

## **Connies Doppelmoral – Markenschutz? Egal!**

Der Hamburger Carlsen Verlag, bekannt für Kinderbuch-Ikonen wie Conni und Pixi, gerät in die Kritik: Während er selbst konsequent gegen mutmaßliche Markenrechtsverletzungen vorgeht, wird ihm nun vorgeworfen, eine bestehende Wortmarke selbst verletzt zu haben – und auf Hinweise darauf mit Ignoranz, Ausflüchten und abwertenden Kommentaren zu reagieren.

### **Carlsen Verlag mahnt andere ab – und ignoriert selbst Markenrechte**

Carlsen verteidigt seine eigenen Marken mit großer Konsequenz: Die Bezeichnung „Pixi“ wurde mehrfach erfolgreich gegen Nachahmer verteidigt. Über die Kanzlei Frommer Legal lässt der Verlag regelmäßig Abmahnungen versenden – unter anderem wegen Markenrechtsverstößen. Frommer Legal ist gerade für marken- und urheberrechtliche Abmahnungen bekannt, auch im Auftrag von Verlagen und Rechteinhabern.

Doch wenn Carlsen selbst in die Rolle des möglichen Verletzers gerät, scheint ein anderer Maßstab zu gelten. Ein Anwalt des Verlags kommentierte den Hinweis auf die Markenproblematik mit den Worten:

*„Ich bin erst einmal im Urlaub – Ihre Angelegenheit ist ja nicht so wichtig.“*

Der in Urlaub gehende Anwalt behauptete sogar, Carlsen habe gar keine Hefte unter dem Titel „Daten-Füchse“ veröffentlicht – obwohl diese öffentlich einsehbar sind und der BfDI darin explizit als Kooperationspartner genannt wird.

Unsere Wortmarke Datenfüchse ist beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geschützt. Bereits 2019 wurden unter diesem Namen Unterrichtsmaterialien veröffentlicht – mit dem pädagogischen Ziel, Medienkompetenz im Grundschulbereich zu fördern. Diese Veröffentlichung ist durch mehrere eidesstattliche Versicherungen und technische Nachweise belegt. Aber der Carlsen Verlag ignoriert das!

Dennoch veröffentlichte der Carlsen Verlag im Jahr 2022 gemeinsam mit dem Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) eine Pixi-Reihe mit dem Titel „Die Daten-Füchse“ – ohne Rückfrage, Genehmigung oder Lizenz.

### **Ein klarer Fall – aber keine Einsicht**

Gerade der thematische Kontext macht den Fall brisant: Die Pixi-Hefte sollen Kinder für den sorgfältigen Umgang mit persönlichen Daten sensibilisieren – also für rechtliches und verantwortungsvolles Verhalten im digitalen Raum.

Dass genau dieses Projekt auf einer ungeklärten Markenrechtslage basiert, wirkt widersprüchlich. Wer Kinder zu fairen Verhaltensweisen anleiten will, sollte mit gutem Beispiel vorangehen – nicht die Rechte Dritter übergehen.

*Der Carlsen Verlag macht sich die Welt, wie sie ihm gefällt!*

## **Geschäftsführung relativiert – trotz klarer Belege**

Carlsen-Geschäftsführer Joachim Kaufmann kommentierte die ursprünglichen Unterrichtsmaterialien mit den Worten, es handele sich lediglich um „Datenblätter“, die „nicht bei Google auffindbar“ gewesen seien.

Dabei liegen Nachweise aus dem Jahr 2019 vor, die sowohl die Veröffentlichung als auch die Verbreitung belegen.

## **Nach dem Motto: Regeln gelten nur für andere?**

Ob absichtliche Missachtung oder fahrlässiges Handeln: Der Carlsen Verlag steht nun in der Verantwortung.

Denn wer selbst auf Markenschutz pocht, sollte diesen auch bei anderen respektieren.

Wie soll man Kindern diese Doppelmoral erklären – ausgerechnet in Pixi-Heften, die Medienkompetenz fördern sollen? Gerade deshalb fordern wir: eine sofortige Klärung der rechtlichen Situation, ein Ende der Verharmlosung – und eine faire Lösung.

Im Interesse aller Beteiligten. Und vor allem im Sinne der Kinder, die mit der Marke „Datenfüchse“ positive Werte wie Fairness und Respekt verbinden sollen.

**Wir sind gespannt auf die nächste Folge: „Connie und die Doppelmoral“ – oder das Pixiheft der Datenfüchse: „Datenschutz erklären – mit einer Marke, die einem nicht gehört?“**

### **Pressekontakt:**

 [bildung@digitalfuechse.de](mailto:bildung@digitalfuechse.de)

 [www.digitalfuechse.de](http://www.digitalfuechse.de)