

<?xml:namespace prefix = v ns = "urn:schemas-microsoft-com:vml" /><v:f eqn="prod @3 21600 pixelWidth"></v:f><v:path o:connecttype="rect" gradientshapeok="t" o:extrusionok="f"></v:path>



OBERLANDESGERICHT MÜNCHEN

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Aktenzeichen: 29 U 3870/03

Entscheidung vom 9. September 2004

In dem Rechtsstreit

F. GmbH,

- Klägerin und Berufungsbeklagte -

gegen

B. GmbH i. G.,

- Beklagte und Berufungsklägerin ?

hat der 29. Zivilsenat des Oberlandesgerichts München durch Richter am Oberlandesgericht Dr. ... als Vorsitzenden, Richter am Bundespatentgericht Dr. ... und Richter am Oberlandesgericht ... auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 9. September 2004

für Recht erkannt:

I. Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil des Landgerichts München I vom 6. Juni 2003 aufgehoben. Die Klage wird abgewiesen.

II. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin.

III. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 115 % des vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 115 % des zu vollstreckenden Betrags leistet.

Gründe:

A.

Die Parteien streiten um die Zulässigkeit eines Zeitschriftentitels.

Die Klägerin gibt das wöchentlich erscheinende Nachrichtenmagazin FOCUS heraus. Marke und Titel FOCUS sind berühmt.

Die Klägerin ist Inhaberin der am 7. Januar 2000 unter anderem für Zeitschriften (Warenklasse 16) angemeldeten und eingetragenen deutschen Wort-/Bildmarken Nr.30000618

Abbildung der Marke

Nr.30000619

Abbildung der Marke

und der ebenfalls am 7. Januar 2000 unter anderem für Zeitschriften (Warenklasse 16) angemeldeten und eingetragenen deutschen Wortmarke Nr.30000620

FOCUS MONEY

sowie der am 12. April 2000 unter anderem für Zeitschriften (Warenklasse 16) angemeldeten und eingetragenen Gemeinschaftsmarke Nr.001614874

Abbildung der Marke

Darüber hinaus ist sie Inhaberin der unter anderem für die Warenklasse 16 eingetragenen deutschen Wortmarken Nr.30026373 Focus Money: Fakten machen Geld, angemeldet am 5. April 2000, Nr.30051116 Im Focus: Money, angemeldet am 10. Juli 2000, Nr.30079863 FOCUS-MONEY Call, angemeldet am 30. Oktober 2000, Nr.30079864 FOCUS-MONEY Mobil, angemeldet am 30. Oktober 2000, und Nr.30079829.6/36 FOCUS-MONEY SMS, angemeldet am 30. Oktober 2000.

Seit März 2000 gibt die Klägerin die wöchentlich erscheinende Zeitschrift FOCUS MONEY heraus, die folgende Deckblattgestaltung aufweist:

Abbildung der Marke

Auf den Seiten der Zeitschrift mit redaktionellen Beiträgen findet in der Paginierungszeile die Angabe FOCUS MONEY, gefolgt von der Heft- und Jahrgangsangabe. Auf Seite 3 des Hefts 19/2003 wird ein Redakteur der Zeitschrift als ?FOCUS-MONEY-Redakteur? bezeichnet; auf Seite 5 desselben Hefts wird für die Gewinnung eines neuen ?FOCUS-MONEY-Abonnenten? eine Digitalkammer ausgelobt. Die Inhalte der Zeitschrift werden von der Klägerin auf ihrer Webseite www.focus-money.de auch in einer Online-Version angeboten. Die Zeitschrift hat seit dem Beginn ihres Erscheinens eine Auflage von 140.000 bis 150.000 Stück.

Die Beklagte gibt seit September 2002 eine monatlich erscheinende Zeitschrift MON?Y SPECIALIST mit folgender Deckblattgestaltung heraus:

Abbildung der Marke

Unter der Internetadresse www.money-specialist.de bietet sie auch eine Online-Version der Zeitschrift an.

