

Volltext zu:	MIR 2021, Dok. 076
Veröffentlicht in:	MIR 09/2021
Gericht:	OLG Frankfurt a.M.
Aktenzeichen:	6 U 46/20
Entscheidungsdatum:	29.06.2021
ECLI:	ECLI:DE:OLGHE:2021:0629.6U46.20.00
Vorinstanz(en):	LG Frankfurt a.M., 20.02.2020 - 2-3 O 109/19
Bearbeiter:	Rechtsanwalt Thomas Ch. Gramespacher
Permanenter Link MIR-Dok.:	http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=3117

medien-internet-und-recht.de

ISSN: 1861-9754

MEDIEN INTERNET und RECHT und alle in der Publikation/Zeitschrift enthaltenden Inhalte, Beiträge, Abbildungen und Veröffentlichungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Verlagsrechte erstrecken sich auch auf die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und deren Leitsätze, die urheberrechtlichen Schutz genießen, soweit sie vom Einsender oder von der Schriftleitung/Redaktion redigiert bzw. erarbeitet sind. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Nutzungs-/Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechtsübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM, Dateikopien oder andere Verfahren in Online- und Printmedien etc.) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mit Namen (Autor/Gericht/Quelle) gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Inhaltliche/redaktionelle Fehler vorbehalten.

OBERLANDESGERICHT FRANKFURT a.M. Beschluss

In dem Rechtsstreit (...)

Von den Kosten des Rechtsstreits hat die Klägerin 1/10 und die Beklagte 9/10 zu tragen.

Der Gebührenstreitwert des Berufungsverfahrens wird auf 75.000 € festgesetzt.

Gründe

I. Die Parteien sind Wettbewerber im Bereich des Vertriebs nostalgischer Blechschilder. Sie streiten um wettbewerbs- und markenrechtliche Unterlassungsansprüche, Schadensersatzfeststellung und Erstattung vorge richtlicher Rechtsanwaltskosten.

Mit ihrer am 11.3.2019 bei Gericht eingegangenen und der früheren Beklagten am 29.4.2019 zugestellten Klage hat die Klägerin Unterlassung der früheren Beklagten begehrt, sich auf eine mehr als 100-jährige Tradition in der Herstellung von Blechschildern zu berufen [Klageantrag zu I. (i)] sowie die Firma „A Manufaktur GmbH“ (Klageantrag zu I. (ii)) und als Firmenzusatz die Angabe „vormals D und Plakatindustrie“ [Klageantrag zu I. (iii)] zu führen. Darüber hinaus hat sie von der früheren Beklagten die Unterlassung der Nutzung der Domain mit der URL „plakat-industrie.de“ verlangt, solange diese hierüber Blechschilder als Dekorationsartikel anbietet [Klageantrag zu II.]. Auch hat sie die Feststellung begehrt, dass die frühere Beklagte Schadensersatzpflichtig im Hinblick auf die im Klageantrag zu I. genannten Verletzungshandlungen ist. Mit ihrem Klageantrag zu IV. hat sie vorgerichtliche Abmahnkosten im Umfang von 2.575,90 € gefordert. Die frühere Beklagte hat Klageabweisung beantragt.

Durch das den Parteien am 24.2.2020 zugestellte Urteil vom 20.2.2020, auf das zur näheren Sachdarstellung Bezug genommen wird, hat das Landgericht die frühere Beklagte zur Unterlassung hinsichtlich der Klageanträge zu I. (ii) und (iii) verurteilt, sowie ihre entsprechende Schadensersatzpflicht festgestellt. Weiter hat es die frühere Beklagte zur Zahlung vorgerichtlicher Rechtsanwaltskosten in Höhe von 699,75 € verurteilt.

Die Klägerin hat mit ihrer am 6.3.2020 eingelegten und mittels eines am 11.5.2020 beim Oberlandesgericht eingegangenen Schriftsatzes begründeten Berufung ihre Klageanträge weiterverfolgt, soweit ihnen das Landgericht nicht entsprochen hat. Die frühere Beklagte hat mit ihrer am 24.3.2020 eingelegten und mittels eines am 25.5.2020 beim Oberlandesgericht eingegangenen Schriftsatzes begründeten Berufung die vollständige Abweisung der Klage angestrebt.

Nachdem die frühere Beklagte aufgrund Verschmelzungsvertrages vom 9.7.2020 auf die B Plakat-Industrie GmbH mit Sitz in Stadt1 verschmolzen worden ist, haben die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache übereinstimmend für erledigt erklärt.

