



## OBERLANDESGERICHT DÜSSELDORF

### IM NAMEN DES VOLKES

### URTEIL

Aktenzeichen: 20 U 28/00

Entscheidung vom 28. November 2000

In dem Rechtsstreit

...

hat der 20. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf auf die mündliche Verhandlung vom 17 Oktober 2000 durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht ... sowie die Richter am Oberlandesgericht Dr. ... und ...

für Recht erkannt:

Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil der 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf vom 26. November 1999 wird zurückgewiesen.

Die Klägerin trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung von 17.000 DM abwenden, wenn nicht die Beklagten zuvor in gleicher Höhe Sicherheit leisten. Die Sicherheiten können jeweils auch durch selbstschuldnerische unbefristete Bürgschaft eines als Zoll- und Steuer bürge zugelassenen Kreditinstitutes geleistet werden.

#### **Tatbestand:**

Die Beklagten betreiben für die Zwecke ihres Teehandels Seiten im Internet, und zwar beide Beklagte unter der Domain "t-box.de" und die Beklagte zu 1) zusätzlich unter der Domain "t-box.com". Die Klägerin verlangt von ihnen, die Benutzung dieser Domains zu unterlassen und auf die Domains zu verzichten, weiter Auskunft und Schadensersatz.

Beide Internet-Seiten befanden sich noch zu Anfang des Rechtsstreits im Aufbau, was bei Aufruf auch angezeigt wurde. (vgl. Anl. W 8 und W 10). An die Adresse "t-box.com" hatte sich jedoch nach einiger Zeit ein Internet-Provider "angehängt", der unter der Kennzeichnung "V" Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Erstellung von Seiten anbot (vgl. Anl. W 10, G 2). Diese "Aufbauphase" ist inzwischen beendet. Sowohl unter der Internet-Adresse "t-box.de" als auch unter der Domain "t-box.com" ist jetzt das Versandhandelsangebot verschiedener Teesorten abzurufen (vgl. Anl. G 1). Diesen Teehandel hatte der Beklagte zu 2) begründet, als er mit Kaufvertrag vom 28. Januar 1993 ein Teefachgeschäft in M erwarb (Anl. B 1). Aufgrund des

Kaufvertrages war er dazu verpflichtet, ein neues Logo für den Betrieb zu benutzen. Dazu ließ er sich den Namen "T.Box" in einem asiatisch stilisierten Design entwerfen (Anl. B 3-B 5). Der neue Name wurde aber sofort auch in normaler Druckschrift in der Geschäftskorrespondenz benutzt (Anl. B 6-B 9). Zum 1. September 1999 wurde der Geschäftsbetrieb auf die Beklagte zu 1) übertragen, weil der Beklagte zu 2) sich im Bereich der EDV selbständig machte. Die Beklagte zu 1) übernahm zum 18. August 1999 ein weiteres Teehandelsgeschäft in P. Da der Beklagte zu 2) in der EDV-Branche die Möglichkeiten des Internet-Handels kennen gelernt hatte, wurde eine entsprechende Ausdehnung des Teehandels in Betracht gezogen. Um Domainstreitigkeiten zu vermeiden, gaben die Beklagten bei Patent- und Rechtsanwälten eine Recherche bezüglich des Unternehmenskennzeichens "T.Box", in Auftrag (Anl. B 12). Diese Recherche kam am 19. Dezember 1995 zu dem Ergebnis, dass es keine identische Eintragung gab. Die Anwälte empfahlen daher, die Marke "T-Box" als Logo anzumelden. Aufgrund dieses Rechercheergebnisses gaben die Beklagten die Registrierung der Internet Domains "t-box.de" und "t-box.com" in Auftrag, und zwar "t-box.de" am 15. März 1996 und "t-box.com" am 5. November 1996. Die "com-Adresse" wurde im Hinblick auf den internationalen Charakter des Teehandels, aber auch deswegen reserviert, weil "Trittbrettfahrer" ausgeschaltet werden sollten. Das Zeichen "T.Box" konnte in beiden Fällen nicht unverändert als Domain verwendet werden; aus "Internet-technischen" Zwängen heraus wurde der Punkt zwischen "T" und "Box" durch einen Bindestrich ersetzt, wie das in der Geschäftskorrespondenz mit der Beklagten ohnehin oft vorkam.

Die Klägerin meldete am 5. Dezember 1995 die Wortmarke "T-Box" an, die am 4. Juli 1996 vor allem für Geräte und Dienstleistungen der Telekommunikation eingetragen wurde (Anl. W 1). Sie benutzt die Marke bis heute aber nicht.

Die genannte Marke gehört zu einer Gruppe von Wortmarken der Klägerin, die aus dem Buchstaben "T" und einem mit Bindestrich angebotenen (fast ausschließlich englischen) Sachbegriff bestehen, bei denen also das "T" in normaler Druckschrift ausgeführt ist (vgl. die Zusammenstellung auf S. 10 ff. der Klageschrift). Diese Marken wurden in ihrer weit überwiegenden Zahl jedoch erst ab Anfang 1996 angemeldet, eingetragen waren davon bis Ende 1995 nur zwei ("T-Online" und "T-Card.").

