



LANDESGERICHT HAMBURG

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Aktenzeichen: 312 O 466/03

Entscheidung vom 16. November 2004

In dem Rechtsstreit

...
gegen
...

erkennt das Landgericht Hamburg, Zivilkammer 12, auf die mündliche Verhandlung vom 27.04.2004 durch den Vorsitzenden Richter ..., am Landgericht den Richter am Landgericht Dr. ..., die Richterin ... für Recht:

1. Die Klage wird abgewiesen.
2. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand

Die Klägerin ist Inhaberin der Nutzungs- und Verwertungsrechte für die berühmten "Asterix-Hefte". Diese werden seit über 30 Jahren auch in Deutschland vertrieben, mit einer Gesamtauflage von über 10 Millionen. In dieser Comic-Reihe finden sich auch drei Hefte mit "OBELIX"-Titeln, z. B. "Obelix auf Kreuzfahrt". Teilweise wurden die Bände unter der Lizenz der Klägerin auch bereits verfilmt.

Die Klägerin hat sich den Namen ihrer Comic-Helden, so auch OBELIX, als Marken für verschiedenste Waren und Dienstleistungen eintragen lassen, u.a. auch Möbel etc. in Klasse 20 (Gemeinschaftsmarkenmeldung vom 1.4.96, eingetragen am 3.2.98, Anlage K 1a).

Die Unternehmensgruppe der Beklagten betreibt in verschiedenen Ländern einen Möbelhandel unter den im Antrag genannten Kennzeichen; in Deutschland agiert die Beklagte zu 1. Sie wirbt unter der Domain www.moebelix.de für ihre Waren wie aus Anlage K 3 ersichtlich. Dabei ist die Homepage Comic-artig aufgemacht, indem sog. "Blasenschrift" verwendet wird und eine Comic-Figur "der MÖBELIXMAN" platziert wird. Die Beklagte verwendet überdies Wortspiele mit der Endung "-ix", etwa "Willkommix", "billixte" Möbel und "spassixte" Seiten.

Die Beklagte zu 1. ist Inhaberin einer Wortmarke MÖBELIX sowie der im Antrag abgebildeten Wort-/Bildmarke "MÖBELIX KOSTÄ" "FAST NIX" mit Priorität von 1999 (Anlage K 4).

Der Unternehmensbereich ?Möbelix? der Beklagten wurde zunächst unter dem Namen ?Mobelix? geführt. Dementsprechend hatte die Beklagte zu 1. eine Wortmarke ?MOBELIX? (Anlage B 1). Auch die österreichische Schwesterfirma, die Lutz Handels GmbH, hielt ?Mobelix?- sowie ?Mobilix?-Marken. Sie wurde deshalb 1996 von der Klägerin auf Unterlassung in Anspruch genommen. Die Parteien verständigten sich jedoch darauf, dass die Lutz Handels GmbH ihre Märkte von ?Mobelix? in ?Möbelix? umbenennet und ihre ?Mobelix?- und ?Mobilix?-Marken zur Löschung bringt. Ebenso wollte man in Deutschland verfahren (Anlagen B 2 und B 3). Das Schreiben des damaligen Klägervertreters enthält wörtlich den Passus:

?Meine Mandantin ist damit einverstanden, dass das Zeichen MÖBELIX, allerdings nur beim Österreichischen Patentamt, für Ihre Mandantin registriert wird, sowie mit seiner Benutzung in Österreich und in Deutschland, beides jedoch nur für Möbel und andere Einrichtungsgegenstände? (Anlage B 3).

Die Klägerin beruft sich für den nun geltend gemachten Unterlassungsanspruch auf Art. 9 b Gemeinschaftsmarkenverordnung (GMV). Der Klagemarke käme auch für Möbel und andere Einrichtungsgegenstände eine überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft zu. Es liege eine hohe Zeichenähnlichkeit zwischen ?OBELIX? und ?MOBELIX? vor. Die beiden in der Wort-/Bildmarke als Augen gestalteten Punkte über dem ?o? machen hieraus nach Ansicht der Klägerin kein ?ö?. Letztlich begründe aber auch ?MÖBELIX? eine hochgradige Verwechslungsgefahr; auch seien die geschützten Waren fast identisch.