II. Nachdem die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache übereinstimmend für erledigt erklärt haben, war über die Kosten gemäß § 91a ZPO unter Berücksichtigung des bisherigen Sach- und Streitstandes nach billigem Ermessen zu entscheiden. Dies führt zur tenorierten Kostenverteilung, da die Parteien ohne den Eintritt des erledigenden Ereignisses in der Berufung in diesem Verhältnis unterlegen wären.

Die Klägerin wäre bei Fortgang des Rechtsstreits mit ihrem Klageantrag zu I. (i) und mit ihrem Klageantrag zu III. im Umfang von 1/3 unterlegen. In Übereinstimmung mit den Ausführungen des Landgerichts bemisst der Senat den Wert des Klageantrags zu I (i) mit 7.000,- € und den Wert des Klageantrags zu III. insgesamt mit 4.000,- €. Entsprechend errechnet sich die tenorierte Kostenquote.

1. Das Landgericht hat den Klageantrag zu I. (i) zu Recht abgewiesen. Insoweit wäre die Klägerin bei Fortgang des Rechtsstreits unterlegen. Der Klägerin steht gegen die Beklagtenseite kein Anspruch auf Unterlassung der Behauptung einer Unternehmenstradition von mehr als 100 Jahren gemäß §§ 8 Abs. 1, 3, 5 Abs. 1 S. 1 und 2 Nr. 3 UWG zu.

Die angegriffene geschäftliche Handlung der früheren Beklagten ist nicht unlauter im Sinne der §§ 3, 5 Abs. 1 S. 1 und 2 Nr. 3 UWG, weil sie die angesprochenen Verkehrskreise nicht über die Tradition des Unternehmens der früheren Beklagten in die Irre führt. Die Werbung der früheren Beklagten mit dem Gründungsjahr ist sachlich gerechtfertigt und nicht angreifbar.

Eine Werbung ist grundsätzlich nur dann irreführend, wenn sie geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise irrige Vorstellungen über die Eigenschaft oder die Befähigung des Unternehmens hervorzurufen und die zu treffende Marktentscheidung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen (BGH GRUR 2012, 1053 - Marktführer Sport). Sie ist insbesondere dann irreführend, wenn das Verständnis, das sie bei den angesprochenen Verkehrskreisen erweckt, nicht mit den tatsächlichen Verhältnissen übereinstimmt (BGH GRUR 2015, 907 - TIP der Woche; BGH GRUR 2018, 433 - Tiegelgröße).

Die frühere Beklagte hat mit der streitgegenständlichen Altersangabe diejenigen angesprochen, die Blechschilder erwerben wollen. Hierbei handelt es sich um den allgemeinen Verkehrskreis, weswegen der Senat auf seine eigene Sachkunde und Lebenserfahrung abstellen kann (BGH GRUR 2012, 1054 - Marktführer Sport; BGH GRUR 2002, 184 - Das Beste jeden Morgen).

Da der Hinweis der früheren Beklagten auf das Alter ihres Unternehmens Kontinuität suggeriert, muss die wirtschaftliche Fortdauer während der behaupteten Jahre vorliegen. Das Unternehmen der früheren Beklagten muss damit trotz aller im Laufe der Zeit eingetretenen Änderungen noch mit dem früheren Unternehmen als wesensgleich angesehen werden können. Dann ist die Werbung mit dem Gründungsjahr sachlich gerechtfertigt. Abzustellen ist hierbei auf eine Geschäftskontinuität, die bei einer vollständigen Änderung des Fabrikationsprogrammes entfallen kann. Aber auch bei nur teilweiser Änderung des Fabrikationsprogramms kann eine Alterswerbung wegen fehlender Kontinuität als irreführend angesehen werden, wenn sich das Herstellungsprogramm wesentlich geändert hat (vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen/Bornkamm, 39. Aufl. 2021, UWG, § 5, Rn 4.62).

Nach diesen Grundsätzen ist das Landgericht zutreffend von einer wirtschaftlichen Fortdauer während der von der früheren Beklagten behaupteten Jahre ausgegangen. Das (gegenwärtige) Unternehmen der früheren Beklagten kann trotz aller im Laufe der Zeit eingetretenen Änderungen noch mit dem früheren Unternehmen als wesensgleich angesehen werden, weil die frühere Beklagte - obwohl erst 2017 gegründet - auf eine wirtschaftliche Aktivität der D und Plakat-Industrie GmbH zurückgreifen kann, die mit ihrer jetzigen Aktivität wesensgleich ist.