Die Klägerin beruft sich in diesem Rechtsstreit noch auf zwei weitere "Markenfamilien" im Warendienstleistungsbereich Telekommunikation. Die erste dieser "Familien" betrifft Marken, die aus einem "T" in Kombination mit kleinen Quadraten, so genannten "Digits" bestehen (vgl. S. 5 f. d. Klageschrift). Es sind Wort-/Bildmarken. Das "T" ist nicht in normaler Druckschrift ausgeführt, sondern es handelt sich um ein stilisiertes T, wie es als Unternehmenskennzeichen der Klägerin auf öffentlichen Telefonzellen, Telefonrechnungen und -büchern verwendet wird.

Eine weitere "Markenfamilie" besteht aus solchen Marken, in denen das beschriebene "T" mit "Digits" und einem (wieder fast ausschließlich englischen) Sachbegriff benutzt wird (S. 7 ff. d. Klageschrift).

Die Klägerin hat gemeint, die Beklagten dürften keine Domainnamen benutzen, die mit der eingetragenen Marke "T-Box" der Klägerin identisch sei. Der Schutzbereich dieser Marke erfasse auch Waren und Dienstleistungen außerhalb des Ähnlichkeitsbereichs, weil es sich um eine bekannte Marke handle. Sie könne die Bekanntheit und das Image der Markenfamilie der Klägerin beanspruchen, wie sich aus den überreichten Gutachten (Anlagen W 5 und W 6) ergebe. Weiter genossen die Waren und Dienstleistungen der Klägerin aufgrund des jahrzehntelangen Monopols und ihrer Marktführerschaft ein hohes Ansehen im Wettbewerb. Der Verkehr erwarte, dass sich hinter der bekannten Marke ein Angebot der Klägerin befinde. Die Beklagten handelten auch wettbewerbswidrig, weil sie ohne erkennbaren Anlass eine Domain gewählt hätten, die mit einer bekannten eingetragenen Marke der Klägerin identisch sei. Das sei geschehen, um die Benutzung der Domain "T-Box" durch die Klägerin zu blockieren, wie sich daraus ergebe, dass die Beklagten 2 h Jahre lang auf ihren Seiten gar keine waren angeboten hätten. Die Klägerin habe für ihre Zeichenfamilie und deren Strukturprinzip einen wertvollen Besitzstand.

Die Klägerin hat beantragt,

I. die Beklagten zu verurteilen,

1. es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu DM

500.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Wiederholungsfalle bis zu 2 Jahren, zu unterlassen, im Bereich der Bundesrepublik Deutschland allein oder gemeinsam die Bezeichnung T-Box im Internet als Domain-Namen, insbesondere die Domain-Namen t-box.de und/oder t-box.com zu benutzen oder benutzen zu lassen;

2. gegenüber der D e.G., W F/M, schriftlich den Verzicht auf die Domain "t-box.de" zu Gunsten der Klägerin zu erklären und/oder die Domain "t-box.com" durch rechtsverbindliche Abgabe des Registered Domain Name Change Agreement-Transfer gegenüber dem I, N S Inc., HP D, H, V, USA auf die Klägerin zu übertragen, und zwar die Beklagte zu 1) gegenüber dem I und beide Beklagten gemeinsam gegenüber dem D e.G.

3. ihr, der Klägerin Auskunft darüber zu erteilen, in welchem Umfang die Beklagten die vorstehend unter 1. Bezeichneten Handlungen begangen haben;

II. festzustellen, dass die Beklagten verpflichtet seien, ihr, der Klägerin, allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die vorstehend unter Zoff. 1 bezeichneten Handlungen entstanden ist oder noch entstehen wird.

Die Beklagten haben beantragt, die Klage abzuweisen.

Sie haben vor allem geltend gemacht, dass es an jeder Ähnlichkeit mit den Waren und Dienstleistungen des Verzeichnisses der Klagemarke fehle. Sie, die Beklagten, böten nicht allein deshalb eine Telekommunikationsdienstleistung an, weil sie sich des Internets bedienen. Sie handelten mit Tee. Außerdem hätten sie, die Beklagten, gegenüber der Klägerin die zeitliche Priorität.

Das Landgericht hat mit dem angefochtenen Urteil die Klage insgesamt abgewiesen, weil die Beklagten sich mit Teehandel befassten und der Schutzbereich der Klagemarke sich auf das Gebiet der Telekommunikation beschränke; die Klägerin biete unter der Bezeichnung "T-Box" keinerlei Ware an. Deshalb sei die Klagemarke auch keine im Inland bekannte Marke. Der Großbuchstabe "T" deute nicht notwendig auf die Klägerin hin. Auch wettbewerbsrechtliche Ansprüche der Klägerin bestünden nicht.