Beide Zeitschriften beschäftigen sich mit Geldanlagen, Finanzthemen und Vermögensbildung.

Die Klägerin ist der Auffassung, ihr stünden Unterlassungsansprüche aus §14 Abs. 2 Nr.2, Abs.3, §15 Abs.2, Abs.4 MarkenG zu. Zwischen ihrem Titel FOCUS MONEY und ihren Marken einerseits und dem Titel der Beklagten MON?Y SPECIALIST bestehe unmittelbare und mittelbare Verwechslungsgefahr. Der schlagwortartig benutzte Bestandteil ihres Titels MONEY sei hinreichend unterscheidungskräftig, habe aber jedenfalls Verkehrsgeltung erlangt. Der Bestandteil FOCUS trete in den Hintergrund, weil er quer geschrieben werde und deutlich verkleinert sei. Die Beklagte hebe den Bestandteil MON?Y ihres Titels schlagwortartig hervor, weil sie ihn überdimensional groß und den Bestandteil SPECIALIST verkleinert drucke. Damit stünden sich MONEY und MONEY gegenüber. Hinzu komme, dass der Zusatz SPECIALIST insofern beschreibend sei, als dadurch eine besondere Sachkunde reklamiert werde und der Verkehr davon ausgehe, dass es sich um eine besondere Ausgabe von FOCUS MONEY handele.

Die Klägerin hat beantragt, die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen,

es zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr die Bezeichnung ?MONEY SPECIALIST? als Titel einer Zeitschrift zu verwenden und/oder verwenden zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen, insbesondere wenn dies wie nachfolgend wiedergegeben geschieht:

Abbildung der Marke

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hat die Auffassung vertreten, dass der Bestandteil MONEY des klägerischen Titels rein beschreibend sei und deshalb diesen nicht prägen könne. Es stünden sich deshalb FOCUS MONEY DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN und MON?Y SPECIALIST gegenüber, zwischen denen keine Verwechslungsgefahr bestehe. Im Übrigen werde MONEY von einer Vielzahl anderer Werke im Titel geführt.

Mit Urteil vom 6. Juni 2003 hat das Landgericht die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Auf die tatsächlichen Feststellungen dieses Urteils wird Bezug genommen. Zur Begründung hat das Landgericht im Wesentlichen ausgeführt, dass die Klägerin einen Titelschutzanspruch gemäß §15 Abs.2, Abs.3 i.V.m. §5 Abs.3 MarkenG habe. Der Titel der Klägerin laute FOCUS MONEY. Er sei auch ohne das Wort FOCUS für ein Magazin, das sich mit Vermögensanlagen beschäftige, hinreichend kennzeichnungskräftig. Der Titel werde durch das Wort MONEY geprägt, weil FOCUS als Hinweis auf den Herausgeber in den Hintergrund trete. Eine nennenswerte Schwächung seiner Kennzeichnungskraft habe der klägerische Titel nicht erfahren. Der Titel der Beklagten bestehe aus dem unterscheidungskräftigen Wort MONEY und der nichts sagenden Beschreibung SPECIALIST; geprägt werde er von MONEY, weil sich erst dadurch erschließe, für was die Zeitschrift ein Spezialist sein solle. Damit stünden sich zwei in ihren prägenden Teilen fast identische Titel gegenüber; dass das E bei der Beklagten als ? geschrieben werde, bleibe dem flüchtig betrachtenden Verkehr nicht im Gedächtnis, so dass beide Titel so ähnlich seien, dass bei unstreitiger Branchenidentität Verwechslungsgefahr bestehe. Sollte man den Begriff MONEY als lediglich beschreibend ansehen, so würde für den klägerischen Titel jedenfalls auf Grund der unstreitigen Auflagenzahlen feststehen, dass er Verkehrsgeltung erlangt habe. Daneben stünden der Klägerin aus den gleichen Erwägungen markenrechtliche Ansprüche aus ihrer Wortmarke FOCUS MONEY zu.