Die (vollständige) Herstellung der Blechschilder durch die D und Plakat-Industrie GmbH und die von der früheren Beklagten durchgeführten „Veredelungstätigkeiten“ stellen eine wesensgleiche Aktivität dar. Die insoweit beweisbelastete Beklagtenseite hat hierzu den Kaufvertrag gemäß der Anlage B1 mit der D und Plakat-Industrie mbH vorgelegt. Zwischen den Parteien ist unstreitig, dass diese Gesellschaft seit 1904 selbst Blechschilder in Stadt2 gefertigt hat. Auch hat die Klägerin nicht in Abrede gestellt, dass die frühere Beklagte die ihr zuge lieferten bedruckten Schilder in Stadt2 veredelt, indem sie diese locht, prägt und die Kanten umschlägt.

Entgegen der Meinung der Klägerin ist es zur Annahme einer Geschäftskontinuität nicht erforderlich, dass die frühere Beklagte auch heute noch sämtliche Produktionsschritte selbst vornimmt. Der Durchschnittsverbraucher rechnet mit gewissen Änderungen, die im Zuge der Entwicklung der Technik liegen (vgl. etwa

Köhler/Bornkamm/Feddersen/Bornkamm, a.a.O.). Der angesprochene Verkehrskreis erwartet vor dem Hintergrund einer in allen Geschäftsbereichen um sich greifenden Kostenoptimierung nicht mehr, dass sämtliche Produktionsschritte zur Herstellung nostalgischer Blechschilder in einem Unternehmen durchgeführt werden, also, dass überhaupt keine Zulieferung erfolgt. Nach dem hier zu beurteilenden, unstreitigen Sachverhalt findet die weit überwiegende Produktion des von der früheren Beklagten angebotenen Endprodukts im Betrieb der früheren Beklagten in Stadt2 statt. Nach den nicht angegriffenen Ausführungen der früheren Beklagten zu ihren Tätigkeiten im Fertigungsprozess nehmen diese den weit überwiegenden Anteil der Arbeitszeit des gesamten Herstellungsprozesses in Anspruch. Entsprechend ist das von der früheren Beklagten angebotene (End-) Produkt (nostalgisches Blechschild) auch nicht bereits fertig hergestellt, wenn es die frühere Beklagte angeliefert erhält. Es handelt sich nach ihrem Vortrag um eine Art „Rohling“, der bis zum Verkauf einer nicht unerheblichen weiteren Verarbeitung bedarf, um ihn schließlich in dem von den Parteien umworbenen Markt nostalgischer Blechschilder als Dekorationsware anbieten zu können. Der von der früheren Beklagten dargestellte Verarbeitungsprozess umfasst wesentliche Produktionsschritte des gesamten Herstellungsprozesses, so dass eine wirtschaftliche Kontinuität anzunehmen ist. Hierbei ist es auch unerheblich, ob Inhaberwechsel, Rechtsnachfolgen, Änderungen des Firmennamens oder der Rechtsform erfolgt sind (OLG Dresden GRUR 1998, 172).

2. Der Klageantrag zu I. (ii) war bis zur Verschmelzung der früheren Beklagten begründet. Die Klägerin ist berechtigt gewesen, von der früheren Beklagten die Unterlassung der Führung der Firma „A Manufaktur GmbH“ gemäß §§ 8 Abs. 1, 3, 5 Abs. 1 S. 1 und 2 Nr. 3 UWG zu verlangen. Erst durch die erfolgte Verschmelzung der früheren Beklagten ist die für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr entfallen (vgl. Hinweis des Senats vom 1.6.2021).

Die von der Klägerin beanstandete Firmierung der früheren Beklagten ist im Hinblick auf das Wort „Manufaktur“ irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 S. 1 und 3 Nr. 3 UWG.

Der Beklagtenseite ist zuzugeben, dass der Begriff „Manufaktur“ grundsätzlich einem Bedeutungswandel unterliegen kann. Da sich die Bedeutung einer Angabe nach der Auffassung des Verkehrs richtet, diese sich aber wandeln kann, muss sich mit der Verkehrsauffassung auch die Bedeutung einer Angabe ändern, von der wiederum die Feststellung abhängt, ob eine Angabe irreführend ist oder nicht (BGH GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel).

