



## HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

### IM NAMEN DES VOLKES

### URTEIL

Aktenzeichen: 5 U 121/03

Entscheidung vom 31. März 2004

In dem Rechtsstreit

...  
gegen

...

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 5. Zivilsenat, durch die Richter ..., ..., Dr. ... nach der am 18.02.2004 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht erkannt:

Die Berufung der Antragsgegner gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 12, vom 15.07.2003 wird zurückgewiesen.

Die Antragsgegner tragen die Kosten des Berufungsverfahrens.

### Gründe:

I.  
Die Antragstellerin ist der Fußball-Weltverband. Sie veranstaltet seit 1930 im Abstand von 4 Jahren die Fußball-Weltmeisterschaft. Diese Wettbewerbe sind sowohl in sportlicher als auch in wirtschaftlicher Hinsicht ein weltweit bedeutendes Ereignis. Die nächste Veranstaltung wird im Jahr 2006 in Deutschland stattfinden (Anlage EVK6). Die mit der Veranstaltung verbundenen Kosten deckt die Antragstellerin weitgehend über Einnahmen aus dem Lizenzgeschäft und Sponsoren. Die Antragstellerin ist Inhaberin einer Reihe von Marken mit Bezugnahme zu dem Wettbewerb im Jahre 2006 in Deutschland. Für sie sind u.a. für "Gedenkmünzen" die Wortmarke DE 301 19 919 "Fußball WM 2006" (Anlage EVK2) sowie die Wort-/Bildmarken DE 397 23 944 und DE 300 49 736 "Fußball WM 2006 Deutschland" (Anlagen EVK1 und EVK3) eingetragen. Weiterhin ist für sie die Wort-/Bildmarke 397 22 832 "World Cup 2006 Germany" eingetragen (Anlage EVK4).

Die Antragsgegnerin zu 1. vertreibt Gedenkmünzen. Der Antragsgegner zu 2. ist der Geschäftsführer ihrer Komplementärgesellschaft. Die Antragsgegnerin zu 1. bot im Internet mit der in den Klageantrag eingeblendeten Werbung eine Münze zur WM 2006 an (Anlage EVK9), bei der es sich nicht um ein von der Antragstellerin lizenziertes Produkt handelte. Dieses Verhalten beanstandet die Antragstellerin als wettbewerbswidrig. Der vorprozessualen Abmahnung der Antragstellerin vom 12.06.2003 (Anlagen EVK11)

sind die Antragsgegner entgegen getreten (Anlage EVK12).

Die Antragstellerin hat daraufhin Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gestellt mit den Anträgen, I. es den Antragsgegnern bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu ? 250.000.-, an dessen Stelle im Falle der Uneinbringlichkeit Ordnungshaft bis zu sechs Monaten tritt, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall bis zu zwei Jahren - Ordnungshaft hinsichtlich der Antragsgegnerin zu 1. zu vollziehen an den gesetzlich für sie handelnden Personen - zu verbieten,

die Bezeichnung

"WM 2006 Germany"

für "Gedenkmünzen" zu benutzen, insbesondere das Zeichen auf diesen Waren oder deren Aufmachung oder Verpackung anzubringen, unter dem Zeichen die genannten Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen, unter dem Zeichen die genannten Waren einzuführen oder auszuführen und/oder das Zeichen in Geschäftspapieren oder in der Werbung zu benutzen, insbesondere gemäß nachstehend eingeblendeter Werbung:

Das Landgericht hat die Antragsgegner mit Urteil vom 15.07.2003 antragsgemäß verurteilt. Hiergegen richtet sich die form- und fristgerecht eingelegte Berufung der Antragsgegner. Die Antragsgegner verfolgen in zweiter Instanz ihren Antrag auf Abweisung des Verfügungsantrags unter Vertiefung ihres erstinstanzlichen Sachvortrags weiter. Die Antragstellerin verteidigt das landgerichtliche Urteil. Wegen der tatsächlichen Feststellungen im Übrigen wird auf das erstinstanzliche Urteil sowie auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung ist unbegründet. Das Landgericht hat die Antragsgegner zu Recht und mit zutreffender Begründung zur Unterlassung verurteilt. Ihr Berufungsvorbringen rechtfertigt keine abweichende Entscheidung. Es gibt dem Senat Anlass zu folgenden ergänzenden Anmerkungen:

1. Die von den Antragsgegnern verwendete Bezeichnung "WM 2006 Germany" ist i.S.v. § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verwechslungsfähig mit den für die Antragstellerin eingetragenen Marken gem. Anlagen EVK1 bis EVK4. Unabhängig von der Frage, ob eine Eintragung hätte erfolgen sollen, hat der Senat die eingetragenen Marken zu respektieren und bei der Beurteilung der Verwechslungsprüfung zu Grunde zu legen (BGH WRP 02, 987, 990 - Festspielhaus; BGH GRUR 98, 412, 413 - Analgin). Selbst wenn man mit den Antragsgegnern von einem von Haus aus nur geringem Schutzzumfang ausgehen und eine etwaige Steigerung auf Grund von Bekanntheit außer Betracht lassen wollte, wäre eine Zeichenähnlichkeit mit dem Landgericht zu bejahen. Die Ähnlichkeit ist am ausgeprägtesten zu der Wort-/Bildmarke 397 22 832 "World Cup 2006 Germany" (Anlage EVK4). Denn die angesprochenen Verkehrskreise erkennen ohne weiteres, dass das Kürzel "WM" als deutschsprachige Abkürzung für "World Cup" steht. Hinzu kommt, dass angesichts der unterschiedlichen Bezeichnungsalternativen - die sich in den eingetragenen Marken in Anlagen EVK1 bis EVK5 widerspiegeln - eine Verwechslungsgefahr über den konkreten Wortlaut der einzelnen Zeichens hinaus besteht. Selbst wenn der Verkehr nur die (deutsch-/englischsprachigen) Bestandteile der einzelnen Marken wieder erkennt, ordnet er sie - zutreffend - derselben Bezeichnung eines (markenrechtlich geschützten) Ereignisses zu. Insoweit liegt aus Sicht des Senats ein streitentscheidender Unterschied zu der Sachverhaltsgestaltung vor, die der BGH-Entscheidung "AntiVir/AntiVirus" (BGH GRUR 03, 963 - AntiVir/AntiVirus) zu Grunde lag, auf die sich die Antragsgegner zur Begründung der Einschränkung des Schutzbereichs beziehen.

2. Die Antragsgegnerin zu 1. hat den mit den Verfügungsmarken verwechselbaren Begriff "WM Germany 2006" in der konkret angegriffenen Verwendung der Internetwerbung, wie sie in den Verfügungsantrag eingeblendet ist, auch nicht lediglich beschreibend, sondern kennzeichenmäßig benutzt, so dass auch die weiteren Voraussetzungen eines Anspruchs aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegeben sind. Damit haben die Antragsgegner zudem Wiederholungsgefahr für eine weitergehende rechtsverletzende Verwendung dieses

Begriffs gesetzt, wie ihn die Antragstellerin zulässiger Weise zum Gegenstand ihres verallgemeinerten Antrags gemacht hat.

a. Die Antragsgegner weisen allerdings zutreffend darauf hin, dass ihnen eine rein beschreibende Verwendung des Begriffs "WM Germany 2006" gestattet sein muss, um zulässigerweise darauf hinzuweisen, dass ihr Produkt aus Anlass dieses Ereignisses herausgegeben wird. Sie haben sich in der angegriffenen Werbung hingegen nicht auf einen zulässigerweise beschreibenden Gebrauch der angegriffenen Bezeichnung beschränkt, sondern diesen aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise zur Benennung eines konkreten Produkts und damit markenrechtswidrig als Herkunftsbezeichnung verwendet.

b. Mit der Abgrenzung des markenmäßigen Gebrauchs von einer rein beschreibenden Verwendung hatte sich die höchstrichterliche Rechtsprechung u.a. im Anschluss an EuGH-Entscheidungen "Arsenal" und "BMW/Deenik" wiederholt zu beschäftigen, wobei in die Betrachtung ebenfalls die von der Antragstellerin nicht ausdrücklich erwähnte Entscheidung "Hölterhoff" des EuGH einzubeziehen ist. Auch der erkennende Senat hatte sich in jüngster Vergangenheit in den Entscheidungen "Nach Rügenwalder Art" vom 30.10.2003 (5 U 225/01) und "Schufafreie Kredite" vom 06.11.2003 (5 U 64/03) mit dieser Rechtsprechung auseinandergesetzt. Er hatte in der letztgenannten Entscheidung u.a. ausgeführt:

Nach inzwischen gesicherter Rechtsprechung des EuGH und des BGH ist Voraussetzung auch des Verbotstabestandes aus § 14 Abs. 2 Nr. 3, Abs. 5 MarkenG, dass die Marke in der als verletzend beanstandeten Form zeichenmäßig, mithin herkunftshinweisend verwendet wird (EuGH WRP 1999, 407 - BMW/Deenik; EuGH WRP 2002, 664 - Hölterhoff; EuGH WRP 2002, 1415 - Arsenal Football Club plc), die Verwendung also im Rahmen des Produktabsatzes jedenfalls auch der Unterscheidung der Waren eines Unternehmens von denen anderer dient (BGH WRP 2002, 982, 9832 - FRÜHSTÜCKSDRINK I; BGH WRP 2001, 41, 43 - Drei-Streifen-Kennzeichnung; BGH WRP 2001, 1315, 1318 - Marlboro Dach; BGH WRP 2002, 547, 549 - GERRI/KERRY SPRING; BGH WRP 2002, 987, 989 - Festspielhaus; BGH WRP 2002, 985, 987 - FRÜHSTÜCKSDRINK II; BGH WRP 2003, 521, 523 - Abschlussstück; BGH WRP 2003, 1353, 1354 - AntiVir/AntiVirus).

Mithin hängt also die Frage, ob Artikel 5 Absätze 1 und 2 der Markenrechtsrichtlinie (entspricht § 14 Abs. 2 MarkenG) anwendbar sind, davon ab, ob die Marke zur Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen eines bestimmten Unternehmens, also als Marke, benutzt wird oder ob die Benutzung zu anderen Zwecken erfolgt (Randnr.38 der "Deenik"-Entscheidung; Randnr. 16 der "Hölterhoff"-Entscheidung und Randnr. 54 der Entscheidung "Arsenal Football Club plc."). Eine Benutzung zu anderen Zwecken liegt nach den Ausführungen des EuGH in der "Hölterhoff"-Entscheidung insbesondere dann vor, wenn der Dritte im Rahmen eines Verkaufsgesprächs mit einem potentiellen Kunden, der in dem einschlägigen Sachgebiet fachkundig ist, auf die Marke Bezug nimmt, diese Bezugnahme ausschließlich zu dem Zweck erfolgt, den potentiellen Kunden, der die Merkmale der Waren der betreffenden Marke kennt, über die Merkmale der angebotenen Ware zu informieren und die Bezugnahme von dem potentiellen Kunden nicht als Hinweis auf die Herkunft der Ware verstanden werden kann (siehe nochmals Randnr. 16 der "Hölterhoff"-Entscheidung).

c. Eine den Grundsätzen der "Hölterhoff"-Entscheidung entsprechende Gestaltung liegt dem vorliegenden Fall aber gerade nicht zu Grunde, obwohl die von den Antragsgegnern verwendete Bezeichnung nicht grundsätzlich für das Angebot von Gedenkmünzen zu untersagen ist. Beanstandungswürdig ist aber die konkrete Form, in der dies in der angegriffenen Werbung geschehen ist. Dabei sind für eine sachgerechte Entscheidung des vorliegenden Rechtsstreits insbesondere die Bezeichnungsgewohnheiten der inländischen Verkehrskreise im Zusammenhang mit Fußball-Weltmeisterschaften zu berücksichtigen. Die hierfür erforderlichen Feststellungen vermag der Senat aufgrund eigener Sachkunde zu treffen, da seine Mitglieder überwiegend zu den angesprochenen Verkehrskreisen der fußballinteressierten Bevölkerung gehören.

aa. Mit der Wortfolge "Fußball-WM 19xx bzw. 20xx" (in Verbindung mit dem Ausrichterland) beschreibt der Verkehr gegenwärtig (noch) in erster Linie ein bedeutendes sportliches Ereignis. Die maßgeblichen Verkehrskreise in Deutschland haben seit eh und je Fußball-Weltmeisterschaften bzw. Fußball-Europameisterschaften mit der betreffenden Sportart ("Fußball") und der Jahreszahl der Austragung ("1954") sowie der ausgeschriebenen oder abgekürzten Form der Meisterschaft ("WM" bzw. "EM")

bezeichnet. Eine entsprechende Bezeichnungsgewohnheit hat die Antragstellerin selbst zurückreichend z.B. zur "Fußball WM 1974" vorgetragen. In dieser Weise werden die sportlichen Ereignisse im Fernsehen, in Zeitungen, in Zeitschriften, in Gesprächen usw. allgemein benannt. Bei dieser Art der "Kennzeichnung" ging und geht es dem Verkehr in der Vergangenheit nicht in erster Linie um eine Herstellerzuordnung zu dem Veranstalter des Sportereignisses, sondern um die Beschreibung des sportlichen Ereignisses als solches. Dies gilt selbst für diejenigen Teile der angesprochenen Verkehrskreise, denen bekannt war, dass die Fußball-Weltmeisterschaften seit Jahrzehnten von der FIFA ausgerichtet werden.

