



OLG MÜNCHEN

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Aktenzeichen: 1HK O 11526/05

Entscheidung vom 31. Mai 2006

In dem Rechtsstreit

...

wegen Unterlassung

erlässt das Landgericht München I, 1. Kammer für Handelssachen, durch ... auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 08.03.2006 folgendes

Endurteil

I.

Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ? 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Bezeichnung G.Y. GmbH für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

II.

Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ? 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Zeichen g.y..de, g.-y..de, g.y.w.de oder g.-y.w.de im Internet als Domainnamen für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb, von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im. Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

III.

Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ? 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Zeichen G.Y oder ...für den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften

im Internet, Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adresdaten, Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte über Werbebanner, Homepages und Webseiten, Werbung, Marketing und Verkaufsförderung für Dritte betreffend Werbeeinträge von Firmen in einem Informationsportal für Firmen- und Branchenauskünfte zu verwenden oder verwenden zu lassen.

IV.

Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, die Firma G.Y. GmbH im Handelsregister löschen zu lassen.

Im Übrigen wird die Klage in Klageantrag Ziffer 4. abgewiesen.

V.

Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, gegenüber der DENIC eG auf die Registrierung der Domain "go-yello.de" zu verzichten.

VI.

Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen über die unter Verwendung der in den Anträgen 1., 2. und 3. genannten Bezeichnungen getätigten Umsätze sowie Dauer, Werbeträger und Auflagenhöhe der unter diesen Bezeichnungen getätigten Werbung.

VII.

Es wird festgestellt, dass die Beklagte zu 1) verpflichtet ist, der Klägerin allen entstandenen und künftig noch entstehenden Schaden aus den unter Ziffer 1. bis 3. bezeichneten Verletzungshandlungen zu ersetzen.

VIII.

Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, in die Löschung ihrer beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 304 27 386.4 eingetragenen Marke "G.Y." einzuwilligen.

IX.

Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Vorständen - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Bezeichnung "G.Y." für "Software (gespeichert), Betreiben eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte; Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften im Internet; Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adresdaten; Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte über Werbebanner; Homepages und Websites; Werbung, Marketing und Verkaufsförderung für Dritte, betreffend Werbeeinträge von Firmen in einem Informationsportal für Firmen- und Branchenauskünfte; Erstellen, Pflege und Wartung von elektronischen Datenbanken und von Software für Firmen- und Branchenauskünfte; Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Zur-Verfügung-Stellen von Speicherkapazitäten zur externen Nutzung, von Webspace sowie von Speicherplätzen im Internet, Vermietung, von Speicherplatz im Internet sowie von Webservern, Wartung von Speicherplätzen im Internet sowie von Internetzugängen und Webservern, Aktualisierung von Internetseiten, Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen, Bereitstellung von Suchmaschinen für das Internet, Design von Homepages und Webseiten, Bereitstellen von Internetzugängen, von Plattformen im Internet sowie Vermietung von Werbeflächen im Internet (Bannerexchange)" zu verwenden oder verwenden zu lassen.

X.

Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Vorständen - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Zeichen ?G.Y..de" oder ?go-yellow.de" im Internet als Domainnamen für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

XI.

Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, gegenüber der DENIC eG auf die Registrierung der Domains ?G.Y..de" und ?go-yellow.de". zu verzichten.

XII.

Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen über die unter Verwendung der in den Ziffern 9. und 10. genannten Bezeichnungen getätigten Umsätze sowie Dauer, Werbeträger und Auflagenhöhe der unter diesen Bezeichnungen getätigten Werbung.

XIII.

Es wird festgestellt, dass die Beklagte zu 2) verpflichtet ist, der Klägerin allen entstandenen und künftig noch entstehenden Schaden aus den unter Ziffer 9. und 10. bezeichneten Verletzungshandlungen zu ersetzen.

XIV.

Die Beklagte zu 3) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr das Zeichen ?goyello.de" im Internet als Domainnamen für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

XV.

Die Beklagte zu 3) wird verurteilt, gegenüber der DENIC eG auf die Registrierung der Domain ?goyello.de" zu verzichten.

XVI.

Die Beklagte zu 3) wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen über die unter der Bezeichnung ?goyello.de" getätigten Umsätze sowie Dauer, Werbeträger und Auflagenhöhe der unter dieser Bezeichnung getätigten Werbung.

XVII.

Es wird festgestellt, dass die Beklagte zu 3) verpflichtet ist, der Klägerin allen entstandenen und künftig noch entstehenden Schaden aus der unter Ziffer 14. bezeichneten Verletzungshandlung zu ersetzen.

XVIII.

Die Kosten des Rechtsstreits tragen die Beklagten.

XIX.

Das Urteil ist gegen eine Sicherheitsleistung in Höhe von ? 1,5 Mio. vorläufig vollstreckbar. Ohne Rücksicht darauf, ob die Sicherheit von der Klägerin geleistet wurde, können die Beklagten die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von ? 1,5 Mio. abwenden.

Tatbestand:

Die Klägerin gehört zum EnBW Energie Baden-Württemberg AG Konzern. Ihre 100%-ige Tochtergesellschaft, die Yello Strom AG mit Sitz in Köln bietet seit 1999 Stromversorgung für Haushalts- und Gewerbekunden an.

Die Beklagte zu 1) betreibt seit Oktober 2004 unter dem Firmennamen G.Y. GmbH und der Kennzeichnung ?G.Y.", bzw. ... im Internet ein Informationsportal für Firmen- und Branchenauskünfte. Die Beklagte zu 2) ist Muttergesellschaft der Beklagten zu 1), die Beklagte zu 3) ist Justiziarin der Beklagten zu 2).

Die Branchenauskunft der Beklagten zu 1) war zumindest bis Ende Januar 2005 über die folgenden vier Domainnamen erreichbar: G.Y..de go-yellow.de go-yello.de goyello.de. Dabei sind die Domains G.Y..de und go-yellow.de für die Beklagte zu 2), die Domain go-yello.de für die Beklagte zu 1) und die Domain goyello.de für die Beklagte zu 3) registriert. Mittlerweile ist die Internetseite nur noch unter der Domain ?goyellow.de" erreichbar. Die übrigen drei Domainnamen sind zwar nach wie vor für die genannten Inhaber registriert, jedoch können dort zur Zeit keine Inhalte abgerufen werden.

Die Beklagte zu 2) ist ferner Inhaberin der Marke 30427386.4 ?G.Y.", die am 13.05.2004 angemeldet und am 19.07.2004 eingetragen wurde für Software (gespeichert); Betreiben eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte; Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften im Internet; Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adressdaten; Werbung insbesondere Onlinewerbung für Dritte über Werbebanner, Homepages und Websites und Websites; Werbung, Marketing und Verkaufsförderung für Dritte betreffend Werbeeinträge von Firmen in einem Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte; Erstellen, Pflege und Wartung von elektronischen Datenbanken und von Software für Firmen- und Branchenauskünfte; Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Zur-Verfügung-Stellen von Speicherkapazitäten zur externen Nutzung, von Webpace sowie von Speicherplätzen im Internet, Vermietung von Speicherplatz im Internet sowie von Webservern, Wartung von Speicherplätzen im Internet sowie von Internetzugängen und Webservern, Aktualisieren von Internetseiten, Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet, Design von Homepages und Webseiten, Bereitstellen von Internetzugängen, von Plattformen im Internet sowie Vermietung von Werbeflächen im Internet (Bannerexchange).

Die Klägerin ist Inhaberin der Marke 39910326.0 ?yello", angemeldet am 23.02.1999 und eingetragen am 19.07.1999, die u.a. für ?Verteilung von Strom, Gas und Heizwärme, insbesondere an Industriekunden" Schutz genießt. Sie ist ferner Inhaberin der Marke 39936012.3 ?yello", angemeldet am 23.06.1999 und eingetragen am 19.07.1999 u.a. für ?Verteilung von Energie, insbesondere Strom."

Des Weiteren ist die Klägerin Inhaberin der Marke 30158553.9 ?yello", angemeldet am 05.10.2001 und eingetragen am 26.07.2002 u.a. für folgende Dienstleistungen: qq1 ?Vermittlung und Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet; ... Werbung im Internet für Dritte; Zusammenstellen von Daten in Computerdatenbanken; ... Bereitstellen von Informationen und Unterhaltung im Internet; Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten, Bildern und Informationen aller Art; ... Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch in Intranetzen und im Internet; ... Betrieb von Suchmaschinen für das Internet; ... Dienstleistungen einer Datenbank;"qq2

Sie ist ferner Inhaberin der Marke 30226706.9 ?yello", angemeldet am 29.05.2002 und eingetragen am 28.11.2002 u.a. für die Dienstleistungen: qq1 ?Telekommunikation, insbesondere elektronische Anzeigenvermittlung; ... Auskünfte über Telekommunikation; ... Sammeln, Liefern, Bereitstellen, abrufbar Machen, Übermitteln bzw. Übertragen von Nachrichten, Informationen und Daten aller Art."qq2

Die Klägerin trägt vor, ihre Tochtergesellschaft Yello Strom GmbH nutze die Marken der Klägerin aufgrund einer Lizenzvereinbarung.

Die Strommarke "yello" sei durch intensive Werbung bei ihrer Einführung im Jahr 1999 in nicht einmal zwei Monaten die bekannteste Strommarke Deutschlands geworden. Beworben werde die Marke seither intensiv durch Fernsehspots, Werbeanzeigen in Tageszeitungen und Publikumszeitschriften, durch großflächige Werbeplakate, Werbebroschüren, Mailinganschreiben und im Internet unter "www.yellostrom.de".

Seit April 2004 werbe die Klägerin in den ARD-Tagesthemen, indem sie das Wetter durch einen gelben Yello-Wetterfrosch als Werbeträger präsentiere. Seit September 2004 werde der Werbespot "Yello Preisgarantie" auf allen großen Fernsehkanälen ausgestrahlt. Bereits in den Jahren 2002 bis 2004 seien die Fernsehwerbespots "Hannes" und "Schusters" gesendet worden.

Infolge der umfangreichen Werbemaßnahmen genieße die Marke "yello" einen überragenden Bekanntheitsgrad, der seit mehreren Jahren konstant deutlich über 90% liege. Im Oktober 2004, also zum Zeitpunkt der Markteinführung des Internet-Branchenverzeichnisses "G.Y." habe die Marktbekanntheit von "yello" laut einer Analyse der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bei 97 % (gestützt) und bei 74 % (ungestützt) gelegen. Eine im Zeitraum Dezember 2001 bis April 2002 durchgeführte Studie der Hamburger BIK Umfrageforschung GmbH im Auftrag der Zeitschrift "Capital" bestätige diese außerordentlich hohe Bekanntheit. Danach werde der Markenwert von "yello" noch über dem von Marken wie Allianz, RWE, Bertelsmann oder Deutsche Bank eingestuft.

Das Tätigkeitsspektrum der EnBW Energie Baden-Württemberg AG umfasse neben der Energieversorgung zahlreiche andere Dienstleistungen, für die die Marke "yello" mittlerweile verwendet werde. Eine Ausdehnung auf weitere, neue Geschäftsfelder sei geplant.

Seit mehreren Jahren werde die Marke "yello" auch für Telekommunikationsdienstleistungen verwendet. Von September bis Ende 2003 habe die Yello Strom GmbH als Lizenznehmerin der Klägerin Prepaid-Telefonkarten vertrieben und bundesweit beworben. Seit September 2000 biete die Yello Strom GmbH unter der Kennzeichnung "YelloInternet" einen Online-Dienst mit Zugang zum Internet im so genannten Call-by-Call-Verfahren an, seit Herbst 2001 das Preselection-Telefonieprodukt "YelloFon", das die Inanspruchnahme eines günstigen Tarif für Netzanschlüsse ohne Verwendung von Vorwahlnummern erlaube. Diese Telekommunikationsdienstleistung sei Ende 2001 in "YelloTel" umbenannt worden. Das Dienstleistungsangebot sei im Jahr 2003 durch Anzeigen in der Bildzeitung beworben worden. Darüber hinaus erfolge eine Werbung von Kunden im Wege des Direktvertriebs und über das Internet.