Vorliegend kann aber weder davon ausgegangen werden, dass sich der Begriff „Manufaktur“ bereits vollständig hin zum Synonym für „Fabrik“, „Firma“, „Unternehmen“ oder „Werk“ gewandelt hätte, noch, dass eine solche neue Bedeutung schon so weit eingeführt wäre, dass sie nicht mehr als irreführend beanstandet werden könnte (vgl. BGH GRUR 1960, 567 - Kunstglas). Dies ergibt sich auch nicht aus den Ausführungen der früheren Beklagten in ihren Schriftsätzen vom 29.7.2019 und 7.2.2020, so dass dahinstehen kann, ob das Landgericht das Vorbringen aus dem Schriftsatz vom 7.2.2020 zu Recht als Vorbringen nach Schluss der mündlichen Verhandlung gewertet hat. Das vorgelegte Suchergebnis einer Recherche aus dem gemeinsamen Registerportal der Länder (Anlage B11, Bl. 150 - 204 d.A.) und das vorgelegte Ergebnis einer Recherche im Markenregister (Anlage B12, Bl. 205 - 235 d.A.) lassen entgegen der Meinung der Beklagtenseite keinen Rückschluss auf die Wandlung des Verkehrsverständnisses im Sinne ihres Vortrages zu. Die Suchergebnisse zeigen einzig, dass der Begriff offenbar vielfache Verwendung findet, nicht aber, mit welcher Bedeutung dies geschieht und auch nicht, welche Bedeutung die jeweils angesprochenen Verkehrskreise diesem beimessen. Dass nach dem Vortrag der früheren Beklagten unter den aufgezählten Unternehmen auch solche sind, die keinerlei handwerkliche Leistungen anbieten, lässt gleichfalls nicht den Schluss zu, was der hier angesprochene Verkehrskreis unter „Manufaktur“ versteht. Soweit die frühere Beklagte weiterhin auf einen Auszug aus dem Duden verweist (Anlage B3, Bl. 95 d.A.), ergibt sich aus diesem eben auch, dass das Wort „Manufaktur“ als Synonym für „Handarbeit“ Verwendung findet. Der Duden nennt diese Bedeutung sogar noch vor den von der Beklagtenseite angeführten Begriffen „Unternehmen“ und „Werk“.

In Übereinstimmung mit den Ausführungen des Landgerichts ist im Ergebnis davon auszugehen, dass der maßgebliche Verkehrskreis mit dem Begriff „Manufaktur“ im Gegensatz zur industriellen Herstellung von Produkten eine Herstellungsstätte mit langer Tradition und Handfertigung hoher Qualitäten verbindet (vgl. auch KG GRUR 1976, 641 - Porzellan-Manufaktur), wie es sich auch aus dem Wort „Manufaktur“ selbst ergibt (manus = Hand und facerere = erbauen, tun, herstellen).

Hierbei ist auch zu sehen, dass der angesprochene Verkehr die angebotenen nostalgischen Blechschilder mit der angegebenen Produktionsstätte „Manufaktur“ in Verbindung bringt, was eine Herstellung auf „althergebrachte“, handgearbeitete Art erwarten lässt.

Diese Vorstellung des maßgeblichen Teils der Verbraucher ist falsch. Die Beklagtenseite hat nicht dargetan, dass bei der früheren Beklagten überwiegend in Handarbeit gefertigt wird. Sie hat sich im Hinblick auf die von

ihr durchgeführten Veredelungsschritte nicht substantiiert zu dem Anteil der Handarbeit neben dem Einsatz von Maschinen eingelassen (vgl. Bl. 83 d.A.). Nichts Anderes gilt im Hinblick auf ihre Ausführungen in ihrem Schriftsatz vom 7.2.2020 (dort S. 7 f., Bl. 146 ff d.A.), weil sich die dortigen, die Arbeitsabläufe ihren wesentlichen Zügen nach beschreibenden Angaben, gleichfalls nicht zu dem Anteil der Handarbeit verhalten (vgl. LGU, S. 20). Der dortige Vortrag der früheren Beklagten, wonach große Schilder und Sonderformate per Hand umgekantet würden, spricht sogar dafür, dass das „Normalformat“ im Gegensatz hierzu (überwiegend) unter Einsatz von Maschinen bearbeitet wird. Zu den jeweiligen (Zeit-)Anteilen hat die frühere Beklagte gleichfalls keine Angaben gemacht, obwohl die Parteien hierüber im Hinblick auf den Begriff „Manufaktur“ offenkundig stritten, weswegen die Beklagtenseite hierzu Veranlassung gehabt hätte.

Die Nutzung des Firmenbestandteils „Manufaktur“ ist auch geeignet, dadurch irreführende Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten. Der Anteil der Handarbeit an einem Produkt kann durchaus für eine Kaufentscheidung wesentlich sein, vermittelt er doch eine - gegenüber einer rein maschinellen Fertigung - höhere Wertigkeit des Produkts.