Dagegen wendet sich die Klägerin mit ihrer Berufung. Sie meint, die Klagemarke sei gegenüber den Domain-Namen der Beklagten prioritätsälter. Die angebotenen Dienstleistungen seien auch miteinander identisch, weil die Bereitstellung einer Seite im Internet unabhängig von deren Inhalt eine Dienstleistung der Telekommunikation darstelle. Weiterhin würden unter der Kennzeichnung "V" solche Dienstleistungen angeboten, wenn die Domain "t-box.com" aufgerufen werde, und das seit Jahren.

Bei der Klagemarke handle es sich um eine bekannte Marke, wie die vorgelegten Meinungsumfrage-Gutachten (Anl. W 5 und W 6) ergäben. Außerdem nutze die Klägerin seit Jahren die Kennzeichnung "T-NetBox" für einen von ihr angebotenen Anrufbeantworter. Damit werde die Klagemarke "T-Box" rechtserheblich benutzt. Daraus ergebe sich eine Verkehrsbekanntheit beider Marken bei mindestens drei Viertel der allgemeinen Verkehrskreise.

Diese Bekanntheit der Klagemarke nutzten die Beklagten in unlauterer Weise aus. Mit der Blockierung des Domain-Namens "t-box" verhinderten sie ferner, dass die Klägerin ihre Klagemarke im Internet-Verkehr einsetzen könne. Außerdem würden die Internet-Benutzer zu der unzutreffenden Vorstellung verleitet, unter den Domains der Beklagten ein Angebot der Klägerin vorzufinden, wie es angesichts der unter "V" angebotenen Internet-Dienstleistungen nahe liege.

Die Klägerin beantragt, das angefochtene Urteil abzuändern und die Beklagten nach ihren, der Klägerin, erstinstanzlichen Anträgen zu verurteilen, allerdings mit der Maßgabe, dass unter 1.2 das Wort "oder" in der Angabe "und/oder" entfalle.

Die Beklagten beantragen, die Berufung zurückzuweisen.

Sie machen weiterhin geltend, sie hätten mit dem Unternehmenskennzeichen "T.Box" gegenüber der Klagemarke die Priorität. Im Zeitpunkt der Registrierung der Domain-Namen habe die Klagemarke keinen Bekanntheitsschutz genossen, erst recht nicht im März 1993, als der Geschäftsbetrieb aufgenommen worden sei. Ein solcher Schutz scheidet auch deshalb aus, weil es im allgemeinen Sprachgebrauch Worte wie "T-Shirt" und "T-Träger" gebe, die keine Beziehung zur Klägerin aufwiesen. Die Klägerin behauptet selbst nicht, dass allein schon der Buchstabe "T" bei einer ausreichenden Anzahl von Personen ihrem Unternehmen oder ihren Produkten zugeordnet werde. Die überreichten Gutachten bezögen sich ausdrücklich auf besondere Farbgebungen und ein druckgraphisch besonders gestaltetes "T", wie auch das Landgericht ausgeführt habe. Abwegig sei die Auffassung der Klägerin, die Benutzung des Internets zum Zwecke des Teehandels sei "ohne jeden Zweifel dem Waren/ Dienstleistungsbereich Telekommunikation bzw. EDV zuzuordnen".

Wegen der Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den vorgetragenen Akteninhalt Bezug genommen.

### **Entscheidungsgründe:**

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg.

Die Klage ist nach dem eigenen Vorbringen der Klägerin unbegründet, weil ihr die geltend gemachten Unterlassungs-, Verzichts-, Auskunfts- und Schadenersatzansprüche weder nach Markenrecht, noch nach dem übrigen Wettbewerbsrecht zustehen.

I.

Markenrechtliche Ansprüche kann die Klägerin weder auf die Klagemarke "T-Box", noch auf ihre sonstigen in den Rechtsstreit eingeführten "Markenfamilien" stützen.

1. a) Die Klagemarke "T-Box" gibt der Klägerin gegenüber den Beklagten keinerlei Rechte, weil sie erst am 5. Dezember 1995 angemeldet wurde. Die Beklagten haben mit ihrem Unternehmenskennzeichen "T.Box" den besseren Zeitrang (§ 6 Abs. 1 bis 3 MarkenG), weil sie diese Geschäftsbezeichnung schon 1993 in Gebrauch genommen haben (vgl. Ingerl/Rohnke, Markengesetz, § 6, Rdnr. 24). Mit der Anmeldung der angegriffenen Domain-Namen und dem Betreiben der entsprechenden Seiten im Internet wird nur von dem Recht Gebrauch gemacht, das selbstverständlicher Inhalt eines Unternehmenskennzeichens ist. Das Kennzeichenrecht wird vom Grundsatz der Priorität beherrscht. Wer sein Kennzeichenrecht früher erworben hat, kann sich grundsätzlich gegenüber demjenigen durchsetzen, der sein Kennzeichenrecht erst später erworben hat (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 6, Rdnr. 1). Eine "Markenfamilie" und ein daraus abgeleiteter "Besitzstand" sind keine Prioritätstatbestände. Der Wettbewerbsgedanke verwirklicht sich hier allein in dem Prinzip des "Wer zuerst kommt, mahlt zuerst".

