assoziation, Respekt und Liebe.

Menschen kommen auf vielen verschiedenen Ebenen mit OSHO in Kontakt, durch Publikationen von Werken Oshos und der Stiftung, durch Meditationserfahrungen, „Musik aus der Welt von Osho“, Videos im Internet, Hörbücher, einen Besuch im OSHO International Meditation Resort oder in einem OSHO Meditation Center ... und durch viele andere Möglichkeiten. Es gibt so viele individuelle Erfahrungen, wie es Individuen gibt.

Osho hat ein unglaubliches Verständnis dafür, sein Werk zu präsentieren und erkennbar zu machen (to *brand*) indem er zu allem seinen Namen hinzufügt, zu Gebäuden, zu Meditationen, zu Musik, zu Abteilungen, zu Diskotheken – eigentlich zu allem, was ursprünglich mit seinem Werk zu tun hatte und unter dem Namen „Rajneesh“^[1] geschützt war. Schon in den siebziger Jahren war sein Name ein international eingetragenes Warenzeichen, das sein Werk schützte und diesen Namen seiner Foundation und seinen Meditationzentren vorbehielt. Osho stellte so sicher, dass sein Name und seine Marke auf der ganzen Welt bekannt waren.

Schutzmarken sind „Herkunfts-Kennzeichen“ – sie bestätigen, woher ein Produkt oder eine Dienstleistung kommt. Wir kennen Markennamen hauptsächlich in einem kommerziellen und korporativen Kontext und sind vertraut mit großen Markennamen wie SONY®, Microsoft® und Apple®, aber das Markenrecht gewährt auch gemeinnützigen Organisationen mit nichtkommerzieller Ausrichtung den gleichen Schutz und, wie in Oshos Fall, einem „spirituellen“ oder mehr „philosophischen“ Aspekt und Schwerpunkt ihrer Dienstleistungen, Arbeit und Produkte. Osho beschreibt die Verbindung zu ihm und seiner Arbeit oft als „Liebesaffäre“.

Zu seinen Lebzeiten schuf Osho eine Stiftung, die für die offizielle Verbreitung und Veröffentlichung seiner Arbeit, des Markennamens und der Trademark verantwortlich ist, die die Stiftung als formale Quelle angibt. Publikationen, Namen für Meditationszentren und Meditationen kommen von der Stiftung und werden gemeinsam von Personen genutzt, die sich involvieren und verbunden fühlen, basierend auf Oshos Anregung von „Mitarbeit“, „Kontribution“, „Meditation“ und „Festlichkeit“. Die OSHO Trademark, heute für viele eine „Lovemark“, repräsentiert eine breite Palette an digitalen Produkten, Büchern, Meditationsangeboten, sowie ein ganzes „Lifestyle Programm“, das viele Aspekte seiner Vision unter einer „Lovemark“ vereint.

In seinem Vorwurf, die OSHO Marke sei eine „Monopolisierung“, zeigt Doetsch ein völliges Missverständnis von Schutzmarken, des Schutzes von Urheberrechten und von Persönlichkeitsrechten, und er interpretiert absichtlich Osho und seinen Wunsch, seinen Namen und sein Werk zu schützen, falsch und erklärt in diesem Verfahren: „Die Absichten von

Osho selbst sind irrelevant." Das Gericht wies alle diese Argumente zurück und bestätigte Oshos Intention: Dass sein Werk unter der Marke OSHO verbreitet wird, unter der Qualitätskontrolle der Foundation, von Menschen, denen Osho vertraut. Und dass er verhindern wollte, dass jeder „Hinz und Kunz" unter einer OSHO-Assoziation operieren kann und vorgibt, in einer „Osho-Nachfolge" zu stehen, indem er seine eigenen Ideen oder verzerrten Versionen von Oshos Vision anbietet.

Die OSHO Schutzmarke ist für Osho Meditationszentren und Institutionen, die Oshos Vision in Verbindung mit der Stiftung unter Lizenz anbieten, kostenlos verfügbar. Die Marke steht für nicht autorisierte persönliche Geschäfte und persönliche Bereicherung nicht zur Verfügung, auch nicht für Aktivitäten, wie im Falle von Doetsch und seiner Gruppe, die explizit gegen die Osho Foundation gerichtet sind.

Ein sehr wichtiger Aspekt in diesem Fall war die Fehlinterpretation von Osho durch Doetsch, indem er ihn in die gleiche Kategorie wie Jesus und Buddha und andere religiöse Führerfiguren einordnete, die heute von den etablierten Religionen ausgebeutet werden. Das Gericht wies einen solchen Vergleich und jedes Argument in dieser Richtung zurück. Osho ist ein Individuum der Neuzeit, er genießt Rechtsschutz seiner Arbeit, seiner Urheberrechte und seines Namens – auch wenn einige Leute den Standpunkt nicht verstehen, den Osho während seines öffentlichen Lebens vertrat, als er genau diese religiösen Figuren und die Religionen, die sie hervorgebracht haben, bekämpfte.