bb. Indem sich die Antragstellerin die mit dieser Veranstaltung zusammenhängenden Bezeichnungen - im Zuge einer zunehmenden Vermarktung der Rechte an sportlichen Ereignissen innerhalb der letzten Jahrzehnte - wie "Fußball-WM 2006 Deutschland" usw. in den Jahren 1997 bis 2001 als Marke hat registrieren lassen, erwirbt sie diesen Markenschutz - rechtsuntechnisch gesprochen - mit einer entsprechenden "Hypothek" belastet, die die bis dahin in erster Linie beschreibende Verwendung des Begriffs in sich trägt. Dieser Umstand mag einer Markenregistrierung nicht im Wege gestanden haben, soweit es z.B. um die Bezeichnung von Merchandising-Artikeln geht. Hingegen ist es der Antragstellerin verwehrt, aus dieser Marke einen Ausschließlichkeitsanspruch auch für den beschreibenden Gebrauch insoweit herzuleiten, als dieser nur bei der Bewerbung bzw. Verbreitung von Produkten auf den Anlass hinweist.

d. Diese Ausführungen gelten zumindest im hier ausschließlich relevanten Zusammenhang mit der Herausgabe von Gedenkmünzen. Bei diesen spezifischen Produkten ist der Verkehr seit langer Zeit daran gewöhnt, dass solche Gedenkmünzen zu den unterschiedlichsten Anlässen allgemeinen Interesses wie sportlichen Ereignissen, Todestagen bekannter Persönlichkeiten usw. erscheinen. Dementsprechend nimmt der Verkehr bei der Bewerbung einer Gedenkmünze vor diesem Hintergrund grundsätzlich - aber nicht ausnahmslos - in erster Linie den Anlass der Veröffentlichung zur Kenntnis. Er verbindet hiermit jedenfalls dann keine herstellerbezogenen Vorstellungen, wenn sich ihm hierfür aufgrund der Art der Bezeichnung oder Bewerbung keine sonstigen Anhaltspunkte bieten. Auch diese Feststellungen vermag der Senat, dessen Mitglieder auch insoweit zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehören, aufgrund eigener Sachkunde zu treffen. Dieses Verständnis gilt unbeschadet der Tatsache, dass der Verkehr heutzutage weiß - und in Rechnung stellt -, dass zu (sportlichen) Großveranstaltungen (auch) eine Vielzahl von Merchandisingprodukten durch den Veranstalter selbst oder seine Lizenznehmer auf den Markt gebracht werden.

e. Dementsprechend kann es sich bei Bewerbung einer Gedenkmünze zur Fußball-WM 2006 mit dem von der Antragstellerin angegriffenen Hinweis - je nach Sachlage - um eine rein beschreibende zulässige Verwendung handeln. Sie kann aber auch einen unzulässigen Eingriff in die Markenrechte der Antragstellerin beinhalten. Entscheidend für diese Abgrenzung ist die konkrete Gestaltung des Produkts bzw. der Werbung und die hiermit dem Verkehr vermittelte Zielrichtung der Bezeichnung. Dafür kommt es darauf an, ob die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung "WM 2006 Germany" mit der situationsadäquaten Aufmerksamkeit wie eine Marke wahrnehmen oder sie die Bezeichnung lediglich als allgemeinen Sachhinweis auf eine Veranstaltung verstehen. Der Senat teilt die Auffassung des Landgerichts, die Antragsgegnerin zu 1. habe die angegriffene Bezeichnung hier in unzulässiger Weise kennzeichnend verwendet.