Weiter stützt sich die Klägerin auf Rufausbeutung, Art. 9 c) GMV, § 15 Abs. 3 MarkenG. Die Marke ?OBELIX? sei eine im Inland bekannte Marke für Druckschriften, insbesondere Comic-Hefte. Das bekannte Zeichen ?OBELIX? sei zudem selbständig als Werktitel nach § 5 Abs. 3 MarkenG geschützt. Die Beklagten nutzen die überragende Bekanntheit des Zeichens aus, indem sie von dem Aufmerksamkeitseffekt profitieren. Die Beklagte zu 1. erziele dadurch einen Imagetransfer: Obelix stehe für Stärke und Größe, in der Möbelbranche positive Eigenschaften. Auch bestehe eine mittelbare Verwechslungsgefahr in Form der Lizenzvermutung und damit ein Anspruch aus § 15 Abs. 2 MarkenG.

Ergänzend beruft sich die Klägerin auf § 1 UWG (Behinderung und Rufausbeutung).

Die Klägerin beantragt,

I. die Beklagten zu verurteilen, es bei Meidung gesetzlicher Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für

Einrichtungsgegenstände und Bedarfsgegenstände der Einrichtungsbranche, nämlich

Schlosserwaren und Kleineisenwaren; Waren aus Metall; Beleuchtungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungsgeräte sowie sanitäre Anlagen; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus; Häute und Felle; Baumaterialien (nicht aus Metall); transportable Bauten (nicht aus Metall); Möbel, Spiegel, Rahmen; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelstahl oder plattiert); rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut; Webstoffe und Textilwaren; Bett- und Tischdecken, Spitzen und Stickereien, Bänder und Schnürbänder; künstliche Blumen; Teppiche, Fußmatten, Matten, Linoleum oder andere Bodenbeläge; Tapeten (ausgenommen aus textilem Material)

sowie für

Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel; Christbaumschmuck; Werbung für Dritte

unter folgenden Zeichen anzubieten:

(1) [?MÖBELIX?-Logo wie unter (2), ohne Zusatz ?kostâ?? fast nix?]

(2)

(3) MÖBELIX

sowie

(4) unter der Domain moebelix.de;

II. die Beklagte zu 1. zu verurteilen, gegenüber dem Deutschen Patent- und Markenamt in die Löschung der deutschen Wort-/Bildmarke Nr. 302 341 29.3 sowie in die Löschung der deutschen Wortmarke 399 060 24.3 einzuwilligen;

III. festzustellen, dass die Beklagten gesamtschuldnerisch verpflichtet sind, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die unter I. bezeichneten Verletzungshandlungen entstanden ist;

IV. die Beklagten zur Erteilung von Auskunft über den Umfang der unter I. bezeichneten Verletzungshandlungen zu verurteilen unter Angabe der mit diesen Handlungen erwirtschafteten Umsätze und der dafür betriebenen Werbung unter Angabe der jeweiligen Auflagenhöhe, des Verbreitungsgebietes und des Erscheinungsorts und ?datums.

Die Beklagten beantragen,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagten rügen die Klage als zu unbestimmt. Sie erheben hinsichtlich der Klagmarke ?OBELIX? die Nichtbenutzungseinrede. Eine rechtserhaltende Benutzung für die hier in Rede stehenden Waren sei nicht feststellbar und erfolge insbesondere nicht durch die Verwendung für Druck- und Filmwerke.

Ihrer Ansicht nach bestehe zudem keine Verwechslungsgefahr im Sinne des Art. 9 Abs. 1 b) GMV. Der Klagemarke komme für den hier relevanten Bereich Möbel/ Einrichtungsgegenstände kein erweiterter Schutzbereich durch Bekanntheit zu. Zudem seien ?OBELIX? und ?MÖBELIX?, jeweils auf der Anfangssilbe betont, nicht verwechselbar. Dafür sorgten auch die abweichenden Begriffsinhalte ? Obelisk/Möbel. Auch liege keine mittelbare Verwechslungsgefahr vor; eine rein assoziative Gedankenverbindung reiche hierfür nicht aus. Schließlich könne die Klägerin auch keinen Bekanntheitsschutz nach Art. 9 Abs. 1 c) in Anspruch nehmen. Es sei nicht ersichtlich, inwiefern die Beklagten eine Wertschätzung der mit der Marke ?OBELIX? gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen in unlauterer Weise ausnutzen.

Werktitelschutz für den Titelbestandteil ?Obelix? könne die Klägerin ebenfalls nicht in Anspruch nehmen. Der Verkehr kürze die Bände gemeinhin als ?Asterix-Hefte? ab.