Hiergegen wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung. Sie ist der Auffassung, das Landgericht habe zu Unrecht Verwechslungsgefahr angenommen. Diese sei anhand des Gesamteindrucks der sich gegenüberstehenden Zeichen zu beurteilen, da keines der beiden Zeichen von MONEY geprägt werde. Insbesondere beruft sie sich darauf, dass die Praxis der Klägerin hinsichtlich anderer

Kombinationskennzeichen die Bedeutung des Bestandteils FOCUS zeige; die Klägerin werde wohl nicht meinen, dass sie aus ihren Kennzeichen FOCUS Online, FOCUS Automarkt oder FOCUS TV ein Schutzrecht für Online, Automarkt oder TV herleiten könne. MONEY alleine sei für eine Zeitschrift, die sich mit Finanzangelegenheiten und Geldgeschäften beschäftige, ebenso wenig schutzfähig wie Online für einen Onlinedienst und TV für einen Fernsehsender.

Während des Berufungsverfahrens hat sich die Beklagte strafbewehrt verpflichtet (vgl. Anl. BI), es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Bezeichnung MON?Y SPECIALIST als Titel einer Zeitschrift zu verwenden oder verwenden zu lassen oder zu bewerben oder bewerben zu lassen, wenn der Titel wie nachstehend abgebildet eine graphische Dominanz des Titelbestandteils MON?Y aufweist:

Abbildung der Marke

Sie hat sich dagegen vorbehalten, den Titel in einer Form weiterhin einzusetzen, in der der Titelbestandteil SPECIALIST gleichwertig neben MON?Y steht.

Die Parteien haben daraufhin den Rechtsstreit im Umfang der Unterlassungserklärung in der Hauptsache für erledigt erklärt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage unter Abänderung des Urteils des Landgerichts abzuweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Sie verteidigt das angegriffene Urteil.

Im Übrigen wird auf die im Rechtsstreit gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll des Termins vom 9. September 2004 Bezug genommen.

B.

Die zulässige Berufung ist begründet, weil der Klägerin die geltend gemachten Unterlassungsansprüche nicht zustehen.

I. Die Klägerin kann keine Titelschutzansprüche gemäß §15 Abs.4 i.V.m. Abs.2 oder Abs.3 MarkenG geltend machen.

1. Zwischen dem Klagetitel und dem angegriffenen Titel besteht keine Verwechslungsgefahr i.S.d. §15 Abs.2 MarkenG. Maßgeblich für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr zwischen Werktiteln ist - entsprechend den anderen Kennzeichenrechten - die Wechselwirkung zwischen der Werknähe, der Kennzeichnungskraft des Klagetitels und der Titelähnlichkeit, die nach dem jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Titel zu bemessen ist (vgl. BGH GRUR 2003, 440 [441] - Winnetous Rückkehr m.w.N.).

a) Dem Klagetitel kommt ursprüngliche Unterscheidungskraft zu. Zwar wird der Bestandteil MONEY als leicht verständlicher englischsprachiger Ausdruck vom Verkehr in seinem Sinngehalt ?Geld? erkannt und ist mit dieser Bedeutung zu Grunde zu legen; er weist auf den von der Zeitschrift im Wesentlichen abgedeckten Themenbereich und ist zwar nicht glatt beschreibend, aber doch an eine beschreibende Angabe stark angelehnt. Das hindert die Annahme ursprünglicher Unterscheidungskraft aber schon deshalb nicht, weil der

Verkehr bei Werktiteln daran gewöhnt ist, dass gerade auch beschreibende Angaben zur Kennzeichnung des Werks verwendet werden (vgl. BGH, a.a.O., Winnetous Rückkehr, S. 441). Zudem hat der weitere Bestandteil FOCUS keinerlei beschreibenden Charakter, so dass dem Titel insgesamt normale Unterscheidungskraft zukommt. Angesichts der Vertriebszahlen der klägerischen Zeitschrift ist davon auszugehen, dass diese Kennzeichnungskraft durch Benutzung noch gestärkt ist.

b) Die jeweils bezeichneten Werke sind Zeitschriften, die sich mit Geldanlagen, Finanzthemen und Vermögensbildung beschäftigen. Wegen dieser Identität der Themen besteht auch bei unterschiedlichem Erscheinungsrhythmus ein sehr hohes Maß an Werknähe.

c) Die sich gegenüberstehenden Titel sind sich nur in sehr geringem Maße ähnlich.

aa) Auszugehen ist jeweils vom Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Titel (vgl. BGH GRUR 2000, 504 [505] - FACTS m.w.N.).