Die Klägerin ist der Ansicht, die Beklagten seien verpflichtet, die Benutzung des Firmennamens G.Y. GmbH, der Kennzeichnungen "G.Y." und des "goyel-low.de"-Logos, der Marke "G.Y." und der vier Domainnamen zu unterlassen. Die Unterlassungsansprüche der Klägerin ergäben sich sowohl aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unter dem Gesichtspunkt der Verwechslungsgefahr als auch aus § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG unter dem Gesichtspunkt der Aufmerksamkeits- und Rufausbeutung. Als Folge der Markenverletzungen stünden der Klägerin auch Ansprüche auf Löschung der Marke "G.Y.", des Firmenbestandteils "G.Y." und der vier Domainnamen sowie Folgeansprüche auf Auskunft und Feststellung der Schadensersatzverpflichtung zu.

Verwechslungsgefahr gem. §14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG mit den "yello"-Marken 30158553 und 30226706 sei gegeben.

Für die Dienstleistungen, für die diese Marken Schutz genießen, sei die Bezeichnung "yello" fantasievoll und unterscheidungskräftig. Den Marken komme daher für den betreffenden Dienstleistungsbereich durchschnittliche Kennzeichnungskraft zu.

Zwischen den sich gegenüber stehenden Dienstleistungen bestehe Identität oder zumindest hochgradige Ähnlichkeit.

Die Beklagte zu 1) verwende den Firmennamen G.Y. GmbH für einen Geschäftsbetrieb, der auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen in Internet ausgerichtet sei.

Zwischen dem Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte einerseits und "Bereitstellen von Informationen im Internet", "Online-Dienste, nämlich Übermittlung von ... Informationen aller Art", "Herausgabe von Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch ... im Internet" sowie "Dienstleistungen einer Datenbank", für die die Klagemarke 30158553 "yello" geschützt sei, bestehe Dienstleistungsidentität, Gleiches gelte, soweit der Geschäftsbetrieb der Beklagten zu 1) auf den Betrieb von Suchmaschinen für das Internet ausgerichtet sei. Die Marke 30158553 "yello" der Klägerin sei für identische Dienstleistungen, nämlich "Betrieb von Suchmaschinen für das Internet" geschützt. Schließlich bestehe Dienstleistungsidentität, auch insoweit als die Beklagte zu 1) unter ihrem Firmennamen Werbedienstleistungen, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet anbiete. Denn die Klagemarke 30158553 sei ebenfalls geschützt für "Werbung im Internet für Dritte" sowie für "Vermittlung und Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet". Die Klagemarke 30226706 "yello" genieße ebenfalls Schutz für identische Dienstleistungen nämlich "Auskünfte über Telekommunikation" und "Sammeln, Liefern, Bereitstellen, abrufbar Machen von ... Informationen und Daten aller Art".

Die mit der Klage angegriffenen vier Domainnamen "G.Y..de", "go-yellow.de", "goyello.de" und "go-yello.de" würden zur Kennzeichnung desselben Geschäftsbetriebs eingesetzt. Die obigen Ausführungen gelten daher entsprechend. Auch hier bestehe Dienstleistungsidentität im Verhältnis zu den genannten Klagemarken.

Ebenso verhalte es sich auch insoweit, als die Beklagte zu 1) die Bezeichnung "G.Y." und das "G.Y..de"-Logo zur Kennzeichnung der von ihr angebotenen Dienstleistungen verwende. Auch insofern bestehe Dienstleistungsidentität.

Soweit die Klägerin Unterlassung der Benutzung der Marke 30427386 "G.Y." begehre, beinhalte das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis dieser Markeneintragung zunächst die Dienstleistungen, "Betreiben eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften im Internet, Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adressdaten, Werbung, insbesondere Onlinewerbung für Dritte über Werbebanner, Homepages und Websites; Werbung Marketing und Verkaufsförderung für Dritte betreffend Werbeeinträge von Firmen in einem Informationsportal für Firmen- und Branchenauskünfte, ... Bereitstellen von Suchmaschinen für das Internet, ... Vermietung von Werbeflächen im Internet (Bannerexchange)". Insofern könne auf die obigen Ausführungen Bezug genommen werden. Auch hierbei handele es sich um Dienstleistungen, die mit denjenigen identisch seien, für die die Klagemarken Schutz genössen.

Auch hinsichtlich der weiteren Waren und Dienstleistungen im Verzeichnis der Marke 30427386 "G.Y." bestehe Identität bzw. hochgradige Ähnlichkeit. Die Klagemarke 39936012 "yello" sei unter anderem geschützt für "Software" in Klasse 9, was identisch sei mit "Software (gespeichert)", für die die angegriffene Marke "G.Y." Schutz genieße.

Soweit die angegriffene Marke eingetragen ist für "Design von Homepages und Websites" bestehe Identität zu "Dienstleistungen einer Multimediaagentur, nämlich Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen, Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien", Dienstleistungen, die das Warenverzeichnis der Klagemarke 30158553 "yello" umfasse.

Soweit die Marke "G.Y." eingetragen sei für "Erstellen, Pflege und Wartung von elektronischen Datenbanken und von Software für Firmen- und Branchenauskünfte" seien diese Dienstleistungen identisch bzw. hochgradig ähnlich zu "Dienstleistungen einer Internetagentur, nämlich Konzeption, Wartung und Pflege von Internetinhalten, Hardware- und Softwareberatung, Implementierung von EDV-Programmen in Netzwerkstrukturen sowie Sammeln, Speichern, und Zurverfügungstellen von Software, Daten, Bildern,

Audio- und/oder Videoinformationen", für die die Klagemarke 30158553 "yello" ebenfalls geschützt sei.

Soweit die angegriffene Marke "G.Y." Schutz genieße für "Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Zurverfügungstellen von Speicherkapazitäten zur externen Nutzung, von Webpace sowie von Speicherplätzen im Internet, Vermietung von Speicherplätzen im Internet sowie von Webservern, Wartung von Speicherplätzen im Internet sowie von Internetzugängen und Webserver, Aktualisierung von Internetseiten", seien diese Dienstleistungen teils identisch, teils hochgradig ähnlich zu den Dienstleistungen "Vermietung von Webservern, Zurverfügungstellung von Speicherplätzen im Internet", für die die Marke 301 58 553 "yello" der Klägerin Schutz genieße. Des Weiteren beanspruchten sowohl die Klagemarke 30158553 "yello" als auch die angegriffene Marke 30427386.4 "G.Y." Schutz für "Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen", also wiederum für identische Dienstleistungen.

Schließlich beanspruche die angegriffene Marke "G.Y." auch Schutz für "Bereitstellen von Internetzugängen, von Plattformen im Internet". Auch insofern bestehe Dienstleistungsidentität bzw. hochgradige Ähnlichkeit zu Dienstleistungen, die zu Gunsten der Klägerin unter der Marke 30158553.9 "yello" geschützt seien, insbesondere im Verhältnis zu "Bereitstellen von Internetzugängen", "Bereitstellen eines Zugangs zu Texten, Bildern, audiovisuellen Angeboten, Multimediaangeboten, Datenbanken und " Computerprogrammen im Internet" sowie "Bereitstellen einer E-Commerce-Plattform im Internet, Bereitstellung und Wartung von Internetportalen für Dritte, Betrieb einer Service-Hotline für Internetnutzer, Betrieb von Chatlines, Chatrooms und Diskussionsforen".

Auch sei Zeichenähnlichkeit zwischen den sich gegenüber stehenden Kennzeichen gegeben, insbesondere da infolge der Dienstleistungsidentität, oder hochgradigen Dienstleistungsähnlichkeit ein deutlicher Abstand der Zeichen erforderlich wäre, um Verwechslungsgefahr auszuschließen. Den danach erforderlichen Abstand hielten die von den Beklagten verwendeten Bezeichnungen nicht ein.

Der Firmenname "G.Y. GmbH werde durch den Bestandteil „-Yellow" geprägt. Dieser sei phonetisch identisch mit den Klagemarken "yello". Der vorangestellte Zusatz "Go" werde vom Verkehr als Aufforderung i.S.v. "gehe zu Yellow" verstanden, und zwar auch von den deutschen Verkehrskreisen. Gerade im Internet werde die englische Angabe "Go" häufig auf Startknöpfen für eine Suchfunktion verwendet. Entsprechend habe das Bundespatentgericht die Bezeichnungen "GoIndustry" und "Go Internet" interpretiert und hierzu ausgeführt, dass "Go Internet" als Aufforderung verstanden werde, sich mit dem Internet zu beschäftigen oder es zu nutzen, so dass die entsprechende angemeldete Marke nicht als Herkunftshinweis verstanden werde. Im vorliegenden Fall verstünden die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung "G.Y." i.S.v. "gehe zu Yellow" oder "benutze Yellow". Bei "Go ..." handele es sich um eine werbeübliche Aufforderung ohne Kennzeichnungskraft. Der eigentliche Herkunftshinweis werde dem folgenden Bestandteil "... Yellow" entnommen, der folglich den Gesamteindruck des Firmennamens präge.

Dasselbe gelte für die Marke "G.Y." und die vier Domainnamen. Diese seien klanglich allesamt identisch und unterschieden sich nur geringfügig in der Schreibweise. Das teils fehlende "w" am Wortende sei stumm. Der in zwei der Domains enthaltene Bindestrich falle beim Sprechen in der Regel fort. Aber auch soweit er gesprochen werde, stelle er keinen ausreichenden Abstand zu den Klagemarken her, da jedem Internetbenutzer bekannt sei, dass der Bindestrich lediglich ein Mittel darstelle, um einen Leerschritt auszudrücken. Auch die zusätzlichen Buchstaben ".de", die sich sowohl am Ende der vier Domainnamen als auch am Ende des von der Beklagten zu 1) verwendeten Logos befänden, seien nicht geeignet, unterscheidend zu wirken. Sie wiesen lediglich daraufhin, dass es sich um eine deutsche Internetadresse handele.

Was die Marke "G.Y." anbelange, so bestehe für alle im Verzeichnis der Marke genannten Waren und Dienstleistungen jedenfalls ein vorbeugender Unterlassungsanspruch, da anerkanntermaßen die Einreichung einer Markenmeldung beim DPMA stets Erstbegehungsgefahr hinsichtlich der Benutzung des angemeldeten Zeichens im geschäftlichen Verkehr begründe.