Einen Unterlassungsanspruch hinsichtlich des Namens ?MÖBELIX? für Möbel könne die Klägerin schließlich schon wegen der Vereinbarung mit der Lutz Handels GmbH aus dem Jahre 1996 nicht geltend machen. Aus dieser Vereinbarung könne auch die Beklagte zu 1. Rechte herleiten. Denn der Klägerin sei damals bekannt gewesen, dass Inhaberin der deutschen Marke ?Möbelix?, die auch Gegenstand der Vereinbarung sei, die Beklagte zu 1. gewesen sei (Anlagenkonvolut B 8) und dass diese auch die deutschen MOBELIX-Märkte betrieben habe. Deshalb dürfe die oben zitierte Vereinbarung nach Treu und Glauben nur so verstanden werden, dass die Klägerin auch gegen die Beklagte zu 1. keine Rechte geltend machen werde.

Ansonsten seien die Ansprüche jedenfalls verwirkt, da die Klägerin seit 1996/97 Kenntnis gehabt habe.

Zur Einrede mangelnder Benutzung repliziert die Klägerin, den Namen und die Figur OBELIX seit Jahren an Dritte für die unterschiedlichsten Waren und Dienstleistungen zu lizenzieren. Zum Nachweis bezieht sie sich auf Anlagenkonvolut K 12.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die gewechselten Schriftsätze mit Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 27.4.2004 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

Die gestellten Anträge sind hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 Abs. 2 ZPO. Auch wenn die Klägerin sich auf verschiedene Zeichenrechte stützt, handelt es sich um einen nach Inhalt und Umfang konkret bezeichneten Unterlassungsanspruch in Bezug auf jedes im Antrag genannte Verletzungszeichen, nebst Folgeansprüchen. Die Klägerin hat eindeutig festgelegt, welche Entscheidung sie begehrt. Es bleibt ihr unbenommen, die geltend gemachten Ansprüche (= Streitgegenstände) jeweils auf verschiedene Anspruchsgrundlagen zu stützen. Für eine Aufteilung in Haupt- und Hilfsanträge besteht beim vorliegenden, einheitlichen Lebenssachverhalt kein Anlass.

Die Anträge sind aber nicht begründet, da sich die angegriffenen Zeichen der Beklagten nicht als Verletzung besserer Kennzeichenrechte der Klägerin darstellen.

1. Die Klägerin hat keinen Anspruch, es den Beklagten zu verbieten, sich zur Kennzeichnung von Waren der Einrichtungsbranche der im Antrag wiedergegebenen Zeichen ?MÖBELIX-Logo?, , des Wortes ?MÖBELIX? und der Domain moebelix.de zu bedienen.

a) Einen solchen Anspruch kann die Klägerin nicht aus Art. 9 Abs. 1 b) der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (GMV) bzw. aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG (im Folgenden werden nur noch die mit der GMV sinngemäß übereinstimmenden Vorschriften des MarkenG genannt), gestützt auf ihre EU-Marke ?OBELIX?, herleiten. Gegen diese im Jahr 1998 eingetragene Marke haben die Beklagten nämlich die Einrede mangelnder Benutzung erhoben und die Klägerin hat eine Benutzung für die für einen Anspruch auf Verwehlungsschutz relevanten ?Einrichtungsgegenstände und Bedarfsgegenstände der Einrichtungsbranche? nicht dargelegt.

Die in Anlagenkonvolut K 12 auszugsweise eingereichten Vertragsdokumente betreffen, soweit ersichtlich, keine Lizenzierungen für hier einschlägige Waren der Möbelbranche; substanziiertes Vortrag zur rechtserhaltenden Benutzung der Marke für diesen Bereich erfolgt nicht. Damit sind Ansprüche aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nach § 25 Abs. 1, 2 MarkenG ausgeschlossen.

b) Auch zum Schutz als bekannte Marke nach § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG hat die Klägerin nicht zur Überzeugung der Kammer vorgetragen. Obelix ist den deutschen Verkehrskreisen als Name einer Comicfigur bekannt, nicht aber als Marke, also Herkunftshinweis bestimmter Güter aus einem bestimmten Unternehmen.

Der Verkehr wird der Klägerin allenfalls so bezeichnete Druckschriften und Filmwerke nebst entsprechenden Merchandising-Artikeln zuordnen, so dass der Bezeichnung insoweit Werktitelschutz zukommen kann. Eine markenmäßige Benutzung des isolierten Titelbestandteils ?OBELIX?, die zu einer Bekanntheit dieser Marke im Sinne des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG hätte führen können, ist nicht dargelegt worden. Die Kammer bezieht sich insoweit ergänzend auf die zutreffenden Ausführungen des OLG München, welches in seiner von beiden Parteien zitierten Entscheidung vom 23.1.2004 (Anlage B 5, S. 8 = NJOZ 2003, 830, 832 f.) festgestellt hat:

?Weder der Titel oder ein Bestandteil des Titels eines Druckwerks noch der Name einer in Druckwerken regelmäßig wiederkehrenden Figur ist jedoch entgegen der Ansicht der Klägerin eine Marke; eine Marke ist vielmehr ein Zeichen, das benutzt wird, um Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden, § 3 Abs. 1 MarkenG, Art. 4 GMV; die Namen oder besonderen Bezeichnungen von Druckschriften, Filmwerken oder sonstigen vergleichbaren Werken werden dagegen als Titel geschützt, § 5 Abs. 3 MarkenG. Es ist daher zu fragen, ob die Kennzeichnungskraft der durch Registrierung geschützten, für die für die Entscheidungen des vorliegenden Rechtsstreits relevanten Waren

nicht benutzten, als Name einer Comic-Figur und als Bestandteil eines Druckwerkstitels aber außerordentlich bekannten Marke durch diese Bekanntheit gestärkt worden ist. Die Frage ist zu verneinen. [...]?

c) Auch auf den Werktitelschutz, §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG lassen sich die geltend gemachten Ansprüche im Ergebnis nicht stützen.

Dabei ist allerdings davon auszugehen, dass ?OBELIX? als Titelschlagwort angesichts seiner großen Bekanntheit eigenständige Schutzfähigkeit zukommt. Denn auch wenn die Bände der Klägerin gemeinhin als ?Asterix-Hefte? bezeichnet werden, wie die Kammer, deren Mitglieder selbst zum Leserkreis dieser Werke gehören, selbst zu beurteilen vermag, so tritt OBELIX dem Leser nicht nur als Comicfigur entgegen, sondern ist auch Titelheld verschiedener, von der Klägerin benannter Werke und ist deshalb als wiederkehrender, bekannter Titelbestandteil selbständig geschützt.

Da vorliegend nicht eine (unmittelbare) Verwechslungsgefahr hinsichtlich titelfähiger Werke in Frage steht, sondern den Beklagten die Bezeichnung ?MÖBELIX? zur Kennzeichnung ihrer Möbel und Einrichtungsgegenstände verboten werden soll, ist nur eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne nach § 15 Abs. 2 MarkenG zu prüfen. Eine solche ? die Gefahr der Annahme wirtschaftlicher, insbesondere lizenzvertraglicher Beziehungen der Beklagten zu den Rechteinhabern an der Figur OBELIX ? besteht aber nicht. Denn zum Einen ist die Zeichenähnlichkeit als eher schwach anzusehen. Man liest die Grafik der Marke 302 341 29 zweifellos als ?MÖBELIX? mit Umlaut, entsprechend der eingetragenen Wortmarke und Domain. Soweit die Klägerin eine Verletzungsmarke ?MOBELIX? zu Grunde legen will, kann dem nicht gefolgt werden. Gerade auch bei flüchtiger Betrachtung lassen sich die zu Ziffer I. (1) und (2) angegriffenen Zeichen allein als ?MÖBELIX? sprechen, da der Verkehr das ?o? mit den beiden als Comic-Augen gestalteten Punkten ohne Weiteres als ?ö? liest. So verstanden besteht zwischen den Zeichen, die jeweils auf der ersten Silbe betont werden, in schriftbildlicher und phonetischer Hinsicht ein erheblicher Abstand, der durch den abweichenden Sinngehalt (?Möbel?) weiter verstärkt wird. Eine ? über die gedankliche Assoziation hinausgehende ? Zuordnungsverwirrung ist nicht anzunehmen.

Zum anderen erfordert die Annahme einer Lizenzverbindung zwischen den Parteien im Hinblick auf die Flüchtigkeit, mit der das Publikum Kennzeichnungen im täglichen Geschäftsleben in der Regel zu begegnen pflegt, gewisser Anstöße und/oder erkennbarer gedanklicher Brücken zwischen Wahrnehmung und daraus gezogener Folgerung. Eine solche nimmt der BGH nur an, wenn ein gewisser sachlicher Zusammenhang zwischen den bezeichneten Waren und dem in Frage stehenden Druck- oder Filmwerk erkennbar ist (vgl. BGH GRUR 1993, 692, 694 - Guldenburg).

Ein solcher ?sachlicher Zusammenhang? zwischen den gekennzeichneten Waren der Beklagten und dem unter dem fraglichen Titel veröffentlichten Werken fehlt hier aber. Möbel haben mit ?Asterix und Obelix? keinerlei sinnvollen Zusammenhang und sind auch keine typischen Merchandising-Artikel. Allein das Attribut der Stärke, welches der Figur Obelix beigemessen werden mag, kann einen hinreichenden Kontext zur Einrichtungsbranche noch nicht herstellen.