3. Auch der Klageantrag zu I. (iii) war bis zur Verschmelzung der früheren Beklagten begründet. Die Klägerin ist berechtigt gewesen, von der früheren Beklagten gemäß §§ 8 Abs. 1, 3, 5 Abs. 1 S. 1 und 2 Nr. 3 UWG die Unterlassung der unlauteren Handlung zu verlangen, als Firmenzusatz die Angabe „(vormals D und Plakat-Industrie GmbH)“ zu führen, wenn dies geschieht wie in Anlage BRP 7 ersichtlich.

Der von der früheren Beklagten genutzte Firmenzusatz ist irreführend im Sinne von § 5 Abs. 1 S. 1 und 2 Nr. 3 UWG, weil der maßgebliche Verkehrskreis diesen so versteht, dass die früher beklagte Gesellschaft zuvor die „D und Plakat-Industrie mbH“ war. Der angesprochene Verkehr stellt entgegen der Meinung der Beklagtenseite insoweit auch nicht lediglich auf den Geschäftsbetrieb ab. Zum einen ist der Hinweis insbesondere in Kombination der Wörter „vormals“ und „Gesellschaft“ eindeutig. Das Wort „vormals“ bezieht sich unmittelbar auf die genannte Gesellschaft als solche, die sogar mit ihrem Rechtsformzusatz genannt wird. Auf die Geschäftstätigkeit dieser Gesellschaft wird demgegenüber nicht abgestellt. Darüber hinaus ist auch zu berücksichtigen, dass es sich um eine Angabe im Impressum handelt, in der der Verkehr keine werbenden und beschreibenden Informationen erwartet, sondern präzise, juristisch belastbare Angaben.

Diese Vorstellung des Verkehrs ist falsch, weil die frühere Beklagte unstreitig nie die D und Plakat-Industrie mbH war, sondern zuvor die E GmbH. Sie ist auch nicht aus der D und Plakat-Industrie mbH „hervorgegangen“, sondern hat von dieser lediglich den Geschäftsbetrieb aufgrund eines so genannten „Asset Deals“ übernommen. Hierbei handelt es sich eben nicht um den Erwerb der Gesellschaft als solche. Im Gegensatz zur Frage, ob Geschäftskontinuität vorliegt, ist hier allein auf den formalen Aspekt abzustellen ist, ob die vormalige Beklagte zu einem früheren Zeitpunkt einmal die D und Plakat-Industrie mbH war (s.o.).

Die Nutzung dieses Firmenzusatzes ist weiterhin geeignet, die dadurch irreführenden Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, weil dieser Zusatz auf eine lange Unternehmenstradition und damit einhergehender, über lange Dauer erworbene, besondere Fertigkeiten in der Herstellung der angebotenen Waren hinweist. Damit kann der Firmenzusatz für die Entscheidung mit der Beklagten zu kontrahieren wesentlich sein.

4. Die Beklagtenseite wäre bei Fortgang des Verfahrens im Hinblick auf den Klageantrag zu II. unterlegen. Der Klägerin steht ein Anspruch gemäß § 14 Abs. 5, 2 Nr. 2 MarkenG auf Unterlassung der Nutzung der Domain unter der URL „plakat-industrie.de“ als automatische Weiterleitung auf die Internetseite www.(a1).de zu, solange über diese Internetseite Blechschilder als Dekorationsartikel angeboten werden.

Indem die frühere Beklagte unstreitig das Zeichen „plakat-industrie“ ohne Zustimmung der Klägerin im geschäftlichen Verkehr (vgl. BGH GRUR 2009, 1059 - airdsl.de) benutzt, verletzt sie die in Kraft stehende Marke der Klägerin gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, die sich in der Benutzungsschonfrist befindet.