b) Für den Erwerb des Kennzeichenschutzes durch die Beklagten genügt die bloße Benutzungsaufnahme, weil es sich bei der Bezeichnung "T-Box" um eine für einen Teehandel hinreichend originelle und deshalb kennzeichnungskräftige Bezeichnung handelte (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 5, Rdnr. 21 f.). Der bloße beschreibende Anklang an die Teebranche schließt eine Mehrdeutigkeit nicht aus und steht einer Kennzeichnungskraft nicht entgegen. Die Geschäftsbezeichnung wurde von Anfang an nicht nur in der "asiatischen" Schreibweise benutzt. Wegen ihrer ausreichenden Kennzeichnungskraft war sie auch auf die graphische Gestaltung nicht angewiesen, um schutzfähig zu sein (vgl. BGH NJW-RR 2000, 1202, 1203 f. -ARD-1).

c) Unternehmenskennzeichen werden grundsätzlich im gesamten Bundesgebiet geschützt; etwas anderes gilt nur, wenn der Tätigkeitsbereich eines Unternehmens nur ortsgebunden ist (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 5, Rdnr. 13). Maßgebend ist der im Prioritätszeitpunkt tatsächlich durch Benutzung abgedeckte Wirtschaftsraum, wobei allerdings die natürliche künftige Ausdehnung je nach Art des Geschäftsbetriebs zu berücksichtigen ist (Althammer/Klaka, Markengesetz, 5. Aufl., § 5, Rdnr. 9). Als die Klägerin am 5. Dezember

1995 die Klagemarke "T-Box" anmeldete, hatte die Beklagte zu 1) nicht nur bereits eine Filiale eröffnet, sondern zusammen mit dem Beklagten zu 2) auch bereits die Möglichkeit ins Auge gefasst, den Teehandel auf Geschäfte über das Internet auszuweiten. Selbst die entsprechende Kennzeichenrecherche wurde den Anwälten spätestens am 27. November 1995 in Auftrag gegeben und am 19. Dezember 1995 vorgelegt (Anl. B 12). Zum Kollisionszeitpunkt musste also nach objektiven Kriterien bereits mit einer Ausdehnung der Unternehmenstätigkeit mittels Internet, und damit einer bundesweiten Geschäftstätigkeit gerechnet werden. Tee ist seiner Natur nach keine Ware, die wirtschaftlich nur in einem regionalen Bereich verkauft werden könnte, sondern er eignet sich auch für einen Vertrieb im Versandhandel. Auf diese Weise hat gerade das Internet vielen nur regional tätigen Unternehmen die Möglichkeit eröffnet, nunmehr mit einer Internet-Seite auch in das überregionale Geschäft "einzusteigen". Da der Beklagte zu 2) schon 1999 in der EDV-Branche tätig wurde, hat er diese Möglichkeiten früh erkannt.

d) Es ist aber auch nicht zu sehen, mit welchem Recht die Klägerin einem nur regional tätigen Unternehmen verwehren wollte, mit seinem Angebot ebenfalls im Internet aufzutreten. Die Klageschrift formuliert zutreffend, dass das Internet als Medium jedermann offen steht, bei den Unternehmen also nicht nur denjenigen, die ohnedies bundesweit tätig sind. Auch ein bloß regional tätiger Anbieter kann ein Interesse daran haben, für seine Kunden im Internet ebenfalls erreichbar und auffindbar zu sein. Selbst lokale Anbieter erscheinen potentiellen Kunden heute ohne Internet-Auftritt möglicherweise nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Auch insoweit sind es gerade die von der Klägerin und ihrer Konzerntochter T-Online vermarkteten Möglichkeiten des Internet, die solchen Unternehmen einen bundes- oder sogar weltweiten Auftritt ermöglichen. Dieses Recht kann dem betroffenen Unternehmen mit Hilfe einer prioritätsjüngeren Marke jedenfalls nicht in der Weise streitig gemacht werden, daß ihnen der Internet-Auftritt unter ihrem angestammten Unternehmenskennzeichen schlicht verboten wird. Wenn die Klägerin die Meinung vertritt, die Beklagten hätten nicht ihr Unternehmenskennzeichen als Domain-Namen wählen dürfen oder müssen, dann übersieht sie deren selbstverständliches Recht und Interesse, sich auch im Internet des rechtmäßig geführten Geschäftszeichens zu bedienen.