(1) Bei der Bestimmung des Gesamteindrucks ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr erfahrungsgemäß dazu neigt, längere Bezeichnungen in einer die Merkbarkeit und Aussprechbarkeit erleichternden Weise zu verkürzen. Im Rahmen einer sich hieraus ergebenden Verwechslungsgefahr genügt es, wenn ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs den kürzeren und griffigeren Haupttitel allein (verkürzt) behalten und gegebenenfalls verwenden wird und dass verlängernde Zusätze von geringerer Kennzeichnungskraft und Einprägsamkeit dabei leicht in Fortfall geraten werden (vgl. BGH, a.a.O. - FACTS m.w.N.).

(2) Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze ist davon auszugehen, dass der Klagetitel von FOCUS MONEY geprägt wird.

Der Untertitel DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN der klägerischen Zeitschrift besteht ausschließlich aus einer Waren beschreibenden Angabe, der der Verkehr keinerlei individualisierende Funktion beimessen wird, ist zur Werkindividualisierung nicht erforderlich und erweist sich schon deshalb als zur Unterscheidung von anderen Werken ungeeignet (vgl. BGH GRUR 1991, 153 [155] - Pizza & Pasta). Deshalb ist mit den Parteien davon auszugehen, dass ihn der Verkehr nicht verwenden wird.

Dagegen kann nicht festgestellt werden, dass der verbleibende Titelrest FOCUS MONEY von seinem Bestandteil MONEY geprägt werde. Einer an eine Beschreibung angelehnten Angabe wie MONEY (s.o. 1. a]) kann ein bestimmender Einfluss auf den Gesamteindruck eines aus mehreren Bestandteilen gebildeten Zeichens fehlen, weil der Verkehr beschreibende Angaben nach der Lebenserfahrung nicht als Identitätshinweis, sondern lediglich als Sachhinweis versteht (vgl. BGH GRUR 2004, 775 [776] - EURO 2000 m.w.N. zum gleich gelagerten Fall bei einer Marke). Das ist vorliegend der Fall, wie sich daran zeigt, dass die klägerische Zeitschrift gängig als FOCUS MONEY bezeichnet wird. So beziehen sich Texte in der Zeitschrift selbst mit dieser Bezeichnung auf sie. Auch im Rahmen der Paginierung wird für die Zeitschriftenbezeichnung, die nicht zuletzt der Erkennung der Fundstelle bei einem Fotokopieauszug dient, die Fassung FOCUS MONEY gewählt. Die Webseite, auf der die Klägerin die Inhalte der Zeitschrift ins Internet stellt, hat die Second-Level-Domain focus-money. Auch die Reichweitenermittlungen, die die Klägerin im Rahmen ihres Vortrags zur Verkehrsgeltung vorgelegt hat (Anl. K 17 und K 18), bezeichnen die klägerische Zeitschrift als FOCUS MONEY. Angesichts dieses Gebrauchs durch verschiedenste Seiten - Zeitschriftenredaktion, Klägerin und Dritte - verbietet sich die Annahme, der Klagetitel werde alleine durch den Bestandteil MONEY und nicht auch durch den Bestandteil FOCUS geprägt.