Daneben ergäben sich die Unterlassungsansprüche der Klägerin auch aus § 14. Abs. 2 Nr. 3 MarkenG, da "yello" eine bekannte Marke sei. Der von der deutschen Rechtsprechung hierfür geforderte Bekanntheitsgrad von um 30 % werde, wie bereits anfänglich dargelegt, bei den Klagemarken durch deren intensive Bewerbung weit überschritten. Die Beklagten nutzten die Unterscheidungskraft und den Ruf der Klagemarken i.S.v. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG aus. Eine Aufmerksamkeitsausbeutung liege bereits dann vor, wenn die Assoziation einer Kennzeichnung mit einer bekannten Marke ein besonderes Maß an Aufmerksamkeit wecken könne, das einer anderen Kennzeichnung, die nicht die Erinnerung an ein dem Verkehr bekanntes Erzeugnis wecke, nicht zuteil werde. Der Verbraucher, dem die von den Beklagten verwendeten Kennzeichnungen beispielsweise in der Fernsehwerbung der Beklagten zu 1) entgegenträten, meine, in "G.Y." die bekannte Strommarke der Klägerin wieder zu erkennen und schenke aus diesem Grund der Werbung der Beklagten zu 1) für ihr Internetbranchenverzeichnis besondere Beachtung. Ebenso sei der Tatbestand der Rufausbeutung gegeben. Die Verbraucher würden mit der Strommarke "yello" die Vorstellung von günstigen Preisen und einem einfachen Anbieterwechsel verbinden. Das positive Image der Marke werde auch durch die Ergebnisse der von der Zeitschrift "Capital" in Auftrag gegebenen Studie bestätigt, wonach 62,4 % der Befragten das die Marke benutzende Unternehmen als sympathisch beurteilt hätten. Der Ruf werde auch auf die Dienstleistungen der Beklagten übertragen, gerade nachdem die Klägerin unter dem Markendach "yello" auch Telekommunikationsdienstleistungen anbiete. Wenn die Beklagten in dieser Situation ein Kennzeichen wählten, dessen prägender Bestandteil mit der Klagemarke "yello" klanglich identisch und schriftbildlich hochgradig verwechslungsfähig sei, so könne nur die Absicht der Beklagten dahinter stehen, die Bekanntheit der Strommarke "yello" für ihr Unternehmen nutzbar zu machen. Diese Absicht werde auch durch den Umstand belegt, dass das Internetangebot der Beklagten zu 1) bis zur Abmahnung durch die Klägerin auch unter den Domains "goyello.de" und "go-yello.de" erreichbar gewesen sei. Diese atypische und auffällige Schreibweise sei im Dienstleistungssektor gerade durch die Klägerin und ihre Tochtergesellschaft Yello Strom GmbH bekannt geworden. Die Beklagten gingen demnach selbst davon aus, dass Verbraucher, die von "G.Y." gehört hätten, bei der Suche im Internet die ihnen durch die Marke der Klägerin bekannte Schreibweise verwendeten, da sie sofort an die Marke "yello" dächten oder sogar davon ausgingen, dass es sich um ein weiteres Angebot der Klägerin oder ihrer Lizenznehmerin Yello Strom GmbH handele.

Schließlich sei in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen, dass sich die Beklagte zu 1) in der kurzen Zeit ihres Bestehens bereits einmal an eine eingeführte Marke angehängt habe, in dem sie anfänglich ihre Internetplattform mit dem Namen "goo-gelb" bezeichnet habe, bis ihr dies von der amerikanischen Suchmaschine "Google" verboten worden sei.

Im Übrigen sei es auch bereits tatsächlich zu Verwechslungen zwischen den Klagemarken und den von den Beklagten verwendeten Kennzeichen gekommen. So hätten sich im Mai und im Juli 2005 jeweils Kunden über eine von der Beklagten zu 1) durchgeführte Werbekampagne mit Paris Hilton beschwert und in einem anderen Fall habe ein Yello-Strom-Kunde von der Beklagten zu 1) ein Angebot für einen Brancheneintrag erhalten und sich bei der Yello Strom GmbH beschwert, dass er einen solchen Auftrag nie erteilt habe.

Auch habe die Klägerin am 29. und 30.06.2005 durch das Meinungsforschungsinstitut FORSA eine Verkehrsbefragung dahingehend durchführen lassen, welche Dienstleistungen Verbraucher mit der Unternehmensbezeichnung, "G.Y..de" verbänden. Knapp die Hälfte, nämlich 49 % der Befragten, hätten spontan "Strom, Energie" oder "Yello Strom" geantwortet. Lediglich 10% hätten angegeben, dass es sich um ein Branchenbuch, eine Telefonauskunft oder einen Internetsuchdienst handele. Bei der zweiten Frage, bei der eine Reihe verschiedener Produkte und Dienstleistungen vorgelesen worden seien, hätten 61 % der Befragten die Frage mit "Strom/Energieversorgung" beantwortet und nur 12 % hätten angegeben, es handele sich um eine Telefonauskunft.

Die Klägerin beantragt:

1. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Bezeichnung G.Y. GmbH für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das

Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

2. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Zeichen G.Y..de, go-yellow.de, goyello.de oder go-yello.de im Internet als Domainnamen für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

3. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Zeichen G.Y. oder ... für den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften im Internet, Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adressdaten, Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte über Werbebanner, Homepages und Webseiten, Werbung, Marketing und Verkaufsförderung für Dritte betreffend Werbeeinträge von Firmen in einem Informationsportal für Firmen- und Branchenauskünfte zu verwenden oder verwenden zu lassen.

4. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, den Firmenbestandteil ?G.Y." im Handelsregister löschen zu lassen,

hilfsweise:

die Firma G.Y. GmbH im Handelsregister löschen zu lassen.

5. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, gegenüber der DENIC eG auf die Registrierung der Domain ?go-yello.de" zu verzichten.

6. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen über die unter Verwendung der in den Anträgen 1., 2. und 3. genannten Bezeichnungen getätigten Umsätze sowie Dauer, Werbeträger und Auflagenhöhe der unter diesen Bezeichnungen getätigten Werbung.

7. Es wird festgestellt, dass die Beklagte zu 1) verpflichtet ist, der Klägerin allen entstandenen und künftig noch entstehenden Schaden aus den unter Ziffer 1. bis 3. bezeichneten Verletzungshandlungen zu ersetzen.

8. Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, in die Löschung ihrer beim Deutschen Patent- und Markenamt unter der Nummer 304 27 386.4 eingetragenen Marke ?G.Y." einzuwilligen.

9. Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Vorständen - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Bezeichnung ?G.Y." für ?Software (gespeichert), Betreiben eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte; Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften im Internet; Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adressdaten; Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte über Werbebanner; Homepages und Websites; Werbung, Marketing und Verkaufsförderung für Dritte, betreffend Werbe-einträge von Firmen in einem Informationsportal für Firmen- und Branchenauskünfte; Erstellen, Pflege und Wartung von elektronischen Datenbanken und von Software für Firmen- und Branchenauskünfte; Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Zur-Verfügung-Stellen von Speicherkapazitäten zur externen Nutzung, von Webspace sowie von Speicherplätzen im Internet, Vermietung von Speicherplatz im Internet sowie von Webservern, Wartung von Speicherplätzen im Internet sowie von Internetzugängen und Webservern, Aktualisierung von Internetseiten, Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen, Bereitstellung von Suchmaschinen für das Internet, Design von Homepages und Webseiten, Bereitstellen von Internetzugängen, von Plattformen im Internet sowie Vermietung von Werbeflächen im Internet

(Bannerexchange)" zu verwenden oder verwenden zu lassen.

10. Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten - zu vollstrecken an ihren Vorständen - zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die Zeichen ?G.Y..de" oder ?go-yellow.de" im Internet als Domainnamen für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

11. Die Beklagte zu 2) wird verurteilt; gegenüber der DENIC eG auf die Registrierung der Domains ?G.Y..de" und ?go-yellow.de" zu verzichten.

12. Die Beklagte zu 2) wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen über die unter Verwendung der in den Ziffern 9. und 10. genannten Bezeichnungen getätigten Umsätze sowie Dauer, Werbeträger und Auflagenhöhe der unter diesen Bezeichnungen getätigten Werbung.

13. Es wird festgestellt, dass die Beklagte zu 2) verpflichtet ist, der Klägerin allen entstandenen und künftig noch entstehenden Schaden aus den unter Ziffer 9. und 10. bezeichneten Verletzungshandlungen zu ersetzen.

14. Die Beklagte zu 3) wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu ?250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr das Zeichen ?goyello.de" im Internet als Domainnamen für einen auf den Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Betrieb von Suchmaschinen für das Internet sowie Werbung, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet ausgerichteten Geschäftsbetrieb zu verwenden oder verwenden zu lassen.

15. Die Beklagte zu 3) wird verurteilt, gegenüber der DENIC eG auf die Registrierung der Domain ?goyello.de" zu verzichten.

16. Die Beklagte zu 3) wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen über die unter der Bezeichnung ?goyello.de" getätigten Umsätze sowie Dauer, Werbeträger und Auflagenhöhe der unter dieser Bezeichnung getätigten Werbung.

17. Es wird festgestellt, dass die Beklagte zu 3) verpflichtet ist, der Klägerin allen entstandenen und künftig noch entstehenden Schaden aus der unter Ziffer 14. bezeichneten Verletzungshandlung zu ersetzen.

Die Beklagte beantragt

Klageabweisung.

Sie trägt vor, gegen die Klagemarken seien Widersprüche anhängig.

Die Klägerin benutze zudem nicht eine Kennzeichnung ?yello" sondern trete stets unter der Bezeichnung ?Yello Strom" auf. Unter dieser Bezeichnung sei sie dem Verbraucher bekannt. Sie verwende dabei stets das Logo Logo Bl. 48 d.A. einfügen!!

Auch als Internetadresse verwende sie ?yellostrom.de" und auch in der Fernsehwerbung im Zusammenhang mit der Wettervorhersage heiÙe es: ?Das Wetter wird Ihnen präsentiert von Yello Strom".

Es werde bestritten, dass die Klägerin berechtigt sei, Rechte der Yello Strom GmbH geltend zu machen. Die Klägerin und die Yello Strom GmbH seien verschiedene Gesellschaften.

Für die Marke ?yello? ergebe sich keine Bekanntheit.

Die vorgelegten Seiten aus der deutschen Publikumszeitschrift ?Capital" seien als Beweis untauglich, da nicht ersichtlich sei, wie die Umfrage durchgeführt worden sei. Gleiches gelte für die als Anlage K30 vorgelegte Analyse der GfK. Diese beziehe sich ebenfalls offenbar auf die zweigliedrige Marke ?Yello Strom". Auch die als Anlage K29 vorgelegte Telefonumfrage belege keine Bekanntheit der Marken der Klägerin. Auch hier werde die ordnungsgemäße Durchführung der Studie bestritten.

Die Klägerin verwende ?yello" nicht für andere Waren und Dienstleistungen. Sie benutze vielmehr für jede Dienstleistung eigene Bezeichnungen. Für den Internetzugang werde ?yelloInternet" verwendet. Dass unter der Marke ?yello" Prepaid- Telefonkarten angeboten würden, werde bestritten, ebenso, dass die Klägerin seit 2001 Telekommunikationsdienstleistungen unter der Bezeichnung ?YelloFon" oder ?YelloTel" anbiete; im Übrigen werde auch hier nicht ?yello" benutzt. Der Vortrag der Klägerin zum positiven Markenimage werde ebenfalls bestritten. Aus den vorgelegten Seiten der Zeitschrift ?Capital" könne nicht entnommen werden, wie ein positives Markenimage ermittelt worden sei.

Die ?yello"-Marken der Klägerin seien auch keineswegs originell. Von zahlreichen Dritten würden ähnliche Marken und Kennzeichen verwendet, insbesondere im Bereich der Branchenauskünfte, die seit jeher fest mit der Farbe ?gelb" assoziiert seien.

Eine Recherche in der Datenbank des DPMA ergebe eine Vielzahl von Marken mit dem Anfangsbestandteil ?Yellow" und ?Yello", aber auch den Bestandteilen ?Gelb" und ?Yell". Außerdem gebe es zahlreiche Firmennamen mit den Bestandteilen ?yellow", ?yello" oder ?gelb".