2. Außerdem besteht aber auch keine Verwechslungsgefahr i.S.v. § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, weil es an einer Waren-/ Dienstleistungsähnlichkeit völlig fehlt (vgl. BGH NJW-RR 99, 919 - Libero). Die Klagemarke steht für Waren und Dienstleistungen der Telekommunikation, während unter den Internet-Domains der Beklagten mit Tee gehandelt wird.

a) Die von der Klägerin vertretene Ansicht, die Bereitstellung einer Seite im Internet sei unabhängig von deren Inhalt eine Dienstleistung der Telekommunikation, wird von der Berufungserwiderung zu Recht als abwegig bezeichnet. Sie würde dazu führen, jeden Internet-Anbieter als Branchenangehörigen der Klägerin anzusehen. Das Internet ist nur das Medium, nicht die Botschaft. Für die Verwechslungsgefahr kommt es nur auf die Waren/Dienstleistungen an, für welche das beanstandete Zeichen im geschäftlichen Verkehr benutzt wird, also den Inhalt der Internet-Seite; diese stellt nicht selbst die maßgebliche Dienstleistung dar (Ingerl/Rohnke a.a.O., § 19, Rdnr. 242 und Viefhues NJW 2000, 3239 gegen LG Düsseldorf NJW-RR 979, 982). Die Rechtsansicht der Klägerin verkennt den althergebrachten und wohlbegründeten Gegensatz zwischen Waren/Dienstleistungen einerseits und Hilfswaren/Hilfsdienstleistungen andererseits. Auf bloße Hilfsprodukte kommt es markenrechtlich nicht an (vgl. Baumbach/Hefermehl, Warenzeichenrecht, 12. Aufl., § 1 WZG, Rdnr. 31; Fezer, Markenrecht, 2. Aufl., § 3 MarkenG, Rdnr. 148-154; § 19 MarkenG, Rdnr. 371). Hier kann der in der Klageerwiderung unbestritten als besonders sachkundig dargestellte Verkehr der Internet-Benutzer jedenfalls ohne weiteres erkennen, daß die Beklagten keine Waren/Dienstleistungen der Telekommunikation verkaufen, und er konnte das auch schon anhand der bloßen "Aufbau"-Seiten.

b) Das gilt in gleicher Weise für die Internet-Dienstleistungen, die - wie die Klägerin selbst ausführt - früher von einem Dritten nach Aufruf des Domain-Namens "t-box.com" unter der Kennzeichnung "V" angeboten wurden. Nach dem eigenen Vorbringen der Klägerin wurden diese Dienstleistungen also erkennbar gerade nicht unter dem Kennzeichen "t-box" angeboten (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 14, Rdnr. 242). Der nach den unbestrittenen Ausführungen der Klageerwiderung sachkundige Internet-Verkehr kann von vornherein nicht darüber irreführt werden, daß hier ein Dritter unter andrem Zeichen für andere Leistungen wirbt. Es kommt deshalb schon nicht mehr darauf an, daß die Beklagten nicht in der Lage waren, gegen diesen Missbrauch

ihrer Seite etwas zu unternehmen und, daß der von der Klägerin gestellte Antrag von einer bloßen Störerhaftung auch nicht getragen würde (vgl. Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, 7. Aufl., Kap. 14, Rdnr. 11).

c) Mangels Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit kann die Klägerin auch aus der Wendung am Schluss von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ("... mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird") nichts für sich herleiten. Diese Wendung enthält keinen eigenen über die Verwechslungsgefahr hinausgehenden Markenverletzungstatbestand. Die Möglichkeit allein, daß eine gedankliche Verbindung zwischen den Marken hergestellt werden kann, führt noch nicht zu einer Verwechslungsgefahr (vgl. etwa BGH NJW-RR 99, 1200, 1201 - Monoflam/Polyflam). Das gilt auch für eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne (BGH NJWRR 2000, 1202 - ARD-1).

3. Die Klagemarke "T-Box" ist auch keine bekannte Marke i.S.v. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG, sondern sie ist gänzlich unbekannt, weil sie gar nicht benutzt wird. Es versteht sich von selbst, daß eine Marke nur als solche bekannt werden kann; es ist grundsätzlich unerheblich, ob die Klägerin Inhaberin anderer bekannter Marken oder Markenfamilien ist.

a) Soweit die Klägerin versucht, die (angebliche) Bekanntheit ihrer Markenfamilien und ihres Konzernzeichens "T" auf die Klagemarke ausstrahlen zu lassen, hat der Senat entsprechende Versuche schon in seiner Entscheidung "T-Auskunft" zurückgewiesen (Urteil vom 29. Juni 1999 - 20 U 116/98 - Revision nicht angenommen durch BGH vom 13.04.2000 - I ZR 208/99 -).

Diese Entscheidung ist von der Klägerin erwirkt worden, sie liegt aber auch den Beklagten bzw. ihren Prozessbevollmächtigten vor, wie die vielen teils wörtlichen Zitate in der Klageerwiderung zeigen. An diesen Ausführungen hält der Senat auch für den vorliegenden Fall fest.