Osho hat immer wieder klargestellt, dass er, egal wie sehr wir ihn als charismatische Erlöserfigur sehen wollen, kein „Führer" irgendeiner Art ist, weder in einem religiösen noch in irgendeinem anderen Sinne, und er distanzierte sich ausdrücklich von all diesen historischen Figuren:

„Ich habe ein schweres Gewicht auf mir, auf meinem Herzen getragen. Meine Gesundheit wurde aus vielen Gründen zerstört. Wichtig ist, dass ich über Menschen gesprochen habe, mit denen ich überhaupt nichts gemein habe. Ich lehne sie nicht nur ab, sondern ich sehe sie im Grunde als psychotisch, neurotisch, schizophran und lebensverneinend an. All diese Religionen in der Vergangenheit sind lebensverneinend. Niemand ist fürs Leben, niemand ist für Lebendigkeit, niemand ist fürs Lachen. Keine Religion hat Humor als ein Element von Religiosität akzeptiert."
~ Osho

Das Gericht erkannte und bestätigte, dass Aktivitäten, Dienstleistungen und Produkte in Wortkombinationen wie „*Osho Meditationen*", „*Osho Meditationszentren*", „*OSHO TIMES*", „*OSHO*" als Autorennamen, „*Musik aus der Welt von Osho*", „*Osho Tanz-Meditationstraining*"; „*Osho Vollmond Camp*", „*Osho Management Training*", „*Osho Festival*", „*Osho Celebrations*", „*Osho Pulsation Training*" und so weiter durch juristischen Markenschutz geschützt sind, „da die [Stiftung] unter dem Namen OSHO operiert, zielt sie explizit auf die Verbreitung des Lebenswerks und der Visionen von Osho ab und präsentiert konsequent alle seine Aktivitäten unter dieser Marke."

Die Tatsache, dass Osho die Aufgabe, dieses geistige Eigentum zu schützen und zu veröffentlichen, einer Stiftung übertragen hat, es unter den Schutz einer spezifischen Gruppe von Personen stellte, wurde von Doetsch als „Monopolisierung“ angegriffen – eine Interpretation, die von den Richtern völlig abgewiesen wurde.

Es ist nun endgültig durch das Gericht entschieden, dass die OSHO Schutzmarke kein Allgemeingut ist und nicht von jedermann für Publikationen, Werbung, Annoncen, diverse Meditationsaktivitäten, Nutzerkonten in sozialen Medien, Gruppen oder Aktivitäten verwendet werden kann, es sei denn, dies ist genehmigt. Das Urteil macht deutlich, dass ein bloßes Gefühl, von Osho „inspiriert“ zu sein, kein akzeptables Argument für die Verwendung des Markennamens in irgendeiner Weise ist. *„Im Gegensatz zu dem Namen 'Buddha' ist Osho kein Name, der fest in der Öffentlichen Domäne verankert ist.“* Dies stellt klar, dass in der Online Welt der sozialen Medien und Webseiten die unberechtigte Benutzung der Marke oder des Autorennamens Osho für Publikationen und/oder beziehungslose Dienstleistungen oder Produkte unter dem Markennamen OSHO Rechtsverstöße gegen die gültige Marke der Stiftung sind.

Erklärungen von zahlreichen Meditationslehrern und sogenannten Osho Therapeuten, eingereicht zur Unterstützung der Ungültigkeitserklärung der Marke, wurden von den Richtern entschieden zurückgewiesen, unter dem Hinweis, dass diese Stellungnahmen mit ihren persönlichen Einnahmen in Verbindung zu stehen schienen. Seit dem Urteil haben sich mehrere Personen öffentlich für ihre Beteiligung und Unterstützung am Angriff auf Oshos und der Foundation Arbeit entschuldigt. [Aneesha Kovida](#)

Die OSHO Schutzmarke, unter der die Foundation und qualifizierte Lizenznehmer operieren und Dienstleistungen und Produkte anbieten, ist in mehreren relevanten Markenklassen registriert. Siehe: [EU „OSHO“ Marke 01245300](#).

Die Marke ist in mehr als 40 Ländern gültig. Mit dieser Entscheidung hat der Europäische Gerichtshof die Marke „OSHO“ vor einem Versuch verteidigt, den Rechtsschutz von Oshos Werk zu entfernen – ein Schutz durch Markenrecht, der seit den 70er Jahren existiert.

Die Osho International Foundation besitzt, schützt und lizenziert aktiv die Urheberrechte von Oshos Werken und den Markennamen OSHO und hat dies seit 1985 resp. 1989 getan. Beide geschützten rechtlichen Konzepte von Urheberrechten und Schutzmarken wurden bereits zu Lebzeiten Oshos legal umgesetzt und waren schon immer der rechtliche Rahmen seiner Arbeit. Alle Behauptungen, dass Oshos Werk und sein geistiges Eigentum ohne rechtlichen Schutz sein sollen, oder Behauptungen, dass er persönlich seine Arbeit ungeschützt und für jedermann wahllos frei verfügbar haben wollte, ist Unsinn, böswillig, und ein Versuch, sein Werk, so wie er es hinterlassen hat, zu schädigen. Aufgrund dieser Entscheidung ist die Stiftung nun in der Lage, alle notwendigen Schritte zu unternehmen, um diese Rechte zu schützen und Oshos Werk nach seinen Vorstellungen zu präsentieren.

Quelle: OSHO Times