(3) Der Gesamteindruck des angegriffenen Titels beruht ebenfalls nicht auf MON?Y, sondern auf dessen Gesamtheit MON?Y SPECIALIST. Auch insoweit stellt sich der erste Bestandteil als Angabe dar, deren stark an eine Beschreibung anlehrender Charakter der Annahme einer Prägung des Gesamteindrucks entgegensteht. Der Bestandteil SPECIALIST tritt ihm gegenüber auch nicht unter dem Gesichtspunkt zurück, dass damit lediglich ein Sonderheft einer im Wesentlichen MON?Y genannten Zeitschrift bezeichnet werde. Derartige Zeitschriftensonderhefte werden allenfalls mit ... - Spezial oder ... - Special bezeichnet, nicht jedoch mit dem Zusatz SPECIALIST. Dieser Bestandteil weist auf eine Person mit besonderer Sachkenntnis hin und ist deshalb für ein Sonderheft gänzlich unüblich.

bb) Die sich gegenüberstehenden Bezeichnungen - FOCUS MONEY auf der einen und MON?Y SPECIALIST auf der anderen Seite - weisen in ihrem maßgeblichen Gesamteindruck nur eine sehr geringe Ähnlichkeit auf. Zwar stimmt der Bestandteil MONEY des Klagetitels im Schriftbild nahezu und in klanglicher Hinsicht vollständig mit dem Bestandteil MON?Y des angegriffenen Titels überein und die inhaltliche Bedeutung weist hier wie dort auf den Inhalt der Zeitschrift hin. Die Bezeichnungen unterscheiden sich jedoch in der Stellung des übereinstimmenden Bestandteils und in ihrem jeweils anderen, gleichermaßen prägenden Bestandteil deutlich voneinander. Auch die optische Gestaltung der Titel erhöht die Ähnlichkeit der Bezeichnungen nicht. Zwar weisen beide die Grundfarbe Rot auf. Die Schriftfarben unterscheiden sich aber deutlich. Der Klagetitel weist auch eine Umrahmung des Wortes MONEY auf, die im angegriffenen Titel kein Gegenstück hat. Darüber hinaus führt die Verwendung eines Globus für das O in MONEY, nicht zuletzt wegen dessen blauer und grüner Farbe, zu einem gänzlich anderen optischen Eindruck des Klagetitels als des der angegriffenen Titels, zumal sich dieser durch die schriftbildliche Besonderheit auszeichnet, dass das E in MONEY durch ein gelbes Eurosymbol ? ersetzt ist.

d) Bei Berücksichtigung dieser den Schutzzumfang der in Rede stehenden Werktitel näher bestimmenden Umstände ist die Gefahr von Verwechslungen zu verneinen.

2. Die Klägerin kann sich auch nicht auf einen Anspruch wegen unlauterer Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft oder Wertschätzung der Klagetitels (vgl. §15 Abs.3 MarkenG) berufen.

Das Landgericht hat zwar die Vorschrift des §15 Abs.3 MarkenG als Anspruchsgrundlage angeführt, aber keine Ausführungen zur Unlauterkeit der Verwendung des angegriffenen Titels gemacht. Solche Umstände sind auch weder von der Klägerin, die ihre Klage lediglich Ansprüche wegen Verwechslungsgefahr stützt, vorgetragen noch sonst ersichtlich. Insbesondere genügt es zur Begründung von Ansprüchen, die auf §15 Abs. 3 MarkenG gestützt sind, nicht, dass ein Zeichen geeignet ist, durch bloße Assoziationen an ein fremdes Kennzeichen Aufmerksamkeit zu erwecken; ebenso wenig würde dafür der Umstand ausreichen, dass die Wahl des angegriffenen Zeichens nicht zufällig erscheint (vgl. BGH GRUR 2004, 779 [783] - Zwilling/Zweibrüder zur gleich gelagerten Frage bei Marken).

II. Der Klägerin stehen auch keine markenrechtlichen Ansprüche, die die Klage stützen könnten, zu.

1. Sowohl gemäß §14 Abs.2 Nr.2 MarkenG als auch gemäß Art.9 Abs.1 lit.a) GMV ist es Dritten untersagt, ohne Zustimmung des Markeninhabers im geschäftlichen Verkehr ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht. Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen; dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Zeichen und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke (vgl. BGH GRUR 2004, 865 [866] - Mustang m.w.N.).