Die Wort-/Bildmarken "T mit Digits + Sachbezeichnung" haben von vornherein nur einen begrenzten Schutzbereich, der bestimmt wird durch die Stilisierung des "T" entsprechend dem Konzernzeichen der Klägerin, den "Digits" und gegebenenfalls auch noch die "Hausfarben" der Klägerin grau/magenta. Die Wortmarken aus der Gruppe "T + Sachbezeichnung", zu der die Klagemarke "T-Box" gehört, haben dagegen einen Schutzbereich, der die Wiedergabe in allen verkehrsüblichen einfachen Schreibweisen umfasst (vgl. BPatG, NJW-Wettbewerbsrecht 99, 105 - M). Das nützt der Klägerin aber nichts, weil die Klagemarke gegenüber dem Unternehmenskennzeichen der Beklagten den schlechteren Zeitrang hat, und es außerdem mangels Warenähnlichkeit auch noch an der Verwechslungsgefahr fehlt. Auf irgendwelche Rechte an dem isolierten Großbuchstaben "T" kann sich die Klägerin nicht stützen. Das gilt zunächst unter dem Gesichtspunkt des Serienzeichens (mittelbare Verwechslungsgefahr). Dazu fehlt es an der grundsätzlichen Eignung des (schlichten, graphisch nicht besonders ausgestalteten) Buchstabens "T" als Stamm einer Markenserie zu dienen (vgl. BGH NJW-RR 99, 114 - STEPHANSKRONE II).

Der Buchstabe "T" kommt mangels Kennzeichnungskraft als Stammbestandteil einer Zeichenserie nicht in Frage (vgl. BGH NJW-RR 98, 1414, 1416 - Compo Sana). Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt des Serienzeichens ist nämlich die Kennzeichnungskraft des in Frage stehenden Stammbestandteils wie bei der Prüfung einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr zu beurteilen (BGH NJW-RR 99, 1055 - Cefallone). Wegen des starken Interesses der Allgemeinheit an der ungehinderten Verwendung von Zahlen und Buchstaben, insbesondere der nur in geringer Zahl zur Verfügung stehenden Einzelbuchstaben des Alphabets, wird ein Freihaltebedürfnis an einem ohne jede graphische oder farbliche Besonderheit wiedergegebenen Buchstaben in der Regel schon dann anzunehmen sein, wenn der betreffende Buchstabe als Abkürzung einer Sachangabe lexikalisch nachweisbar ist, und die Sachangabe in der abgekürzten Form in Alleinstellung zur Beschreibung der Waren- und Dienstleistungen ernsthaft in Betracht kommen kann. Die Beklagten haben solche Sachangaben schon in der Klageerwiderung (S. 26) angeführt, und es liegt nahe, daß der Buchstabe "T" als Abkürzung etwa für Telekommunikation in Betracht kommen kann.

Eine Bekanntheit des isolierten Großbuchstabens "T" für ihren Geschäftsbetrieb oder gar für die Klagemarke kann die Klägerin auch nicht aus den vorgelegten Gutachten (Anl. W 4 bis W 6) herleiten, die ebenfalls schon Gegenstand der genannten Senatsentscheidung waren, und die auch diesmal wieder in völlig unaufgearbeiteter Form vorgelegt werden (vgl. BGH LM Nr. 1 zu § 137 ZPO; BGH NJW 84, 310, 311), so daß ihre Unerheblichkeit erst bei einer Nachprüfung durch das Gericht auffällt. Die Gutachten stammen von April 1997. Schon das macht sie für den Kollisionszeitpunkt der Anmeldung der Klagemarke am 5. Dezember 1995 unverwertbar. Auch der weit überwiegende Teil der Wortmarken "T + Sachbegriff" ist überhaupt erst ab 1996 von der Klägerin angemeldet worden und konnte nicht schon 1995 irgendeine Bekanntheit für den isolierten Großbuchstaben "T" begründen.

Eine solche ergibt sich, wie schon das Landgericht ausgeführt hat, auch aus den vorgelegten Gutachten bei näherem Hinsehen nicht. Diese Bekanntheit kann die Klägerin allenfalls für das stilisierte "T" in der Farbe magenta in Anspruch nehmen, wie es etwa auf ihren Telefonbüchern und Telefonzellen benutzt wird. So betrifft das Gutachten Anlage W 4 gemäß seiner Vorbemerkung auch die Verkehrsgeltung des magenta-farbenen "T" mit grau-farbenen Digits, das Gutachten Anlage W 5 die Verkehrsgeltung des grau-farbenen "T" und das Gutachten Anlage W 6 die Verkehrsgeltung des magenta-farbenen "T". Zwar sind alle Anlagen der Klägerin bloße Schwarz-Weiß-Kopien, jedoch ist klar zu erkennen, daß es sich dabei immer um das stilisierte "T" handelt, wie es als Konzernzeichen der Klägerin verwendet wird.