In der zitierten Guldenburg-Entscheidung verlangt der BGH zumindest, ?dass im Verkehr nicht nur allgemein der Gedanke an die Sendung oder ihren Titel, sondern auch die erforderliche konkrete Vorstellung entsteht, der Warenhersteller habe hier ein Interesse gerade an dieser werbewirksamen Bezeichnung erlangen wollen und das Verwertungsrecht auch nur vom Hersteller der Sendung erlangen können? (BGH a.a.O., 694).

Diese Vorstellung im Verkehr kann bei einer Gesamtbetrachtung hier nicht angenommen werden. Zwar wird ein rechtlicher relevanter Teil der Verbraucher angesichts der Marken der Beklagten möglicher Weise an die Figur des Obelix denken. Allerdings ist schon der hierzu eingehaltene Zeichenabstand von MÖBELIX zu groß, als dass man annähme, das Recht zu dieser Zeichenführung hätte von der Klägerin lizenziert werden müssen. Auch das übrige Werbekonzept der Beklagten führt aus einer Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne eher heraus, da die zentrale Figur des ?Möbelixman? optisch und charakterlich erkennbar ?Superman? nachempfunden ist, mit dem tollpatschigen Obelix hingegen bis auf die Comic-Natur nichts gemein hat.

d) Auch ein Anspruch nach § 15 Abs. 3 MarkenG wegen Ausnutzung der Unterscheidungskraft und Wertschätzung des Titels OBELIX greift nicht durch. Es ist nicht ersichtlich, welche Art Wertschätzung der Verkehr den OBELIX-Titeln entgegenbringen könnte, die auf den Möbelhandel der Beklagten sinnvoll übertragbar wären. Der durch die verbale Originalität, zeichnerische Gestaltungshöhe oder ähnliches begründete gute Ruf der Asterix-Hefte ist mit den von den Beklagten vermarkteten Produkten in keinen sinnvollen Zusammenhang zu bringen, der den Vorwurf einer Rufausbeutung des bekannten Titelschlagwortes rechtfertigen könnte. Entsprechendes trägt auch die Klägerin nicht vor. Auch die Gefahr einer Verwässerung des Titels ist schon wegen des dargelegten ausreichenden Zeichenabstandes zu fern liegend, um einen Anspruch zu begründen.

e) Schließlich steht den geltend gemachten Unterlassungsansprüchen gegen die Verwendung des Namens ?MÖBELIX? für Möbel aber auch die Vereinbarung der Klägerin mit der Lutz Handels GmbH ? der österreichischen Konzernmutter der Beklagten zu 1. ? aus dem Jahre 1996 (Anlagen B 2, B 3) entgegen. Darin einigten sich die Vertragsparteien darauf, dass der Lutz Handels GmbH die Bezeichnung MÖBELIX für Möbel und andere Einrichtungsgegenstände in Österreich und in Deutschland gestattet sein sollte. Diese Vereinbarung muss sich nach Treu und Glauben die Klägerin auch gegenüber der Beklagten zu 1. entgegenhalten lassen. Auch wenn formal keine Parteiidentität besteht, sprechen der Kontext und der Zweck der Vereinbarung dafür, dass die Gestattung auch für die Beklagte gelten sollte. Denn allein die Beklagte ? nicht die Lutz Handels GmbH ? war damals auf dem deutschen Markt tätig und war Inhaberin der zu löschenden deutschen Marke ?MOBELIX?; der deutsche Markt wurde aber eindeutig in den Vergleich mit einbezogen. Es ist deshalb davon auszugehen, dass es der in Deutschland tätigen Lutz-Konzerngesellschaft, also der Beklagten zu 1., gestattet sein sollte, die Bezeichnung ?MÖBELIX? in Deutschland zu verwenden. Im Schreiben gemäß Anlage B 8, das eine Woche nach dem o. g. Vergleich datiert, wird dementsprechend die Löschung der Marke der Beklagten zu 1. (unter alter Firma eingetragen) zur Kenntnis gebracht. Da also jedenfalls der Bevollmächtigte der Klägerin seit jener Zeit Kenntnis von der Beklagten zu 1. und deren MOBELIX-/MÖBELIX-Märkten hatte, stellt es sich als Verstoß gegen § 242 BGB dar, nunmehr, mehr als sieben Jahre später, gegen die Beklagten vorzugehen.

2. Aus den dargelegten Gründen scheitern auch die weiter geltend gemachten Ansprüche auf Marken- und Domainlöschung, Auskunft und Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO, die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit auf § 709 ZPO.

(Unterschriften)