Die Klagemarke ist prioritätsälter. Die frühere Beklagte hat weder dargetan noch ist sonst ersichtlich, dass sie ältere Rechte an der (Unternehmens-)Bezeichnung „plakat-industrie“ erworben hätte. Soweit sie darauf abstellt, die streitgegenständliche Domain sei bereits im Jahre 2013 durch die D und Plakat-Industrie mbH registriert worden, genügt die bloße Registrierung für sich genommen schon nicht. Unabhängig der Frage, ob die frühere Beklagte möglicherweise für den Firmenbestandteil „plakat-industrie“ einen eigenständigen, neben den Schutz der vollständigen Firma tretenden, Kennzeichenschutz in Anspruch nehmen könnte, erfordert ein solcher Schutz eines schlagwortartigen Firmenbestandteils aber jedenfalls, dass dieser aus der Gesamtfirma abgeleitet wird. Voraussetzung eines solchen Schutzes ist damit also auch, dass die Gesamtfirma benutzt wird (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 13. Aufl. 2021, § 5, Rn 29). Dies ist vorliegend aber unstreitig aufgrund der Umfirmierung im Jahre 2014 in „A Manufaktur“ nicht mehr der Fall. Etwaige Rechte an dem

Firmenbestandteil „plakat-industrie“ sind damit seither erloschen und konnten damit auch schon nicht Gegenstand des Kaufvertrages der früheren Beklagten mit der A Manufaktur GmbH gewesen sein.

Zwischen den streitgegenständlichen Zeichen besteht eine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Ob eine solche gegeben ist, beurteilt sich nach den Umständen des Einzelfalls. Hierbei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere Ähnlichkeit der Zeichen und Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen, sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so dass ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Zeichen oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH GRUR 2004, 866 - Mustang).

Hier stehen sich hochgradig ähnliche Dienstleistungen des „Groß- und Einzelhandels im Bereich Dekorationsschilder“ und dem „Anbieten nostalgischer Blechschildern“ gegenüber.

Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr kommt es auf die Auffassung des normal informierten, angemessenen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen an (BGH GRUR 2013, 637 - AMARULA/Marulablu). Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (BGH GRUR 2016, 285 - BioGourmet).

Der Klagemarke ist insgesamt eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft beizumessen. Davon ist mangels durchgreifender Anhaltspunkte für eine Stärkung durch Benutzung oder einer Schwächung durch Drittzeichen beziehungsweise einer originären Kennzeichenschwäche auszugehen.

In Abweichung zum Urteil des Landgerichts führt der Wortbestandteil der Klagemarke „plakat-industrie“ nicht zu einer originären Kennzeichnungsschwäche, weil die Bezeichnung im Verkehr in einen beschreibenden Kontext gesetzt würde (BGH GRUR 2014, 382 - Real Chips). Für die hier entscheidenden Waren der Gruppe „Einrichtungs- und Dekorationsartikel“ kann eine beschreibende Bedeutung des Wortes „Plakat-Industrie“ nicht festgestellt werden. Es handelt sich vielmehr um eine Verknüpfung zweier Wörter für eine Groß- und Einzelhandelsdienstleistung, die gewöhnlich nicht als „Industrie“ bezeichnet wird. Unter dem Wort „Industrie“ ist laut Duden nämlich entweder ein Wirtschaftszweig, der die Gesamtheit aller mit der Massenherstellung von Konsum- und Produktionsgütern beschäftigten Fabrikationsbetriebe eines Gebietes umfasst, zu verstehen oder die Gesamtheit der Fabrikationsbetriebe einer bestimmten Branche in einem Gebiet. Die Verknüpfung dieser beiden Wörter weist im Hinblick auf die hier in Rede stehenden Produkte eine Ungewöhnlichkeit in ihrer Kombination selbst auf.

Die Klagemarke und das angegriffene Zeichen sind ähnlich.

Grundsätzlich ist die Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen nach deren Ähnlichkeit im (Schrift-)Bild, Klang und Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreisen in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Dabei genügt für die Bejahung der Zeichenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche (BGH GRUR 2020, 1202 - YOOFODD/YO). Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (EUGH GRUR 2020, 52 - Hansson; BGH GRUR 2020, 870 - INJEKT/INJEX).

Grundsätzlich darf eine eingetragene Marke im Verletzungsverfahren nicht in ihre Bestandteile aufgespalten werden, da ihr kein Elementenschutz zukommt. Es ist regelmäßig davon auszugehen, dass der Verkehr sie als Ganzes wahrnimmt. Trotz dieses Ausgangspunktes kann es aber sein, dass jenseits des Normalfalls der Gesamteindruck einer zusammengesetzten Marke durch einen Bestandteil in der Weise geprägt wird, dass die anderen Bestandteile im Gedächtnis bzw. in der Wahrnehmung der Verkehrskreise zurücktreten. Für die Prüfung der Zeichenähnlichkeit ist dann auf den prägenden Bestandteil abzustellen (vgl. BeckOK UMG, Büscher/Kochendörfer, 20. Edition, Art. 8, Rn. 193 m.w.N.).