Selbst eine Verkehrsgeltung der Klägerin für ein stilisiertes "T" in den "Konzernfarben" grau und magenta ergäbe jedoch nichts für eine Verkehrsgeltung hinsichtlich des "normalen" Buchstabens "T" und erst recht nichts für eine Bekanntheit der Klagemarke "T-Box".

Aus den §§ 8 Abs. 2 Nr. 2, 23 Nr. 2 MarkenG folgt, daß einer Kennzeichnung (hier: dem Unternehmenskennzeichen der Klägerin), die an eine beschreibende Angabe oder deren Abkürzung (hier: den Buchstaben "T") angelehnt ist, nicht die Benutzung der (nicht abgewandelten) beschreibenden Angabe selbst oder deren Abkürzung verboten werden kann (vgl. BGH NJW-RR 99, 340, 341 - Tour de culture; Ingerl/Rohnke a.a.O., § 8, Rdnr. 53; § 23, Rdnr. 33; Althammer/Ströbele a.a.O., § 8, Rdnr. 54; Teplitzky WRP 99, 461, 465).

Es fehlt aber an jedem Vortrag dazu, daß die Klägerin neben der Verkehrsgeltung für das stilisierte "T" auch noch eine entsprechende Verkehrsgeltung für den einfachen Buchstaben "T" erreicht hätte, die dann auch noch auf die Klagemarke in einer Weise ausstrahlen würde, die diese zu einer bekannten Marke machte. Dabei ist darauf zu verweisen, daß für die Verkehrsgeltung von glatt beschreibenden Angaben eine nahezu einhellige Verkehrsdurchsetzung gefordert wird. In solchen Fällen können selbst Zuordnungswerte von 80 % noch zu gering sein (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 8, Rdnr. 143 a.E.). Darüber hinaus hätte sich eine Verkehrsgeltung bezüglich des "einfachen" "T" auch noch gegen diejenige des Konzernzeichens der Klägerin selbst durchsetzen müssen, deren Werbeauftritt mit dem Stammbestandteil "T" auf den zweitgrößten Werbeaufwendungen in Deutschland beruhen soll (Anl. W 2). Demgemäß haben die Beklagten auch mehrfach darauf hingewiesen, daß es selbst heute immer noch viele "T-Marken" gibt, die nicht der Klägerin zustehen, wozu auf die frühere Entscheidung des Senats "T-Auskunft" verwiesen werden kann.

b) Eine Bekanntheit der Klagemarke "T-Box" an sich ist auch nicht deshalb anzunehmen, weil eine andere Kennzeichnung der Klägerin, nämlich "t-NetBox" für Anrufbeantworter bekannt sein soll. Das ist entgegen der Klägerin keine (gleichzeitige) rechtserhebliche Benutzung der Klagemarke "T-Box", und zwar jedenfalls deshalb, weil die abweichende Benutzung den kennzeichnenden Charakter der Marke verändert (§ 26 Abs. 3 Satz 1 MarkenG). Das Hinzufügen von Elementen mit eigenständiger Kennzeichnungskraft wie "Net" ist in jedem Falle schädlich (Ingerl/Rohnke a.a.O., § 26, Rdnr. 96). Dadurch wird ganz anderer Gesamteindruck geschaffen, und das abweichend benutzte Zeichen wird vom Verkehr gerade bei Wahrnehmung der Unterschiede nicht mehr mit der Klagemarke gleichgesetzt (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 26, Rdnr. 81).

II.

Auch wettbewerbsrechtliche Ansprüche stehen der Klägerin nicht zu, weil hier die Konsequenzen aus der Bewertung des Markenrechts zu ziehen sind. Einer Marke wie der Klagemarke, die keine Priorität hat, mit dem angegriffenen Zeichen nicht verwechslungsfähig und auch nicht bekannt ist, können entsprechende Wirkungen nicht mit Hilfe der §§ 1, 3 UWG beigelegt werden.

1. Es wurde schon darauf hingewiesen (oben I.1.a), daß es bei der Priorität nur darum geht, wer den besseren Zeitrang hat. Eine "Markenfamilie" mit einem "gemeinsamen Strukturprinzip" und ein "wertvoller Besitzstand" sind keine Prioritätstatbestände. Die Klägerin muss sich damit abfinden, daß es auch außerhalb ihrer "Markenfamilien" noch "T-Marken" gibt, wenn diese prioritätsälter oder mit den Marken der Klägerin nicht verwechslungsfähig oder beides sind.