2. Im Streitfall besteht keine Verwechslungsgefahr zwischen den Marken der Klägerin und dem angegriffenen Titel.

a) Die deutsche Wortmarke Nr.30000620 besteht nur aus den Wörtern FOCUS MONEY. Für sie gelten die Ausführungen zum Mangel an Verwechslungsgefahr zwischen dem Klagetitel und dem angegriffenen Titel (s.o. I. 1.) mit Ausnahme der ergänzenden Erörterung der optischen Gestaltung in gleicher Weise.

b) Hinsichtlich der deutschen Wortmarken Nr.30026373 Focus Money: Fakten machen Geld, Nr.30051116 Im Focus: Money, Nr.30079863 FOCUS-MONEY Call, Nr.30079864 FOCUS-MONEY Mobil, und Nr.30079829.6/36 FOCUS-MONEY SMS besteht angesichts ihres jeweiligen noch weiter vom angegriffenen Titel entfernten Gesamteindrucks erst recht keine Verwechslungsgefahr.

c) Auch zwischen der deutschen Wort-/Bildmarke Nr.30000619

Abbildung der Marke



und dem angegriffenen Titel andererseits besteht keine Verwechslungsgefahr.

aa) Der Marke kommt wegen ihrer Benutzung als Zeitschriftentitel gesteigerte Kennzeichnungskraft zu.

bb) Sie ist unter anderem für Zeitschriften eingetragen. Damit besteht Warenidentität mit der von der Beklagten vorgenommenen Nutzung.

cc) Bei deren Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist von dem Grundsatz auszugehen, dass es auf den jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Zeichen ankommt (vgl. BGH, a.a.O., Mustang, S. 866 m.w.N.). Zwischen den Marken und dem angegriffenen Titel besteht danach nur sehr geringe Zeichenähnlichkeit.

(1) Bei Wort-/Bildzeichen prägt regelmäßig der Wortbestandteil den Gesamteindruck, weil sich der Verkehr an ihm als der einfachsten Kennzeichnungsart orientiert; davon ist lediglich in Fällen eine Ausnahme zu machen, in denen der Verkehr eine beschreibende oder freizuhaltende Angabe oder eine an eine solche angelehnten Angabe nach der Lebenserfahrung nicht als betrieblichen Herkunftshinweis, sondern lediglich als Sachhinweis versteht (vgl. BGH, a.a.O., EURO 2000, S. 776 m.w.N.). Bei der Wort-/Bildmarke Nr.30000619 ist das nicht der Fall, weil der Wortbestandteil FOCUS keinerlei beschreibenden Inhalt hat. Dagegen beeinflusst der wesentlich kleiner geschriebene und wegen seiner Länge unhandliche Wortbestandteil DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN den Gesamteindruck nicht. Damit ist von einem durch die Wortbestandteile FOCUS MONEY bestimmten Gesamteindruck auszugehen.

(2) Zwischen diesem und dem Gesamteindruck des angegriffenen Titels besteht aus den oben zu I. 1. c) ausgeführten Gründen keine für die Annahme einer Verwechslungsgefahr ausreichende Zeichenähnlichkeit.

d) Auch zwischen der deutschen Wort-/Bildmarke Nr.30000618

Abbildung der Marke

und der Gemeinschaftsmarke Nr.001614874

Abbildung der Marke

einerseits und dem angegriffenen Titel andererseits besteht keine Verwechslungsgefahr.

aa) Den Marken kommt normale Kennzeichnungskraft zu. Eine die Kennzeichnungskraft steigernde Benutzung ist nicht vorgetragen. Die Verwendung des Klagetitels kommt insoweit nicht in Betracht, weil er sich in dem zusätzlichen Wort FOCUS von den Marken unterscheidet.

bb) Auch diese Marken sind unter anderem für Zeitschriften eingetragen. Damit besteht Warenidentität mit der von der Beklagten vorgenommenen Nutzung.

cc) Zwischen diesen Marken und dem angegriffenen Titel besteht nur sehr geringe Zeichenähnlichkeit.