Nach der Prägetheorie des BGH besteht zwischen zwei Marken, die nur in einem von mehreren Bestandteilen übereinstimmen, Ähnlichkeit, wenn die übereinstimmenden Bestandteile den von der jeweiligen Marke ausgehende Gesamteindruck prägen. Dies setzt wiederum voraus, dass alle anderen Markenbestandteile zumindest weitgehend in den Hintergrund treten und den Gesamteindruck der Marke nicht mitbestimmen (BGH GRUR 2019, 1058 - KNEIPP; BGH GRUR 2016, 283 - BSA/DAS DEUTSCHE SPORTMANAGEMENT AKADEMIE; BGH GRUR 2012, 64 - Maalox/Melox-GRY; BGH GRUR 2008, 903 - SIERRA ANTIGUO), also zu

vernachlässigen sind (BGH GRUR 2011, 824 - Kappa). Prägen andere Markenbestandteile den von der Marke ausgehenden Gesamteindruck mit, scheidet Zeichenähnlichkeit nach den Grundsätzen der Prägetheorie hingegen aus (BGH GRUR 2012, 64 - Maalox/Melox-GRY).

Ob der von einer mehrteiligen Marke ausgehende Gesamteindruck durch einen von mehreren Markenbestandteilen so geprägt wird, dass alle anderen Bestandteile in den Hintergrund treten, bestimmt sich nach den konkreten Umständen des Einzelfalls.

Die Klagemarke setzt sich aus einem Bildbestandteil und einem Wortbestandteilen zusammen. Nach dem Bildbestandteil, der aus den graphisch ausgestalteten Einzelbuchstaben „Pi“ besteht, folgen die Worte „Plakat-Industrie“ (vgl. Anlage BRP 9, Bl. 31 d.A.).

Der Gesamteindruck der Klagemarke „PI Plakat-Industrie“ wird nicht durch den Bildbestandteil des grafisch ausgestalteten „Pi“, sondern durch den Wortbestandteil „Plakat-Industrie“ geprägt.

In klanglicher Hinsicht wird die Klagemarke zunächst durch ihren Wortbestandteil dominiert. Dies folgt aus dem Erfahrungssatz, wonach sich der Verkehr für die Aussprache eines Zeichens erfahrungsgemäß an der einfachsten Benennungsmöglichkeit orientiert (EUGH, BeckRS 2013, 81259 - Milram/Ram; EuG GRUR Int. 2010, 722 - GoldenEagle; BGH GRUR 2008, 903 - SIERRA ANTIGUO). Eine Ausnahme gilt nur bei besonders markanten Bildbestandteilen, wenn gleichzeitig der Wortbestandteil kennzeichnungsschwach ist, was vorliegend aber nicht der Fall ist (s.o.). Das grafische Element erschöpft sich in der Darstellung der beiden Buchstaben „Pi“.

Der Erfahrungssatz, wonach die (klangliche) Ähnlichkeit nur teilweise übereinstimmender Marken damit begründet wird, dass der Verkehr dazu neigt, Bezeichnungen in einer die Messbarkeit und Aussprechbarkeit erleichternden Weise zu verkürzen (BGH GRUR 2015, 1004 - IPS/ISP; GRUR 2007, 888 - Euro Telekom; BGH GRUR 2002, 626 - IMS) greift vorliegend nicht. Zwar spricht für eine Verkürzungsneigung, wenn der Verkehr Schwierigkeiten hat, sich längere Wortbestandteile einer Marke einzuprägen (BGH GRUR 2008, 719 - idw Informationsdienst Wissenschaft). Ist die in einer Marke enthaltene Buchstabenfolge dem Verkehr als Abkürzung allgemein geläufig, kann dies einen Anhaltspunkt für die Verkürzung auf die Buchstabenfolge darstellen (BGH GRUR 206, 283 - BSA/DAS DEUTSCHE SPORTMANAGEMENT AKADEMIE; BGH GRUR 2008, 719 - idw Informationsdienst Wissenschaft). Bei der Buchstabenfolge „Pi“ handelt es sich nicht um eine solche, die dem angesprochenen Verkehr allgemein als Abkürzung für „plakat-industrie“ bekannt ist. Auch ist von einer verkürzenden Wahrnehmung dann nicht auszugehen, wenn - wie hier - die fraglichen Markenbestandteile als Abkürzung der übrigen Bestandteile verstanden wird. Die übrigen Bestandteile sind dann für den Verkehr leicht erfassbar, so dass er keine Schwierigkeiten bei der Einprägung hat und einer die Merkbarkeit und Aussprechbarkeit erleichternde Abkürzung nicht bedarf (BGH GRUR 2016, 283 - BSA/DAS DEUTSCHE SPORTMANAGEMENT AKADEMIE; vgl. auch BeckOK MarkenR/Onken, 25. Ed. 1.4.2021, MarkenG, § 14, Rn. 468).