2. Im Interesse einer möglichst ungehinderten Entfaltung des freien Wirtschaftsverkehrs mutet das Kennzeichenrecht jedem Inhaber einer gewerblichen Kennzeichnung grundsätzlich zu, die Schwächung seines Kennzeichens durch das Aufkommen benachbarter Kennzeichnungen solange hinzunehmen, wie die Grenze der Verwechslungsgefahr noch nicht überschritten ist. Eine Auslegung des § 1 UWG, die darauf hinausliefe, schon Annäherungen an eine damit verbundene Schädigung als wettbewerbsrechtlich unzulässig anzusehen, verstieße gegen die Systematik des Wettbewerbs- und Kennzeichenrechts (BGH NJW 97, 2379, 2380 - grau/magenta). Solange mangels jeglicher Warenähnlichkeit (vgl. oben I.2) keine Verwechslungsgefahr vorliegt, muss die Klägerin Annäherungen an ihre Zeichen hinnehmen.

3. Auch die Rechtsfolgen einer bekannten Marke können nicht mehr aus § 1 UWG abgeleitet werden, wenn sie nach § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG nicht begründet sind (BGH NJW 98, 3781 - Mac Dog). Von Herkunftstäuschung und Rufausbeutung kann keine Rede sein, weil es keine Verkehrsauffassung gibt, die jede "T-Marke" von vornherein mit der Klägerin in Verbindung bringt.

4. Auch eine wettbewerbswidrige Behinderung der Klägerin liegt nicht vor. Mit den angegriffenen Domain-Namen machen die Beklagten nur von ihrem wohl erworbenen Recht an einer geschäftlichen Bezeichnung Gebrauch. Eine Behinderung, die sich aus einer solchen rechtmäßigen Ausübung eines Kennzeichenrechts ergibt, ist grundsätzlich wettbewerbskonform und dementsprechend von den betroffenen Mitbewerbern hinzunehmen (BGH NJW 87, 2016, 2017 - Handtuchspender). Wenn die Klägerin die Klagemarke "T-Box" nicht als Domain-Namen im Internet nutzen kann, dann ist das ebenfalls die Folge eines Prioritätsprinzips, nämlich der Tatsache, daß die Beklagten die entsprechenden Domain-Namen als erste registrieren ließen, und dies im Hinblick auf ihr älteres und nicht verwechslungsfähiges Kennzeichen auch zu Recht.

Im Übrigen ist erste Voraussetzung einer Behinderung immer, daß die Maßnahme nur den Zweck haben kann, den Vertrieb des Mitbewerbers zu behindern oder auszuschalten. Das ist immer dann anzunehmen, wenn kein sachlicher Grund für die Maßnahme erkennbar ist (Köhler/Piper, UWG, § 1, Rdnr. 97).

Davon kann im Hinblick auf den seit 1993 unter dieser Kennzeichnung betriebenen Teehandel der Beklagten keine Rede sein. Anders als die Klägerin meint, brauchten sich die Beklagten mit der Erstellung ihrer Internet-Seiten auch nicht etwa zu beeilen. Wenn die Beklagten meinten, im Hinblick auf das Risiko einer gerichtlichen Auseinandersetzung mit der Klägerin zunächst von weiteren Investitionen absehen zu müssen, dann lag allein darin ein hinreichender sachlicher Grund. Völlig unerheblich ist, ob die Beklagten ohne weiteres auf andere Bezeichnungen hätten ausweichen können (vgl. Ingerl/Rohnke a.a.O., § 50, Rdnr. 12 a.E.). Sie durften auch im Internet die Geschäftsbezeichnung benutzen, unter der der Teehandel bisher eingeführt war. Da es sich um eine rechtmäßige Ausübung ihres Kennzeichenrechts handelte, wäre es sogar unschädlich, wenn die Beklagten damit auch das Ziel verfolgt hätten, die Bildung einer Verkehrsauffassung zu verhindern, nach der jede "T-Marke" auf die Klägerin hinweist (vgl. BGH NJW-RR 94, 12551 1257 - Schwarzwald-Sprudel).

5. Unbehelflich ist schließlich auch der Hinweis der Klägerin auf eine angebliche Irreführung der Internet-Benutzer, die darin liegen soll, daß diese unter den angegriffenen Domain-Namen ein Angebot der Klägerin erwarten. Auch die Zubilligung eines wettbewerbsrechtlichen Verbotsausspruchs wegen

irreführender Verwendung einer Kennzeichnung setzt deren kennzeichenrechtlichen Schutz voraus (BGH NJW 97, 2379 - graumagenta). Da die Klagemarke gegenüber dem Unternehmenskennzeichen der Beklagten keinen Schutz genießt, kann das Kennzeichenrecht der Beklagten auch nicht über das Wettbewerbsrecht eingeschränkt werden. Im Übrigen ist den kundigen Internet-Benutzern unstrittig auch bekannt, daß durchaus nicht jede "T-Kennzeichnung", insbesondere außerhalb des Bereichs der Telekommunikation, auf die Klägerin hinweisen muss.

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf den §§ 97 Abs. 1, 708 Nr. 10, 711 Satz 1 ZPO.

Berufungsstreitwert und Beschwer der Klägerin: 250.000 DM.

Unterschriften