(1) Die Marken enthalten zwar MONEY als auffälligsten Wortbestandteil. Dieser Begriff prägt den Gesamteindruck der Marken jedoch nicht. Einer an eine Beschreibung angelehnten Angabe wie MONEY (s.o. I. 1. a)) kann ein bestimmender Einfluss auf den Gesamteindruck eines aus mehreren Bestandteilen gebildeten Zeichens fehlen, weil der Verkehr beschreibende Angaben nach der Lebenserfahrung nicht als Identitätshinweis, sondern lediglich als Sachhinweis versteht (vgl. BGH, a.a.O., EURO 2000, S. 776 m.w.N.). Das ist vorliegend der Fall, weil ein anderes Merkmal der Marken besonders auffällig und deshalb als Herkunftshinweis besser geeignet ist. Zentraler Punkt der optischen Gestaltung der Marken ist die Verwendung eines Globus, ohne den der Wortbestandteil nicht wahrgenommen werden kann, weil er das O in MONEY ersetzt. Der Globus sticht beim ersten Betrachten der Marken ins Auge und prägt deren Gesamteindruck zumindest im gleichen Maße wie das kennzeichnungsschwache Wort MONEY.

Der angegriffene Titel dagegen wird durch seine Wortbestandteile MONEY SPECIALIST geprägt. Auch er weist eine besondere graphische Gestaltung darin auf, dass das E von MONEY durch ein Eurosymbol ? ersetzt ist. Da dieses aber seinerseits aus dem Buchstaben E hergeleitet ist und ihm graphisch ähnelt, kommt dieser Besonderheit kein den Gesamteindruck prägender Charakter zu.

(2) Die sich einander gegenüber stehenden Zeichen weisen nur eine sehr geringe Ähnlichkeit auf. Zwar stimmen sie in dem Wortbestandteil MONEY überein. Sie unterscheiden sich aber deutlich sowohl darin, dass den Marken der weitere Wortbestandteil SPECIALIST des angegriffenen Titels fehlt, als auch darin dass umgekehrt dem angegriffenen Titel die Verwendung eines Globus im Schriftzug fehlt.

dd) Der danach bestehende geringe Grad der Ähnlichkeit zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen genügt ungeachtet der Kennzeichnungskraft der Marken auch bei Warenidentität nicht, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen.

C.

1. Die Entscheidung über die Kosten beruht auf §91 Abs.1 Satz1 ZPO, soweit der Klageanspruch nach den Teilerledigterklärungen noch Gegenstand des Berufungsverfahrens ist.

Soweit die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache für erledigt erklärt haben, beruht die Kostenentscheidung auf §91a Abs.1 Satz1 ZPO. Es entspricht billigem Ermessen, dass die Klägerin auch insoweit die Kosten trägt, weil die Klage auch insoweit ohne Erfolg geblieben wäre, wenn die Beklagte keine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben hätte. Alleine die größere Schrifttype, die die von der Unterlassungserklärung umfasste Titelversion von den noch streitgegenständlichen unterscheidet, rechtfertigt keine abweichende Beurteilung der Verwechslungsgefahr, zumal sie am Gesamteindruck des Klagetitels und der Klagemarken nichts ändert.

2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf den §§708 Nr.10, 711 ZPO.

3. Die Revision war nicht zuzulassen, weil die Rechtssache keine grundsätzliche Bedeutung hat (§543 Abs.2 Nr.1 ZPO) und auch die Voraussetzungen des §543 Abs.2 Nr.2 ZPO nicht vorliegen (vgl. dazu BGH NJW 2003, 65 ff.). Die Rechtssache erfordert, wie die Ausführungen unter II. zeigen, lediglich die Anwendung gesicherter Rechtsprechungsgrundsätze auf den Einzelfall.

Unterschriften