Speziell im Bereich der Branchenauskünfte stellten ?gelb" und ?yellow", ausgehend von ?Gelbe Seiten" und ?Yellow Pages" Gattungsbegriffe dar. Dementsprechend gebe es hier auch die Mitbewerber ?Yellow Phone", ?YellowMap", ?YellowScout?, ?yel-lo24" und daneben mehrere spezielle Informationsportale mit dem Bestandteil ?yellow" oder ?yello".

Im Gegensatz dazu sei das Zeichen ?Go" nicht glatt beschreibend, sondern selbstständig schutzfähig, wie mehrere Markeneintragungen für ?Go" zeigten. Auch seien beim DPMA zahlreiche Kombinationsmarken mit ?Go" eingetragen wie ?GO DIRECT" etc. Die mitprägende Wirkung von ?Go" sei dort evident.

Im Übrigen liege es den Beklagten fern, sich an einen guten Ruf der Klägerin anlehnen zu wollen. Sie hätten die angegriffenen Bezeichnungen vielmehr nur in Anlehnung an den Begriff ?Yellow Pages" für Branchenverzeichnisse gewählt.

Unterlassungsansprüche aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bestünden nicht.

Die Klagemarke leide wegen der Anlehnung an die Farbe ?gelb" unter einer originären Kennzeichnungsschwäche. Das Wort ?yellow" als Farbwort für ?gelb" sei nicht unterscheidungskräftig und freihaltebedürftig. Die Marke ?yello" sei in Anlehnung an das Wort ?yellow" gebildet. Sie beziehe ihre Eintragungsfähigkeit nur aus der Weglassung des ?w" am Ende. Selbst in der Schreibweise ?Yello" seien aber noch zahlreiche Markenmeldungen als schutzunfähig zurückgewiesen worden. Auf Grund des engen Schutzbereichs der Marke sei sie daher allenfalls gegen identische Verletzungen geschützt.

Insbesondere im Bereich der Branchenverzeichnisse sei der Schutzbereich der Marke ?yello" minimal, da hier die Anlehnung an ein beschreibendes Wort noch deutlicher werde als in anderen Waren- und Dienstleistungsbereichen. Die fehlende Unterscheidungskraft von ?Yellow Pages" sei von den verschiedensten Patent- und Markenämtern festgestellt worden.

Darüber hinaus schwäche die Klägerin ihre Marke durch die Art der Benutzung. Sie verwende die Marke nicht in Alleinstellung, sondern stets als Kombinationszeichen ?Yello Strom". Eine etwaige Bekanntheit könne sich daher allein auf die Verwendungsform ?Yello Strom" beziehen.

Im Übrigen könne die Klägerin eine Bekanntheit ihrer Marke "yello" allenfalls für Dienstleistungen eines Stromlieferanten, nicht aber für Telekommunikation und schon gar nicht im Bereich der Auskunftsdienstleistungen geltend machen. Im Bereich der Telekommunikationsdienstleistungen sei die Marke unbekannt und werde zudem durch zahlreiche Mitbewerber verwässert.

Eine Verwechslungsgefahr des insbesondere im Bereich der Branchenauskünfte kennzeichnungsschwachen Zeichens "yello" mit der Marke "G.Y." bestehe nicht. "G.Y." werde nicht durch "Yellow" geprägt. Der Verkehr nehme Marken erfahrungsgemäß so auf, wie sie ihm gegenüberträten und neige nicht zu einer Analyse möglicher Bestandteile und Begriffsbedeutungen. Zudem würden Wortanfänge stärker beachtet als nachfolgende Wortteile. Auch habe ein Bestandteil eines Mehrwortzeichens regelmäßig keine prägende Bedeutung, wenn es sich um einen schutzunfähigen oder im Vergleich zu anderen Elementen kennzeichnungsschwachen Bestandteil handele oder wenn der Bestandteil in einem Gesamtbegriff eingebunden sei. Andererseits könnten sogar selbst nicht schutzfähige Bestandteile zur Prägung des Gesamteindrucks beitragen. Im Zeichen "G.Y." komme beiden Elementen Kennzeichnungskraft zu.

Darüber hinaus verwende die Beklagte zu 1) den Bestandteil "Go" als stets wiederkehrendes Gestaltungselement auf ihrer Website, so für die Bezeichnung ihrer Tarife mit "GoTop" und "GoBasic" und auf ihren Buttons. "Go" diene deshalb als wortspielerischer Hinweis auf die Internetbranche.

Die Zeichen "yello" und "G.Y." seien weder klanglich noch schriftbildlich noch vom Sinngehalt her ähnlich. So bestehe "yello" aus zwei Silben, "G.Y." hingegen aus drei Silben. Die Zeichen unterschieden sich am Anfang und am Ende. Eine schriftbildliche Ähnlichkeit sei ebenso wenig gegeben wie eine Übereinstimmung im Sinngehalt. Beide Zeichen hätten vielmehr keinen Sinngehalt und lehnten sich an die Farbe "gelb" an. Die Beklagte bezwecke damit eine Assoziation zu ihrer Dienstleistung, nämlich der Zurverfügungstellung von "Yellow Pages".

Die Verwendung des Begriffs "yellow" für Dienstleistungen eines Branchenverzeichnisses unterliege daher der Schutzschranke des § 23 MarkenG. Es seien dabei nicht nur die beschreibenden Angaben, sondern auch von ihnen abgeleitete Begriffe in der Verwendung freigestellt.

Nach diesen Grundsätzen habe das Oberste Schweizerische Bundesgericht eine Klage der Klägerin aus ihrer Marke "yello" gegen die im Bereich Telekommunikationsleistungen tätige "Yellow Access AG" abgewiesen. Auch habe der BGH in seiner AntiVir / AntiVirus-Entscheidung die Verwechslungsgefahr zwischen einer an eine freihaltungsbedürftige Sachangabe angelehnten Klagemarke und der als Marke benutzten Sachangabe selbst verneint. Es gehe deshalb nicht an, dass die Klägerin mit ihrer Marke "yello" gänzlich die freihaltebedürftige Bezeichnung "yellow" und damit die Grundfrage gelb zu monopolisieren versuche, wtrp. Dies gelte jedenfalls im Bereich der Branchenauskünfte.

Auch aus § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG könne die Klägerin keine Ansprüche herleiten. Die Klägerin habe schon nicht nachgewiesen, dass sie über eine bekannte Marke verfüge. Allenfalls könne von einer Bekanntheit von "Yello Strom" auszugehen sein. Nicht einmal diese Bekanntheit habe die Klägerin aber belegt. Auch komme die Ausnutzung und Beeinträchtigung einer bekannten Marke typischerweise nur bei einer besonders deutlichen Zeichenähnlichkeit in Betracht. Außerdem fehle es an der Unlauterkeit einer Rufausbeutung, da die Beklagte zu 1) nur eine Assoziation mit dem im Bereich der Branchenverzeichnisse üblichen Begriff der "Gelben Seiten" beabsichtigt habe. Insbesondere ergebe sich keine Unlauterkeit aus dem Umstand, dass die Beklagte neben den Internetdomains "G.Y..de" und "go-yellow.de" auch die Domains "goyello.de" und "go-yello.de" registriert habe. Die Beklagte habe vielmehr, wie es der üblichen Praxis im Internet entspreche, lediglich Abwandlungen der Domains mitregistriert, um Domaingrabbern und Fehleingaben vorzubeugen. Auch fehle es an der erforderlichen Rufübertragung, da sich eine der Klägerin entgegengebrachte eventuelle Wertschätzung nicht auf die Beklagte zu 1) übertragen lasse.

Die Klageanträge seien daher sämtlich, auch bezüglich der Folgeansprüche, zurückzuweisen, die Klageanträge 5., 11. und 15. zusätzlich deshalb, weil ein Freigabeanspruch bezüglich registrierter Domainnamen nur in Betracht komme, wenn mit der Registrierung eine erhebliche Beeinträchtigung der aus

dem Kennzeichenrecht fließenden namensrechtlichen Befugnisse verbunden sei, was bei der Klägerin nicht der Fall sei, da sie seit jeher unter "yellostrom.de" zugänglich sei und durch die Domainregistrierungen daher nicht blockiert werde.

Die Klägerin erwidert hierauf, sie sei aktivlegitimiert. Sie mache ausschließlich eigene Rechte geltend, da sie Inhaberin der Klagemarken sei. Die Yello Strom GmbH, die von der Klägerin beherrscht werde, nutze diese Marken auf der Grundlage eines Lizenzvertrags (Anlagen K47-K49).

Was die gegen die Klagemarken anhängigen Widersprüche anbelange, so sei der Widerspruch aus der deutschen Marke "elho" bereits zurückgewiesen worden und mit den beiden anderen Widerspruchsführern stehe die Klägerin in erfolgversprechenden Vergleichsverhandlungen.

Die Marke "yello" sei in Bezug auf die Dienstleistung "Verteilung von Energie, insbesondere Strom" ausgesprochen fantasievoll. Dies sei auch für den Teil der Verkehrskreise der Fall, die die Marke als Abwandlung des englischen Worts "yellow" erkennen würden. Die Idee, dem farblosen Strom eine Farbe zu geben, sei überraschend und originell, so dass auch das englische Farbwort "yello" für die Dienstleistung "Lieferung von Strom" in keiner Weise beschreibend sei und die Marke "yello" ihre Kennzeichnungskraft nicht, wie die Beklagten meinten, nur aus der Weglassung des "w" beziehe.

Soweit die Beklagten vortrügen, die Klägerin benutze die Klagemarke nur in Form von "Yello Strom", so sei die Hinzufügung glatt beschreibender Bestandteile wie "Strom" unschädlich. Der in diesem Zusammenhang von den Beklagten erhobene Nichtbenutzungseinwand sei außerdem unerheblich, weil bezüglich der Klagemarke die Benutzungsschonfrist noch nicht einmal begonnen habe. Maßgebliches Zeichen für die Prüfung der Zeichenähnlichkeit sei ausschließlich die eingetragene Marke "yello".

Soweit die Beklagten darauf verwiesen, dass zahlreiche Yellow-Marken gelöscht worden seien, so seien dies solche gewesen, die neben "yellow" noch weitere Wortbestandteile enthalten hätten und bei denen beide Elemente einen beschreibenden Gesamtbegriff für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen gebildet hätten. Weder die Klagemarken noch die angegriffene Kennzeichnung "G.Y." entspreche diesem Format.

"Yellow" sei auch keine beschreibende Angabe für Branchenverzeichnisse. Dies könne nur bei "Yellow Pages" angenommen werden. Dieses Verkehrsverständnis ergebe sich schon aus der FORSA-Umfrage, da sonst ein weit größerer Teil der Befragten "G.Y..de" als Bezeichnung für ein Branchenverzeichnis verstanden hätte.