aa. Die Münze wird von der Antragsgegnerin zu 1. selbst als 1 Dollar-Gedenkmünze "WM 2006 Germany" bezeichnet. Das Landgericht weist zutreffend darauf hin, dass gerade die Einkleidung des Titels in Führungszeichen in besonderem Maße eine kennzeichnende Verwendung nahe legt. Diese Bezeichnung ist deshalb von Bedeutung, weil dem Kaufinteressenten ansonsten häufig keine eindeutige Bezeichnungsmöglichkeit für eine Münze angeboten wird. Der Verkehr ist vielmehr daran gewöhnt, dass Gedenkmünzen in der Regel keinen eigenen "Namen" tragen, sondern nur nach dem Ereignis ihrer Veröffentlichung (z.B. 40 Jahre Grundgesetz) benannt werden. Im vorliegenden Fall wird der Gedenkmünze hingegen hierdurch von der Antragsgegnerin zu 1. ein individueller Name beigegeben, mit dem diese Münze aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise konkret benannt und von anderen Produkten, die aus Anlass desselben Ereignisses erscheinen, unterschieden werden soll. Damit ist in der Wahrnehmung des Verkehrs das wesentliche Merkmal einer markenmäßigen bzw. kennzeichnenden Verwendung eines Begriffs

verwirklicht.

bb. Die vorangestellte Bezugnahme auf die ausländische Währung gibt dem Verkehr ebenfalls keine Veranlassung zu der Annahme, hierbei handele es sich nur um eine (übliche) beschreibende Bezugnahme auf ein inländisches Sport-Ereignis. Vielmehr vermittelt eine Dollar-Münze des wenig bekannten Staates "Cook Islands" für ein in Deutschland stattfindendes Ereignis dem Verkehr den Eindruck von etwas Außergewöhnlichem. Dadurch wird das Augenmerk und die Aufmerksamkeit des Verkehrs gerade nicht in erster Linie auf das Sportereignis gelenkt, sondern auf das hiernach benannte - eher ungewöhnliche - Produkt gerichtet. Denn eine sachliche Beziehung zwischen dem Inselstaat Cook Islands und einer in Deutschland stattfindenden Fußball-Weltmeisterschaft liegt nicht unbedingt auf der Hand, zumal der Staat als Fußballnation nicht von größerer Bekanntheit ist. Auch diese Umstände unterstreichen in der Wahrnehmung der angesprochenen Verkehrskreise den kennzeichnenden Charakter der Verwendung der angegriffenen Bezeichnung. Die im nachfolgenden Fließtext der Werbung enthaltenen Angaben sind ebenfalls nicht geeignet, diesen Eindruck zu zerstreuen.

cc. Die Antragsgegner missverstehen in diesem Zusammenhang möglicherweise den Begriff des Herkunftshinweises. Dieser setzt nicht voraus, dass der Verkehr das Produkt einem namentlich bekannten Hersteller oder Lizenzgeber - hier der FIFA - zuordnet. Der Begriff Herkunftshinweis bedeutet markenrechtlich lediglich, dass das konkrete Produkt unter dieser Bezeichnung immer nur von "einem" (oder mit ihm rechtlich verbundenen Dritten) stammt, wer immer dies letztlich auch ist. Insbesondere muss der Verkehr den Namen des Herstellers weder kennen noch ihn richtig zuordnen. Eine derartige Fehlvorstellung entsteht gerade dann, wenn die Bezeichnung wie ein "Name" bzw. "Titel" der Ware oder Dienstleistung verwendet wird, wenn also das Produkt unter einer bestimmten Bezeichnung identifizierbar, gegenüber gleichartigen Produkten abgrenzbar und von diesen unterscheidbar ist. Gerade durch die in Anführungszeichen gesetzte Bezeichnung "WM 2006 Germany" hat der Verkehr jeden Anlass zu der Annahme, dass die konkrete Münze mit diesem "Namen" benannt und hierdurch von anderen Gedenkmünzen zu demselben Anlass unterschieden werden soll.

dd. Bei dieser Sachlage kommt es nicht mehr entscheidend darauf an, welche Bezeichnung die Münze selbst trägt. Insbesondere ist nicht erforderlich, dass sich die Zeichenfolge "WM 2006 Germany" auf ihr wieder findet. Denn die Antragsgegner wären aus Sicht des Verkehrs durch nichts gehindert, die Münze unter diesem frei zu wählenden "Titel" als Identifikationsmerkmal auf dem Markt anzubieten, auch wenn er nicht mit der Prägung der Münze übereinstimmt.