Für den Zeichenvergleich kommt es somit entscheidend auf die Gegenüberstellung des prägenden Bestandteils der Klagemarke „Plakat-Industrie“ und das angegriffene Zeichen „Plakat-Industrie“ an, die identisch sind.

Im Rahmen der Gesamtabwägung ist unter Berücksichtigung aller in Wechselwirkung stehenden wesentlichen Parameter (Produktähnlichkeit, Kennzeichnungskraft, Zeichenähnlichkeit) jeweils eine durchschnittliche Ausprägung anzunehmen, so dass die Verwechslungsgefahr zu bejahen ist.

5. Die Beklagtenseite wäre bei Fortgang des Verfahrens weiterhin teilweise im Hinblick auf den Klageantrag zu III. unterlegen. Der Klägerin steht ein Anspruch auf Feststellung der Verpflichtung zur Zahlung von Schadenersatz gemäß § 9 UWG zu, soweit unlautere Handlungen der früheren Beklagten (s.o.) vorliegen. Im Umfang von 1/3 [Klageantrag zu I. (i)] wäre die Klägerin demgegenüber unterlegen.

An die Wahrscheinlichkeit eines Schadenseintritts sind keine hohen Anforderungen zu stellen. Sie ist bereits dann anzunehmen, wenn nach der Lebenserfahrung der Eintritt des Schadens in der Zukunft mit einiger Sicherheit zu erwarten ist, was bei Wettbewerbsverstößen in der Regel der Fall ist (BGH GRUR 2001, 850 - Remailing-Angebot). Grundsätzlich bedarf es daher keiner detaillierten Darlegung der Schadenswahrscheinlichkeit. Insoweit ist auch zu berücksichtigen, ob die Parteien dieselben Kunden ansprechen und wie sich die Darstellung auf diese auswirkt.

Nach diesen Grundsätzen ist nicht auszuschließen, dass ein Schadenersatzanspruch der Klägerin gegen die Beklagtenseite besteht. Die Parteien sprechen den gleichen Kundenkreis (Käufer von Blechschildern) an. Da Tradition in dem Bereich nostalgischer Schilder eine nicht unerhebliche Bedeutung hat, liegt es auch nicht fern, dass Kunden, die die Darstellung der früheren Beklagten gesehen haben, sich für ein Produkt der

Beklagten und nicht der Klägerin entschieden haben. Es kann jedenfalls nicht ausgeschlossen werden, dass ein oder mehrere Kunden sich aufgrund der Traditionswerbung zum Erwerb eines Blechschildes der früheren Beklagten entschieden haben, die anderenfalls ein solches der Klägerin erworben hätten. Dies ist ausreichend, um die Wahrscheinlichkeit eines Schadens im Sinne anzunehmen (vgl. BGH GRUR 2001, 78 - Falsche Herstellerpreisempfehlung).

Die jetzige Beklagte haftet auch als Rechtsnachfolger weiterhin auf Schadensersatz für Wettbewerbsverstöße ihres Rechtsvorgängers (vgl. BGH, Urteil vom 26.4.2007, a.a.O.).

6. Auf den Ausgang des Rechtsstreits im Hinblick auf die von der Klägerin begehrten vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten kommt es nach der übereinstimmend erklärten Erledigung des Rechtsstreits nicht mehr, weil diese gemäß § 4 Abs. 1 ZPO keine Auswirkung auf den Streitwert und damit auch nicht auf die Frage der Kostenverteilung haben.

Die Streitwertfestsetzung folgt den Überlegungen des Landgerichts im Urteil (dort S. 19) und dem Beschluss vom jeweils 20.2.2020 (Bl. 277 d.A.). Hierbei fand der Klageantrag zu I. mit insgesamt 21.000,- € (einzelnen Unterlassungsbegehren mit jeweils 7.000,- €), der Klageantrag zu II. in Höhe von 50.000,- € und der Klageantrag zu IV. in Höhe von 4.000,- € Berücksichtigung. An dem Streitwert hat sich auch nichts durch die übereinstimmende Erledigungserklärung des Rechtsstreits der Parteien geändert, weil sämtliche relevanten Gebühren bis zu diesem Zeitpunkt bereits angefallen waren.