Auch sei die Marke "yello" nicht durch Drittzeichen geschwächt. Der BGH stelle zu Recht hohe Anforderungen an den Schwächungseinwand, da es sich um einen Ausnahmetatbestand handele. Nur Drittzeichen für gleiche oder eng benachbarte Waren oder Dienstleistungen, die in erheblichem Umfang benutzt würden und dem Klagezeichen ähnlich nahe kämen wie die angegriffene Bezeichnung, könnten dafür herangezogen werden. Die allermeisten der von den Beklagten aufgeführten Marken seien nach dem Muster "yellow + Substantiv", in einzelnen Fällen auch "yellow + Adjektiv" gebildet. In allen Fällen komme dem zweiten Bestandteil innerhalb der Gesamtbezeichnung eine selbstständig kennzeichnende Stellung zu, so dass sie einen deutlicheren Abstand zu "yello" aufwiesen als "G.Y.". Sie könnten daher den Schwächungseinwand nicht begründen. Als Marken, die der Klagemarke ähnlich nahe kämen wie "G.Y." kämen allenfalls in Betracht (1.) die deutsche Marke 30147214 "Yellow" der YellowMap AG, gegen die die Klägerin aber bereits 2003 Widerspruch eingelegt habe, (2.) die deutsche Marke 30805711 "Yellowwww" der DeTe-Medien, (3.) die deutsche Marke 30167515 "yellowcom", gegen die Klägerin ebenfalls 2003 Widerspruch eingelegt habe, der nach wie vor anhängig sei, (4.) die deutsche Marke 30508721 "Yellow24" des Dr. Wagner, die erst am 23.09.2005 veröffentlicht worden sei und von der die Klägerin erst mit der Klageerwidern Kenntnis erlangt habe und (5.) die Neuanmeldung 30528905 "Yellow" der DeTeMedien, die erst am 17.05.2005 eingereicht, noch nicht eingetragen und veröffentlicht sei und der Klägerin erst mit der Klageerwidern bekannt geworden sei.

Darüber hinaus bestreitet die Klägerin bezüglich aller Marken mit dem Bestandteil "Yellow" mit Nichtwissen, dass sie benutzt würden, mit Ausnahme der Marken "Yellow Phone" und "YellowMap". Diese unterschieden sich durch die selbstständig kennzeichnenden Bestandteile "Phone" bzw. "Map" deutlicher von der Klagemarke als "G.Y.". Die Yellow Phone GmbH erziele zudem lediglich minimale Umsätze und werde im Markt kaum wahrgenommen. Gegen mehrere der "YellowMap"-Marken habe die Klägerin Widerspruch eingelegt.

Bezüglich der von der Klägerin aufgeführten Marken mit dem Bestandteil "Yellow" gelte ebenfalls, dass die weit überwiegende Mehrzahl einen zweiten, eigenständig kennzeichnenden Wortbestandteil aufweise und sie dadurch einen deutlich größeren Zeichenabstand zur Klagemarke einhielten. Außerdem werde mit Nichtwissen bestritten, dass diese Marken insbesondere für gleiche oder eng benachbarte Waren und Dienstleistungen benutzt würden. Die für den dienstleistungsähnlichen Bereich eingetragene Marke "YelloScout" enthalte den fantasievollen und unterscheidungskräftigen zusätzlichen Bestandteil "Scout?". Die Domain "yellosearch.de" werde jedenfalls nicht für gleichartige oder benachbarte Waren oder Dienstleistungen benutzt. Was die "Yello! AG", Betreiberin der Internetseite "yello.tv" und Inhaberin der deutschen Marken "Yello! AG Digital Production Tools" und "yello! Springtime V.2" anbelange, so habe die Klägerin gegen beide Marken Widerspruch eingelegt und befinde sich derzeit in Vergleichsgesprächen mit dem Ziel, eine Änderung des Firmennamens zu erreichen.

Es verblieben die (1.) Gemeinschaftsmarke 01317874 "Yello" der Yell Ltd., gegen die mehrere Widerspruchsverfahren, u.a. der Klägerin, anhängig seien, (2.) die deutsche Marke 39875963 "Yello" der DEHA Elektrogroßhandelsgesellschaft mbH & Co. KG, die für "Datenverarbeitungsgeräte und deren Komponenten sowie Zubehör, sowie Marketing, insbesondere im Zusammenhang mit Informationstechnologien" eingetragen sei, sich also schwerpunktmäßig auf Computerhardware beziehe, so dass keine Berührungspunkte zu Online-Diensten und dem Betrieb von Suchmaschinen bestünden, sowie (3.) die IR-Marke "Yello" der Schweizerischen Post mit Schutz in Deutschland, die im Jahr 2000, soweit sich der Markenschutz in Deutschland auf "Telekommunikation, Transport, insbesondere Verteilung von Energie" und "Erstellung von Software" beziehe, auf die EnBW mbH Stuttgart, eine Schwestergesellschaft der Klägerin, übertragen worden sei, die sie wieder auf die Klägerin übertragen habe. Die Umschreibung sei bereits 2004 beantragt worden.

Bezüglich der Gemeinschaftsmarken, bzw. -anmeldungen "Yell" der Yell Ltd. bestreite die Klägerin mit Nichtwissen, dass diese in Deutschland benutzt worden seien. Gegen die Anmeldungen habe die Klägerin außerdem Widerspruch eingelegt.

Gegen eine Kennzeichenähnlichkeit infolge Prägung des Zeichens "G.Y." durch "Yello" hätten die Beklagten nichts Stichhaltiges vorgebracht. Die in Bezug genommene Rechtsprechung des BGH betreffe Fälle, in denen durch die Integration der Bestandteile ein Gesamtbegriff mit eigenständigem Bedeutungsgehalt entstanden sei. Dies sei hier aber gerade nicht der Fall. Es handele sich vielmehr um eine Marke nach Art eines Werbeslogans, bei der dem Bestandteil "Go" nur die Bedeutung einer Aufforderung "Gehe zu ..." zukomme. Der Gesamteindruck werde durch das angegebene Ziel "Yellow", die Auskunftsdatenbank, geprägt. "Go" für sich genommen möge zwar schutzfähig sein, werde jedoch verbunden mit einer Zielangabe vom Verkehr lediglich beschreibend als Aufforderung im genannten Sinne verstanden. Auf das Urteil des Obersten Schweizerischen Bundesgerichts in Sachen "Yellow Access" könnten sich die Beklagten nicht berufen. In diesem Fall sei schweizerisches Markenrecht anzuwenden gewesen, und das Urteil sei durch die dortige abweichende Auffassung zur Schutzfähigkeit von Farbmarken beeinflusst gewesen. Auch auf die AntiVir-Rechtsprechung des BGH könnten sich die Beklagten nicht berufen. "Yellow" sei keine beschreibende Angabe für Branchenverzeichnisse, und die Klagemarke "yello" sei für Online-Auskunftsdienste und den Betrieb von Suchmaschinen fantasievoll und unterscheidungskräftig.

Die Behauptung der Beklagten, die Klägerin versuche die Grundfarbe zu monopolisieren, entbehre jeglicher Grundlage. Ziel der Klägerin sei, gegen eine Verletzung ihrer Markenrechte aus der Wortmarke "yello" vorzugehen.

Selbst in Presseartikeln komme es zu Verwechslungen zwischen den Parteien. So werde in der Zeitschrift "MAX" von Januar 2006 Paris Hilton, die in Fernsehwerbespots für "G.Y." werbe, als Werbefigur von "Yello"-Strom bezeichnet worden und die Zeitschrift "Gala" berichte in ihrer Ausgabe vom 02.02.2006 über Paris Hilton mit: "Als Werbe-Star des Stromanbieters Yello kommt sie nach München."

Die Klägerin habe inzwischen den Inhaber der deutschen Marke "Yellow24" abgemahnt, der unter den Domainnamen "yellow24.de" und "yello24.de" eine Internetseite betreibe, die die Dienste eines Dienstleistungsvermittlers für München angekündigt habe, woraufhin die Internetseite Anfang Dezember 2005 umgehend abgeschaltet worden sei. Seither finde eine Benutzung der Kennzeichnung nicht mehr statt. Auch die Internetseite "yellosearch.de" sei nach Abmahnung durch die Klägerin abgeschaltet worden.

"Yello" sei eine bekannte Marke. Bei der gemäß Anlage K30 vorgelegten GfK-Studie sei bei den kontinuierlich wöchentlich geführten Telefoninterviews zunächst die un-gestützte Markenbekanntheit abgefragt worden mit der Fragestellung: "Welche Anbieter, bzw. Marken aus dem Bereich der Stromversorgung kenne Sie, wenn auch nur dem Namen nach?" Zum Kollisionszeitpunkt 2004 habe dabei die GfK-Studie eine ungestützte Bekanntheit der klägerischen Marke von 74 % ergeben. Ebenso sei bei der als Anlage K29 vorgelegten FORSA-Umfrage zur Branchenbindung von "G.Y..de" die erste Frage ungestützt erfolgt, d.h. ohne jegliche Nennung von Begriffen wie "Strom/Energie", "Telefonauskunft/Branchenbuch". Dennoch habe sich eine überwältigend hohe Verknüpfung von "G.Y..de" mit dem Thema Strom ergeben.

Wegen des Parteivorbringens im Übrigen wird auf die gewechselten Schriftsätze und deren Anlagen sowie auf die Sitzungsniederschrift vom 08.03.2006 Bezug genommen.

Mit nachgelassenem Schriftsatz vom 28.03.2006 haben die Beklagten erstmals nach Schluss der mündlichen Verhandlung eine IMAS-Verkehrsbefragung zur "Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft oder der Wertschätzung der Bezeichnung Yello oder Yello Strom" (Anlage B75 und B80) vorgelegt.

Entscheidungsgründe:

Ein Wiedereintritt in die mündliche Verhandlung wegen der von den Beklagten mit dem nachgelassenen Schriftsatz nach Schluss der mündlichen Verhandlung erstmals vorgelegten IMAS-Umfrage (Anlage B75 und B80) war nicht erforderlich, da den Beklagten insoweit kein Schriftsatznachlass gewährt worden war, es ihnen seit der Klageerwiderng möglich gewesen wäre, eine derartige Verkehrsbefragung vorzulegen und Inhalt und Ergebnis der Befragung nach pflichtgemäßem Ermessen des Gerichts keinen Anlass zu einem Wiedereintritt in die mündliche Verhandlung geben. Die Studie umfasst keine der hier relevanten Fragestellungen. Sie ist weder brauchbar zur Ermittlung einer Verkehrsbekanntheit der Marke "yello" für Strom, noch zur Feststellung, ob "yello" oder "yellow" vom Verkehr als beschreibend für Branchenverzeichnisse angesehen wird - hier ergibt sich allenfalls das Gegenteil.

Die Klage ist zulässig und in vollem Umfang begründet.

1.

Der Klägerin stehen die in den Klageanträgen 1. und 3. geltend gemachten Unterlassungsansprüche gegen die geschäftliche Bezeichnung "G.Y. GmbH" der Beklagten zu 1). und gegen die markenmäßige Benutzung von "G.Y." - auch in der grafisch ausgestalteten Form - für die von ihr angebotenen Dienstleistungen zu.

a.) Die Unterlassungsansprüche ergeben sich zum einen aus § 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 MarkenG, da die angegriffenen Zeichen mit den klägerischen Marken Nr. 30158553 und 30226706 "yello" verwechslungsfähig sind.

Die Klägerin ist - wie aus den vorgelegten Eintragungsurkunden (Anlagen K3, K4) ersichtlich, selbst Inhaberin dieser Marken, so dass ihre Aktivlegitimation ohne weiteres gegeben ist.

Da bezüglich dieser Marken wegen der noch anhängigen Widerspruchsverfahren die Benutzungsschonfrist noch nicht einmal begonnen hat, kommt es insoweit auf den Einwand der Beklagten, die Klägerin benutze in Wahrheit das Zeichen "Yello Strom" nicht an. Der Verwechslungsprüfung zu Grunde zu legen ist ausschließlich das Zeichen "yello".

aa) Bezüglich der Dienstleistungen, für die die Klagemarken Schutz genießen und den von der Beklagten zu 1) im Rahmen ihres Geschäftsbetriebs angebotenen Dienstleistungen besteht Identität.