3. Die von den Antragsgegnern für ihren Rechtsstandpunkt ins Feld geführte "Willy Brandt"-Entscheidung des BGH (BGH NJW 96, 593, 595) - die nicht zum Gewerblichen Rechtsschutz ergangen ist - verhilft ihnen ebenfalls nicht zum Erfolg. Dort wird das in § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG geschützte allgemeine Publikationsinteresse in ein Spannungsverhältnis zu dem Persönlichkeitsrecht des Abgebildeten gesetzt und ausgeführt:

"Indessen können auch in der Gegenwart informative Aussagen über bedeutende Persönlichkeiten einschließlich ihres Bildes in der Form von Medaillen, die zu besonderen Anlässen editiert werden, weitergegeben werden. Dabei bedarf es zur Annahme eines Informationswerts nicht unbedingt eines "Gesamtkonzepts" (...), wie es etwa bei der Herausgabe von Münzserien (...) vorliegen könnte; auch eine einzelne, einem historischen Ereignis, wie dem Tode eines bedeutenden Staatsmanns, gewidmete Medaille kann einem schutzwürdigen Publikationsinteresse dienen". Die dortige Sachverhaltskonstellation ist auf den vorliegenden Fall nicht übertragbar. Denn die Antragstellerin will den Antragsgegnern gerade nicht allgemein verbieten, eine Gedenkmünze zur WM 2006 herauszubringen und hierauf hinzuweisen. Ihr Verbotsantrag richtet sich gegen die konkrete Bezeichnungsform. Und letztere ist jedenfalls in ihrer konkreten Gestaltung als "Name" eines konkreten Produkts nicht zwingend notwendig von einem "allgemeinen Publikationsinteresse" mit umfasst. Dementsprechend stehen den Antragsgegnern zahlreiche Möglichkeiten offen, sich mit eher geringfügigen Abänderungen aus dem konkreten markenrechtlichen Schutzbereich herauszubewegen, ohne dass der Senat Veranlassung hat, den Antragsgegnern hierzu konkrete Hinweise zu geben.

Dies gilt gleichermaßen, soweit sich die Antragsgegner im Rahmen der markenrechtlichen

Anspruchsgrundlagen auf eine Privilegierung gem. § 23 Nr. 2 MarkenG berufen. Die "Guldenburg"-Entscheidung des BGH (BGH GRUR 93, 693 ff - Guldenburg), die die Verwechslungsgefahr zwischen dem Titel einer Fernsehsendung ("Das Erbe der Guldenburgs") und einer Bezeichnung für Waren ("Guldenburg" für Lebensmittel bzw. Getränke) betrifft, ist für die Entscheidung des vorliegenden Falls ebenfalls nicht einschlägig. Denn dort war Beklagter gerade der Schlossherr, der seinen Herrschaftssitz für die Produktion der Fernsehserie zur Verfügung gestellt hatte und später die populäre Bezeichnung, die in der Öffentlichkeit mit seinem Schloss Wotersen verbunden wird, für sich nutzbar machen wollte. Diese besondere Situation steht einer Übertragung der dort entwickelten Grundsätze auf den vorliegenden Fall entgegen.

4. Zwischen den Parteien ist unstreitig, dass die Münze selbst nicht die angegriffene Bezeichnung trägt. Die Prägung "Germany Football Worldcup 2006" ist nach Darstellung der Antragsgegner Gegenstand weiterer einstweiliger Verfügungsverfahren zwischen den Parteien. Gleichwohl besteht Wiederholungs- bzw. Begehungsgefahr auch für den verallgemeinerten Teil des Antrags, insbesondere auch dafür, dass die Antragsgegner Ware nicht nur unter der angegriffenen Bezeichnung bewerben, sondern diese auch auf der Ware selbst anbringen bzw. sie unter diesem Zeichen in den Verkehr bringen. Denn die Antragsgegner haben im vorliegenden Rechtsstreit ihre dahingehende umfassende Bezeichnungsberechtigung nachdrücklich vertreten und ihre vermeintlichen Rechte gegenüber dem Verfügungsanspruch vorbehaltlos verteidigt. Zumindest damit haben sie auch insoweit Wiederholungs- bzw. Begehungsgefahr gesetzt.

5. Vor dem Hintergrund der vorstehenden Ausführungen bedarf es keiner weiteren Ausführungen zu einem möglichen Verstoß gegen § 1 UWG. Diese Vorschrift - die besondere Unlauterkeitsmerkmale voraussetzt - tritt im Re gelfall zudem hinter den hier verwirklichten markenrechtlichen Ansprüchen zurück. Auch das von der Antragstellerin als Anlage EVK19 vorgelegte Meinungsforschungsgutachten der GfK Marktforschung bleibt für die Entscheidung des Rechtsstreits ohne Bedeutung.

6. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

(Unterschriften)