So besteht Dienstleistungsidentität zwischen dem Betrieb eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte einerseits und "Bereitstellen von Informationen im Internet", "Online-Dienste, nämlich Übermittlung von ... Informationen aller Art", "Herausgabe von Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch ... im Internet" sowie "Dienstleistungen einer Datenbank", für die die Klagemarke Nr. 30158553 "yello" geschützt ist. Gleiches gilt, soweit der Geschäftsbetrieb der Beklagten zu 1) auf den "Betrieb von Suchmaschinen für das Internet" ausgerichtet ist. Die Marke 30158553 "yello" der Klägerin ist für identische Dienstleistungen, nämlich "Betrieb von Suchmaschinen für das Internet" geschützt. Schließlich besteht Dienstleistungsidentität auch insoweit, als die Beklagte zu 1) unter ihrem Firmennamen Werbedienstleistungen, insbesondere Online-Werbung für Dritte und Vermietung von Werbeflächen im Internet anbietet, da die Klagemarke 30158553 auch geschützt ist für "Werbung im Internet für Dritte" sowie "Vermittlung und Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet". Die Klagemarke 30226706 "yello" genießt ebenfalls Schutz für identische Dienstleistungen, nämlich "Auskünfte über Telekommunikation" und "Sammeln, Liefern, Bereitstellen, abrufbar Machen von ... Informationen und Daten aller Art".

bb) Den Marken "yello" kommt für den hier in Rede stehenden dienstleistungsidentischen Bereich durchschnittliche Kennzeichnungskraft zu.

Es ist unzutreffend, dass sich insoweit die originäre Kennzeichnungskraft

Ebenso wenig kann jedoch von einer Schwächung der Kennzeichnungskraft durch Drittzeichen ausgegangen werden. Bei der Schwächung der Kennzeichnungskraft durch Drittzeichen handelt es sich um einen Ausnahmefallbestand, der nur vorliegt, wenn es sich um mehrere, in erheblichem Umfang für gleiche oder eng benachbarte Waren oder Dienstleistungen benutzte Zeichen handelt, die dem Klagezeichen ähnlich nahe kommen und jedenfalls keinen weiteren Abstand halten als das angegriffene Zeichen. Diese Voraussetzungen erfüllen sämtliche von den Beklagten entgegengehaltenen Drittzeichen nicht.

Der größte Teil der von den Beklagten aufgeführten Drittmarken scheidet schon deshalb aus der Betrachtung aus, weil sie für Waren und Dienstleistungen eingetragen sind, die von dem hier in Rede stehenden Bereich so weit entfernt sind, dass sie für eine Schwächung von vornherein nicht in Betracht kommen. Bei einem Teil hat die Beklagte selbst angegeben, dass es sich um Neuanmeldungen handelt, die noch gar nicht eingetragen sind. Die Kombinationen mit "yell" können ebenfalls von vornherein außer Betracht bleiben, weil das nur einsilbige Zeichen sich so weit von den Klagemarken unterscheidet, dass das Erfordernis des allenfalls gleichen Zeichenabstands nicht erfüllt ist. Dasselbe gilt für Marken mit dem Bestandteil "gelb". Soweit die Beklagten die Marke "Yellow Pages" anführen, scheidet diese als Drittzeichen aus, weil es sich insoweit auch nach Auffassung der Kammer um einen rein beschreibenden Begriff und nicht um ein Kennzeichen handelt.

Soweit die Beklagten Zeichen aus dem Bereich der Online-Branchenauskünfte anführen, nämlich Yellow Phone, Yellow Map, Yellow Access und die von der DeTeMedien erworbenen YelloScout, YelloBank, YelloCar, YelloRealEstate und YelloBooker, so sind sie sämtlich nach dem Muster "Yellow", bzw. "Yello" + englischsprachiges Substantiv gebildet, wobei diese englischen Substantive jeweils selbst eine gewisse Kennzeichnungskraft besitzen, und zwar auch für den Teil der Verkehrskreise, der die englische Bedeutung versteht. Dies gilt ohne Weiteres für den Bestandteil "Scout", der für einen Online-Branchendienst

ausgesprochen fantasievoll ist, aber auch für den Bestandteil "Phone", der beschreibende Anklänge lediglich insoweit hat, als dieses Unternehmen in erster Linie eine telefonische Branchenauskunft betreibt, nicht aber für den hier relevanten Bereich eines Online-Verzeichnisses, ebenso für "Map", da auch "Landkarte" nicht für ein Branchenverzeichnis steht. Außerdem sind "Access", "Bank", "Car", "RealEstate" und "Booker" für eine die entsprechenden Materien betreffende Auskunft nicht rein beschreibend. Das führt dazu, dass diese Kombinationszeichen von den Klagemarken "yello" jedenfalls deutlich weiter entfernt sind als das angegriffene Zeichen "G.Y.". Bei den der DeTeMedien gehörenden Marken kommt hinzu, dass sie unstrittig nur in Form von Domains genutzt werden, die alle auf die "Gelben Seiten" der DeTeMedien führen, was keine für eine Schwächung der Klagemarken ausreichende Nutzung - ebenso wenig wie eine rechtserhaltende Nutzung - darstellt.

Den Klagemarken ähnlich wie "G.Y." nahe kommen nur die Marke 30147214 "Yellow" der Yellow Map AG, gegen die die Klägerin jedoch bereits im Jahr 2003 Widerspruch eingelegt hat, die Marke 30847214 "Yellowww" der DeTeMedien, die Marke 30167515 "yellowcom"; gegen die die Klägerin ebenfalls Widerspruch eingelegt hat, die bloße Markenmeldung 30528905 "Yellow" der DeTeMedien, die als solche von vornherein nicht schwächend in Betracht kommt und die Marke 30167515 "Yellow24" des Dr. Wagner, der die unter den Domains "yellow24.de" und "yello24.de" betriebene Internetseite, auf der die Dienste eines Dienstleistungsvermittlers für München angekündigt waren, nach Abmahnung durch die Klägerin Anfang Dezember 2005 umgehend abgeschaltet hat, so dass infolge der kurzen Betriebsdauer ebenfalls keine Schwächung eingetreten ist. Bezüglich der Marke "Yellowww" der DeTeMedien hat die Klägerin die Benutzung bestritten und die von den Beklagten hierfür pauschal im Rahmen des Anlagenkonvoluts B52 ohne jeden Sachvortrag vorgelegten Benutzungsnachweise sind mehrdeutig, indem es dort auf der Seite von "sedo" ohne weitere Erklärung heißt, dass die Domain "yellowww.de" verkauft wurde oder nicht mehr verfügbar ist. Soweit die Beklagten als Benutzungsnachweis pauschal "Sachverständigengutachten" angeboten haben, ist dieser Vortrag, worauf die Klägerin auch hingewiesen hat, unschlüssig. Weiter bleibt noch das Zeichen "IP Yellow" für Internettelefonie, für das die Klägerin unwidersprochen vorgetragen hat, dass nur ein Verzeichnis von Teilnehmern der Internettelefonie angeboten wird und es sich weder um eine Branchen- noch um eine allgemeine Telefonauskunft handelt. Was die Gemeinschaftsmarke 01317874 "Yello" der Yell Ltd. angeht, haben die Beklagten unwidersprochen vorgetragen, dass dagegen mehrere Widerspruchsverfahren, u.a. der Klägerin, anhängig sind und ein Benutzungsnachweis ist insoweit durch die Beklagte nicht erbracht. Die deutsche Marke 39875963 "Yello" der DEHA Elektrogroßhandels-gesellschaft mbH & Co. KG ist für "Datenverarbeitungsgeräte und deren Komponenten, sowie Zubehör, sowie Marketing insbesondere im Zusammenhang mit Informationstechnologien" eingetragen, so dass ausreichende Berührungspunkte zu Online-Diensten und dem Betrieb von Suchmaschinen fehlen. Bezüglich der Yello! AG, Betreiberin der Internetseite "yello.tv" und Inhaberin der deutschen Marken "Yello! AG Digital Produktion Tools" und "yello! Springtime V.2" hat die Klägerin unwidersprochen vorgetragen, dass diese nicht im Bereich der Branchenverzeichnisse, sondern der digitalen Bildbearbeitung tätig sei, sowie dass sie gegen die Marken Widerspruch eingelegt habe und sich mit dem Unternehmen in Vergleichsgesprächen befinde mit dem Ziel, eine Änderung des Firmennamens zu erreichen. Gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung "Yell" der Yell Ltd. hat die Klägerin ebenfalls Widerspruch eingelegt.

Da dem Markeninhaber Drittzeichen, gegen deren Verwendung er vorgeht, nicht entgegengehalten werden können, verbleiben demnach jedenfalls nicht mehrere der Klagemarke ähnlich nahe kommende Drittzeichen für gleiche oder eng benachbarte Dienstleistungen, die in erheblichem Umfang benutzt wurden, so dass der Schwächungseinwand nicht durchgreift. Es bleibt vielmehr bei einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Klagemarken.

cc) Zwischen den sich gegenüberstehenden Kennzeichen "yello" und "G.Y." besteht Zeichenähnlichkeit, wobei im Hinblick auf die Identität der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen eine hohe Zeichenähnlichkeit nicht erforderlich ist.

Zwischen den Zeichen besteht bereits klangliche Ähnlichkeit, da bei "G.Y." das "e" betont wird, das "ow" von den deutschen Verkehrskreisen eher als "o" gesprochen wird und dem Bestandteil "Go" phonetisch lediglich die Funktion einer unbetonten Vorsilbe zukommt.

Das Zeichen "G.Y." wird zudem vom Bestandteil "Yellow" geprägt, der bis auf den stummen Buchstaben "w" am Ende mit den Klagemarken "yello" identisch ist.

Der Bestandteil "Yellow" ist nicht deshalb kennzeichnungsschwach oder gar beschreibend - wie die Beklagten behaupten - weil "Yellow" ein beschreibender Begriff für ein Online-Branchenverzeichnis sei. Auf die Ausführungen unter bb) wird insoweit Bezug genommen. Soweit "Yellow" über Zwischenschritte Assoziationen zu den "Gelben Seiten" hervorruft, tut dies einer normalen Kennzeichnungskraft dieses Zeichenbestandteils keinen Abbruch.

Dem Bestandteil "Go" hingegen kommt jedenfalls keinerlei mitprägende Funktion zu. Er führt lediglich zum prägenden Bestandteil "Yellow" hin mit der Aufforderung "Gehe zu ..." oder "Benutze ..." nach dem Vorbild zahlreicher Werbeslogans. Er wird von den Verkehrskreisen auch in eben diesem Sinn rein beschreibend verstanden, insbesondere da ihnen die Aufforderung "Go" auch vielfach als Start für eine Suchfunktion aus dem Internet bekannt ist. Entsprechend hat dies auch das Bundespatentgericht in den beiden von der Klägerin zitierten Beschlüssen 33 W (pat) 318/01 und 29 W (pat) 158/99 gesehen, durch die die Eintragungen von "GoIndustry" und "Go Internet" abgelehnt wurde und in letzterem Beschluss ausgeführt, dass die weltweit verbreite Aussage "Go ..." (gehe nach ..., gehe in ..., wende dich dem ... zu) auch im Inland verstanden werde als beschreibende, sloganartige Aufforderung.

Daran ändert auch nichts, dass die Beklagte zu 1) auf ihre Internetseite auch die Bezeichnungen "GoTop" und "GoBasic" verwendet, da "Go" dort in genau demselben Sinn beschreibend verstanden wird.

Soweit die Beklagten darauf verweisen, dass "Go" sogar in Alleinstellung mehrfach als Marke eingetragen worden sei, ist dies für die Kennzeichnungskraft im vorliegenden Fall ohne Bedeutung, da ohne ein hinzugesetztes "Ziel" der Charakter als sloganartige Aufforderung gerade entfällt.

Auch soweit die Beklagten sich auf zahlreiche eingetragene Marken mit dem Bestandteil "Go" beziehen, so kommt entweder dem zweiten Teil der Kombination eine gewisse Kennzeichnungskraft zu - wie ja auch für die Beklagte zu 2) die hier verfahrensgegenständliche Marke eingetragen wurde - oder aber der zweite Teil wird nur als Präposition oder Adverb zu "Go" empfunden, womit der Bedeutungsgehalt i.S.v. "Gehe zu ..." entfällt. Eine Kennzeichnungskraft von "Go" in der vorliegenden Kombination "G.Y." kann damit nicht belegt werden.

Dasselbe Ergebnis wird erst recht bei Anwendung der Kriterien erreicht, die der EuGH für die Ähnlichkeit zwischen einem älteren Zeichen und einem jüngerem Zeichen, in dem das ältere Zeichen vollständig enthalten ist, aufgestellt hat (EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE). Der EuGH hat dabei nicht die Prägetheorie angewendet, sondern ausgeführt, dass eine Zeichenähnlichkeit bereits dann gegeben ist, wenn das ältere Zeichen in dem neueren Gesamtzeichen eine selbstständig kennzeichnende Stellung behält. Dies ist bei "yello" innerhalb von "G.Y." aus den oben ausgeführten Gründen im Hinblick auf den bloß auf "Yellow" hinführenden Charakter von "Go" ohne weiteres der Fall.

dd) Auf dem Hintergrund einer Identität der sich gegenüberstehenden Zeichen und einer normalen Kennzeichnungskraft und Zeichenähnlichkeit liegt damit Verwechslungsgefahr gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen vor.

Die "AntiVir / AntiVirus"-Rechtsprechung des BGH ist auf den vorliegenden Fall nicht anzuwenden, weil es sich bei "yello" - anders als bei "AntiVir" - nicht nur um eine Abwandlung der beschreibenden Angabe "Gelbe Seiten" handelt und mit diesem Zeichen auch nicht - wie im dortigen Fall - gegen die beschreibende Angabe selbst vorgegangen wird.

Das Ergebnis des Vorliegens einer Verwechslungsgefahr monopolisiert auch nicht die Grundfarbe "gelb" für die Klägerin, da die Klägerin sich nicht gegen die Verwendung der Farbe gelb, sondern gegen die Benutzung des Zeichens "G.Y." wendet.

Ergänzend kann noch die indizielle Wirkung tatsächlich vorgekommener Verwechslungsfälle berücksichtigt werden, insbesondere die zwei Verwechslungen in der Presse, nämlich in der Zeitschrift "MAX" vom Januar 2006 und in der Zeitschrift "Gala" vom 02.02.2006, wo jeweils im Zuge der Werbekampagne von Paris Hilton für die Beklagte zu 1) berichtet wurde, sie sei die Werbefigur der Klägerin, bzw. sie komme als Werbe-Star des Stromanbieters "Yello" nach München, wobei es sich nach Auffassung der Kammer jeweils um gewichtige Verwechslungsfälle handelt, da der Presse an sich eine Verpflichtung zur sorgfältigen Recherche obliegt.

Auf die von der Klägerin vorgelegte und von den Beklagten beanstandete FORSA-Umfrage zur Branchenbindung von "G.Y." (Anlage K29) brauchte nicht zurückgegriffen zu werden.

Die Verwechslungsgefahr besteht auch bezüglich des G.Y.-Logos, da dieses lediglich den Wortbestandteil "G.Y." auf einer elliptischen dunklen, bzw. dunkelblauen Fläche mit der sehr klein hinzugesetzten Top-Level-Domain ".de" zeigt, so dass das Logo ausschließlich von "G.Y." geprägt wird.

ee) Die Beklagten können gegen den klägerischen Anspruch auch nicht eine nach § 23 Nr. 2 MarkenG freigestellte Benutzung einwenden, da es sich bei "G.Y." um eine kennzeichenmäßige Benutzung eines für die angebotene Dienstleistung nicht beschreibenden Zeichens handelt.

b) Die in den Klageanträgen zu 1. und 2. geltend gemachten Unterlassungsansprüche stehen der Klägerin aber auch aus § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG zu.

Die Klägerin kann sich insoweit unter dem Gesichtspunkt der Rufausbeutung auf ihre Wortmarken "yello" Nr. 39910326, bzw. "yello" Nr. 39936012 stützen, jeweils am 19.07.1999 eingetragen für "Verteilung von Strom", bzw. "Verteilung von elektrischer Energie, insbesondere Strom".

aa) Für die Verteilung von Strom handelt es sich auf Grund der Benutzung durch die Tochtergesellschaft Yello Strom GmbH (Anlagen K47, K48 und K49) um bekannte Marken i.S.v. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG.

Maßgebliche Verkehrskreise sind im vorliegenden Fall das allgemeine Publikum, und die Marke "yello" für Strom ist einem bedeutenden Teil dieses Publikums (EuGH GRUR int. 2000, 73 - Chevy, Tz.26) bekannt. Bestimmte Prozentsätze sind hierfür nicht erforderlich (EuGH a.a.O., Tz.25). Die Durchführung einer Verkehrsbefragung ist zur Feststellung der Bekanntheit ebenfalls nicht erforderlich, so dass weder die von der Klägerin vorgelegte und von der Beklagten beanstandete Studie der GfK zur Markenbekanntheit gemäß Anlage K30 berücksichtigt zu werden braucht, noch vom Gericht ein Umfragegutachten einzuholen war.

Vielmehr ergibt sich im vorliegenden Fall eine Bekanntheit der Marke "yello" für Strom im Kollisionszeitpunkt Oktober 2004 aus zahlreichen Umständen, die nach der Rechtsprechung des EuGH (GRUR int. 2000, 73 - Chevy, Tz.27; GRUR int. 1999, 723 - Chiemsee; Tz.51, 52) als Hilfstatsachen zur Feststellung der Bekanntheit zu Grunde gelegt werden können.

Die Strommarke "yello" wird unstreitig bereits seit August 1999 benutzt und beworben. Bereits die Markteinführung wurde von einem erheblichen Presseecho begleitet (Anlagenkonvolut K5), wobei es dort etwa schon in einem Artikel im Kölner Stadtanzeiger vom 06.11.1999 heißt: "Der neue Stromversorger Yello ist bereits bekannter als Energie-Gigant RWE". Die Werbekampagne zur Markeneinführung wurde im Jahr 2000 ausweislich Anlage K6 vom Gesamtverband Werbeagenturen GWA e.V. mit einem Preis ausgezeichnet. Die Werbemaßnahmen wurden dort im Einzelnen dokumentiert und kommentiert mit: "Vom No-Name in einem No-Name-Markt zur bekanntesten Strommarke in Deutschland". Weiter hat die Klägerin mit Anlagen K7a-d Anzeigenwerbung und Fernsehwerbespots aus den Jahren 1999 und 2000 belegt. Die Klägerin hat weiter unwidersprochen vorgetragen, dass diese intensive Werbung in den Folgejahren fortgesetzt wurde, etwa mit den Fernsehwerbespots "Hannes" und "Schusters" in den Jahren 2000 bis 2004. Im Jahr 2004 wurde weiter der Werbespot "Yello Preisgarantie" auf allen großen deutschen Fernsehkanälen ausgestrahlt. Insbesondere wurden aber seit 05.04.2004 täglich in den ARD-Tagesthemen die Werbespots mit dem gelben Yello-Wetterfrosch - wie offenkundig ist - zweimal, nämlich vor und nach dem Wetterbericht

gesendet. Letztere Werbung hat auf die Bekanntheit der Marke immense Auswirkungen. Durch eine tagtägliche Präsenz in einer der beiden abendlichen Hauptnachrichtensendungen der ARD als einzige Fremdwerbung vor und nach dem Wetterbericht wird ein derartiger Anteil des hier maßgeblichen allgemeinen Publikums erreicht - bei dem sich die Marke durch die Wiederholung auch einprägt -, dass in Zusammenschau mit den früheren und sonstigen Werbemaßnahmen eine "Bekanntheit" der Marke "yello" zu Grunde zu legen ist, und zwar bereits im Kollisionszeitpunkt im Oktober 2004. Es kommt hinzu, dass die Klägerin außerdem bereits 2004 eines der zehn größten Stromversorgungsunternehmen in Deutschland war.

bb) Es ist auch unschädlich, dass die Klägerin, bzw. die Yello Strom GmbH, die Marke zumeist in der Form "Yello Strom" bewirbt. Analog zu den Grundsätzen, die bei der Frage der rechtserhaltenden Benutzung der Marke gemäß § 26 MarkenG zu Grunde zu legen sind, ist auch hier die Verkehrsauffassung maßgeblich. Wird lediglich das unter der Marke angebotene Produkt in glatt beschreibender Form hinzugefügt, so sieht der Verkehr dies nicht als neues einheitliches Zeichen, sondern nur als Erläuterung zur Marke. Daran ändert auch nichts, dass die Yello Strom GmbH häufig mit dem Wort-/Bildlogo "yello Strom" wirbt. Jedenfalls wird ebenso, wie etwa in der Internetwerbung gemäß Anlage 8b und in dem Werbeflyer gemäß Anlage 8a auch "Yello" in Alleinstellung benutzt. Dass der Verkehr hier in "yello" die eigentliche Marke sieht, ergibt sich auch daraus, dass - im Gegensatz zu Kombinationszeichen - nicht ein englisches Wort folgt, sondern der deutsche glatt beschreibende Begriff "Strom". Repräsentativ für das Verkehrsverständnis ist insoweit, dass etwa in den Presseartikeln über Paris Hilton von "Yello"-Strom und vom "Stromanbieter Yello" (Anlagen K50 und K51) die Rede ist.

cc) Dem Zeichen "yello" kommt für Strom auch Originalität zu, und es ist auch auf dem Gebiet, auf dem die Beklagte zu 1) tätig ist, kein beschreibender Begriff.

dd) Ein "guter Ruf" ist für den Tatbestand der Rufausbeutung nicht erforderlich. Qualitative Anforderungen im Sinne einer Wertschätzung werden nicht gestellt. Es genügt der mit der Bekanntheit verbundene Ruf. Im Übrigen ist aber davon auszugehen, dass die Attribute "gut" und "günstig", die der Marke in der Werbung gegeben werden, sich auch im Bewusstsein des Verkehrs festgesetzt haben.

ee) Zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen besteht auch eine für eine Rufausbeutung ausreichende Zeichenähnlichkeit. Auf die Ausführungen oben unter Ziffer 1. a) cc) wird Bezug genommen.

ff) Dieser Ruf ist auch auf das von der Beklagten zu 1) angebotene Online-Branchenverzeichnis übertragbar, bei dem die Inserenten zu bezahlen haben. Die Waren/Dienstleistungen Strom und Online-Branchenverzeichnis sind auch so benachbart, dass eine Rufübertragung stattfindet. So sind in letzter Zeit - wie sich aus den BGH-Entscheidungen "Strom und Telefon I und II" (GRUR 2004, 255, 259) ergibt - verschiedene Stromanbieter dazu übergegangen, Stromlieferung und Telekommunikationsdienstleistungen gekoppelt anzubieten, und technische Entwicklungen unter dem Schlagwort "Telefonie aus der Steckdose" sind im Gespräch, Telekommunikationsdienstleistungen und ein Online-Branchenverzeichnis wiederum liegen in den Vorstellungen der Verkehrskreise ebenfalls nahe beieinander.

gg) Schließlich ist die Ausnutzung des guten Rufs der Klagemarke auch unlauter.

Es ist der Beklagten zu 1) zwar zuzubilligen, dass sie bei der Wahl ihrer Kennzeichen auch eine Assoziation zu den "Gelben Seiten" im Auge hatte, jedoch hat sie nach Überzeugung des Gerichts maßgeblich auch eine Anlehnung an die Klagemarke und eine Ausbeutung von deren Bekanntheit bezweckt.

Dies ergibt sich eindeutig aus der Registrierung und anfänglichen Benutzung auch der Domainnamen "go-yello.de" und "goyello.de". Den Ausführungen der Beklagten, es habe sich hierbei um "Vertipper"-Domains gehandelt, kann nicht gefolgt werden, da sich bei der Domain "G.Y..de" der Beklagten zu 1) zahlreiche andere Möglichkeiten der irrtümlichen Eingabe ergeben, die sie nicht veranlasst haben, vorsorglich entsprechende Domains zu registrieren. Offensichtlich rechneten die Beklagten von vornherein - weil sie die Ausnutzung der Bekanntheit der Klagemarke im Sinn hatten - nur mit Vertippern, die "yello" statt "yellow" beinhalteten.

Es kommt hinzu, dass nach dem unwidersprochenen Vortrag der Klägerin die Beklagte zu 1) anfänglich versucht hat, mit dem Kennzeichen "googelb" die Bekanntheit von "Google" auszubeuten. Der Versuch, auch hier das doppelte "oo" mit einer Vertipperdomain zu entschuldigen, ist ebenso zum Scheitern verurteilt.

hh) Da sonach bereits ein Anspruch gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG unter dem Gesichtspunkt der Rufausbeutung gegeben ist, brauchte der Anspruch unter dem Aspekt der Aufmerksamkeitsausbeutung nicht mehr geprüft zu werden.

2.

Infolge der Begründetheit des Unterlassungsanspruchs gemäß Ziffer 1. der Klage ist auch der in Klageantrag Ziffer 4. als Beseitigungsanspruch geltend gemachte Löschungsantrag - jedoch nur im Hilfsantrag - begründet, da sich der Anspruch auf Löschung im Handelsregister ebenso wie der Unterlassungsanspruch nicht nur gegen den verletzenden Firmenbestandteil, sondern gegen die verletzende geschäftliche Bezeichnung insgesamt zu richten hat (BGH GRUR 2000, 605, 607 - comtes/ComTel).

Bezüglich des Hauptantrags war daher die Klage abzuweisen.

3.

Der Klägerin steht auch der in Klageantrag 2. geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die dort aufgeführten vier Domainnamen zu. Die Beklagte zu 1) benutzt die Domain "G.Y..de" bis heute kennzeichenmäßig für den Betrieb ihres Online-Branchenverzeichnisses, so dass insoweit auf die Ausführungen unter Ziffer 1. Bezug genommen werden kann. Aber auch bezüglich der Domainnamen "go-yellow.de", "goyello.de" und "go-yello.de" besteht ein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zu 1), da ihre Branchenauskunft unstreitig zumindest bis Ende Januar 2005 auch über diese drei Domains erreichbar war. Die Top-Level-Domain ".de" hat dabei als rein beschreibend bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit außer Betracht zu bleiben. Im Übrigen wird die Zeichenähnlichkeit durch das "-" in "go-yellow" eher noch erhöht und liegt bei "go-yello" und "goyello" ohnehin im hochgradigen Ähnlichkeitsbereich. Bei den beiden letzten Zeichen wird auch die von den Beklagten beabsichtigte Rufausbeutung der Klagemarke gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG besonders deutlich, wie unter Ziffer 1. bereits ausgeführt wurde.

4.

Aus denselben Gründen sind auch die unter Ziffer 10. bzw. Ziffer 14. der Klage geltend gemachten Unterlassungsansprüche gegen die Beklagte zu 2) bezüglich der Domainnamen "G.Y..de" und "go-yellow.de", bzw. gegen die Beklagte zu 3) hinsichtlich des Domainnamens "goyello.de" begründet. Die Beklagten zu 2) und 3) sind Inhaber der betreffenden Domains und haben sie in ihrer Eigenschaft als Muttergesellschaft, bzw. Justiziarin der Muttergesellschaft durch die Beklagte zu 1) benutzt, bzw. benutzen lassen.

5.

Der Klägerin steht aber auch der unter Ziffer 9. der Klage gegen die Beklagte zu 2) geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Benutzung der Wortmarke 30427386.4 "G.Y." (Anlage K18) zu, die am 13.05.2004 für die Beklagte zu 2) angemeldet und am 19.07.2004 eingetragen wurde, da sich aus der Markeneintragung eine Erstbegehungsgefahr für eine Benutzung ergibt.

Zwischen den Waren und Dienstleistungen, für die diese Marke Schutz beansprucht und den Waren und Dienstleistungen, für die die prioritätsälteren Klagemarken 39936012 und 30158553 geschützt sind, besteht ebenfalls Waren-/Dienstleistungsidentität bzw. -ähnlichkeit im engsten Bereich.

Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der angegriffenen Marke beinhaltet die Dienstleistungen "Betreiben eines elektronischen Informationsportals für Firmen- und Branchenauskünfte, Bereitstellen von Firmen- und Branchenauskünften im Internet, Bereitstellen von Informationen im Internet, insbesondere in Form von Adressdaten, Werbung, insbesondere Onlinewerbung für Dritte über Werbebanner, Homepages und Websites; Werbung, Marketing, und Verkaufsförderung für Dritte betreffend Werbeeinträge von Firmen in

einem Informationsportal für Firmen und Branchenauskünfte, Bereitstellen von Suchmaschinen für das Internet, ... Vermietung von Werbeflächen im Internet (Bannerexchange)". Insofern besteht Dienstleistungsidentität. Auf die Ausführungen unter Ziffer 1. a) aa) wird Bezug genommen.

Soweit die angegriffene Marke für "Software (gespeichert)" geschützt ist, besteht Identität mit "Software" für die die Klagemarke 39936012 eingetragen ist. Soweit die angegriffene Marke Schutz beansprucht für "Design von Homepages und Websites" besteht Identität zu "Dienstleistungen einer Multimediaagentur, nämlich Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen, Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien, die das Warenverzeichnis der Klagemarke 30158553 umfasst. Soweit die Beklagtenmarke für "Erstellen, Pflege und Wartung von elektronischen Datenbanken und von Software für Firmen- und Branchenauskünfte" geschützt ist, sind diese Dienstleistungen identisch, bzw. hochgradig ähnlich zu "Dienstleistungen einer Internetagentur, nämlich Konzeption, Wartung und Pflege von Internetinhalten, Hardware- und Softwareberatung, Implementierung von EDV-Programmen in Netzwerkstrukturen sowie Sammeln, Speichern und Zur-Verfügung-Stellen von Software, Daten, Bildern, Audio- und/oder Videoinformationen" für die die Klagemarke 30158553 Schutz genießt. Die angegriffene Marke ist ferner geschützt für "Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Zur-Verfügung-Stellen von Speicherkapazitäten zur externen Nutzung, von Webespace sowie Speicherplätzen im Internet, Vermietung von Speicherplätzen im Internet sowie von Webservern, Wartung von Speicherplätzen im Internet sowie von Internetzugängen und Webserver, Aktualisierung von Internetseiten", wobei es sich um Dienstleistungen handelt, die identisch oder hochgradig ähnlich sind zu den Dienstleistungen "Vermietung von Webservern, Zur-Verfügung-Stellung von Speicherplätzen im Internet", für die die Marke 30158553 der Klägerin Schutz genießt. Die sich in der Klagemarke 30158553 und in der angegriffenen Marke gegenüberstehenden Dienstleistungen "Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen" sind wiederum identisch. Soweit die Beklagtenmarke Schutz beansprucht für "Bereitstellen von Internetzugängen, von Plattformen im Internet", besteht Dienstleistungsidentität bzw. hochgradige Ähnlichkeit zu den für die Klagemarke 30158553 geschützten Dienstleistungen "Bereitstellen von Internetzugängen", "Bereitstellen eines Zugangs zu Texten, Bildern, audiovisuellen Angeboten, Multimediaangeboten, Datenbanken und Computerprogrammen im Internet" sowie "Bereitstellen einer E-Commerce-Plattform im Internet, Bereitstellung und Wartung von Internetportalen für Dritte, Betrieb einer Service-Hotline für Internetnutzer, Betrieb von Chatlines, Chatrooms und Diskussionsforen".

Auf dem Hintergrund der auch in Bezug auf die Marke der Beklagten zu 2) bestehenden Dienstleistungsidentität, bzw. hochgradigen Ähnlichkeit, sind auch insoweit die Voraussetzungen für einen Unterlassungsanspruch gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 2 und 3 MarkenG wegen Verwechslungsgefahr und Rufausbeutung erfüllt. Auf die Ausführungen unter Ziffer 1. wird Bezug genommen.

6.

Der in Ziffer 8. der Klageanträge gegen die Beklagte zu 2) geltend gemachte Anspruch auf Einwilligung in die Löschung der angegriffenen Marke 30427386.4 "G.Y." gegenüber dem DPMA ist aus denselben Gründen wegen Bestehens älterer Rechte gemäß §§ 55, 51 Abs. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 und 3 MarkenG gegeben.

7.

Ebenso sind die in Ziffern 5., 11. und 15. der Klage gegenüber den Beklagten zu 2) und 3) geltend gemachten Ansprüche auf Verzicht auf die Registrierung der Domains "go-yello.de" (Beklagte zu 1)), "G.Y..de" und "go-yellow.de" (Beklagte zu 2)) sowie "goyello.de" (Beklagte zu 3)) gegenüber der DENIC eG begründet. Die Beklagten sind jeweils Inhaber der betreffenden Domains. Der Löschungsanspruch ergibt sich als Folgeanspruch aus einer jeweils begangenen Verletzungshandlung, durch die die Domains im dienstleistungsidentischen Bereich tatsächlich benutzt wurden. Da die Beklagten keinerlei andere Dienstleistungen anbieten, ist eine Möglichkeit der legalen Benutzung der Domains im geschäftlichen Verkehr nicht ersichtlich. Ebenso wenig kommt bei der Art der Domains eine Nutzung zu privaten Zwecken in Betracht.

8.

Da die Beklagten die Verletzungshandlungen auch schuldhaft begangen haben, bestehen ebenso die geltend

gemachten Schadensersatzansprüche gegen die Beklagte zu 1) gemäß Klageantrag Ziffer 7., gegen die Beklagte zu 2) gemäß Klageantrag Ziffer 13. und gegen die Beklagte zu 3) gemäß Klageantrag 17.

9.

Zur Vorbereitung dieser Schadensersatzansprüche sind auch die geltend gemachten Auskunftsansprüche gegen die Beklagte zu 1) gemäß Klageantrag 6., gegen die Beklagte zu 2) gemäß Klageantrag 12. und gegen die Beklagte zu 3) gemäß Klageantrag 16. gegeben.

10.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 2 Nr. 1 ZPO.

11.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 709, 712 ZPO. Dem von den Beklagten bereits in der Klageerwiderung gestellten Vollstreckungsschutzantrag gemäß § 712 ZPO war stattzugeben, da eine gleichzeitige Untersagung sämtlicher von den Beklagten benutzten verfahrensgegenständlichen Zeichen zumindest für eine gewisse Zeit eine Stilllegung des Unternehmens der Beklagten zu 1) mit existenzgefährdenden finanziellen Folgen nach sich ziehen würde.

Unterschriften