
Datum: 31.01.2001
Gericht: Landgericht Düsseldorf
Spruchkörper: 4. Kammer für Handelssachen
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 34 O 95/00
ECLI: ECLI:DE:LGD:2001:0131.34O95.00.00

Tenor:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Klägerin Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in von 8.000,00 DM, die auch durch selbst-schuldnerische Bürgschaft deutschen Bank oder Sparkasse erbracht werden kann, vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand	1
Die Klägerin ist der Wortmarke "AAAAAA", die unter der Nummer 395 10 864 am 10.03.1995 beim Deutschen Patent-und Markenamt angemeldet und am 27.11.1995 eingetragen worden ist. Der Markenschutz gilt für die Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke und die Veranstaltung von Modeschauen sowie die Vermietung von Messeständen und deren Einrichtungen -Klasse 35 der Anlage zur MarkenV gern. § 15 Abs. 1 MarkenV. Die Klägerin veranstaltet zweimal jährlich seit 1982 die Modemesse "AAAAAA". Bei dieser Modemesse präsentieren 2.000 Aussteller aus 40 Ländern ihre Produkte vor 50.000 Fachbesuchern aus 80 Ländern. Anlässlich der Messe vom 05.08.2000 bis 08.08.2000 erstellte die Klägerin einen Messehauptkatalog (Auflage 8.503 Exemplare) sowie dazugehörige Fashionlogopläne	2
(Auflage 51.790 Exemplare) und einen Katalog-Nachtrag	3
(Auflage 7.200 Exemplare). Die Herstellungskosten beliefen sich auf DM 269.562,85 netto.	4
Weiterhin brachte seinen Body & Beach Katalog (Auflage 2.471 Exemplare) und einen Fashion Gallery / Country Life Katalog (Auflage 5.020 Exemplare) sowie	5
	6

Modeschauenprogramme in Umlauf. In sämtlichen Broschüren	
stellte die Klägerin kostenpflichtig Werbefläche zur Verfügung.	7
Die Beklagte ist im Verlagswesen tätig und verlegt das Blatt " Die Messe, Nachrichten und Reportagen". Dieses Blatt erschien vom 03.08.2000 bis zum 08.08.2000 anlässlich der Messe "AAAAAA" und berichtete über diese Messe und stellte ebenfalls kostenpflichtig Werbefläche zur Verfügung. Die Beklagte ließ es in Bbbbbb verteilen, und zwar in Hotels, insbesondere Messehotels, bei Zimmervermittlung, im Bereich der Messe, an den Meetingpoints im Flughafen und am Hauptbahnhof. Neben dem Titel dieses Blattes befand sich ein Kästchen, dessen oberes Drittel den Schriftzug "AAAAAA Bbbbbb" beinhaltete. Weitere Seiten waren im oberen Teil -in der Mitte -ebenfalls mit dem Schriftzug "AAAAAA Bbbbbb" in roten Buchstaben beschriftet. Bezüglich der gestalterischen Form des Blattes wird auf die	8
Klageschrift vom 22.08.00 (Gerichtsakte Blatt 3 f.) nebst Anlage 6 verwiesen. Bei Anzeigenwerbung in Form von Werbeblättern und in den damit verbundenen	9
Auftragsbestätigungen verwendete die Beklagte ebenfalls die Bezeichnung "Aaaaa". Die Klägerin hatte ihre Zustimmung zu der Verwendung der	10
Bezeichnung "Aaaaa" durch die Beklagte nicht erteilt. Sie forderte die Beklagte mit Schreiben vom 31.05.2000 eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben. Zwischen den Parteien fand weiterer Schriftwechsel statt, zu einer Einigung kam es jedoch nicht. Bezüglich des zwischen den Parteien erfolgten Schriftwechsels wird auf die Klageschrift vom 22.08.00 (Gerichtsakte Blatt 6 f.) nebst Anlagen 10 bis 17 verwiesen.	11
Die Klägerin ist r Ansicht, dass die Veranstaltung der Messe auch die Information über die Messe, die Herausgabe von Messebroschüren sowie Anzeigenwerbung für derartige Broschüren umfasse. Weiterhin ist sie der Meinung, dass die Ausgabe der Zeitschrift Mmmmm" im August 2000 anlässlich der "Aaaaa" und die in diesem Zusammenhang stehenden Anzeigenwerbeblätter beim Verbraucher den Eindruck erweckt haben würden die Klägerin als Markeninhaberin sei Herstellerin und Herausgeberin dieser Druckerzeugnisse. Es sei damit Verwechslungsgefahr	12
zumindest hinsichtlich der Herkunft dieser Druckerzeugnisse gegeben.	13
Zudem nutze Beklagte die Unterscheidungskraft und Wertschätzung des Zeichens "Aaaaa" in unlauterer Weise aus.	14
Die Klägerin beantragt,	15
I. die Beklagte zu verurteilen,	16
1. es bei Meidung' eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,-, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, Wiederholungs 1 Ordnungshaft bis zu 2 Jahren -wobei die Ordnungshaft an dem jeweiligen Vorstand zu vollstrecken ist	17
zu unterlassen,	18
ohne Zustimmung der Klägerin im	19
	20

geschäftlichen Verkehr das Zeichen "AAAAAA" in Zusammenhang mit der Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke und der Veranstaltung von Modeschauen sowie der Vermietung von Messeständen und deren Einrichtungen zu benutzen, insbesondere, wenn dies geschieht wie in dem	
Druckerzeugnis "Die Mmmmm" anlässlich der Messe "AAAAAA" vom 05.08. bis 08.08.2000 bzw. in Anzeigen-Werbeblättern für dieses Druckerzeugnis;	21
2.	22
die mit dem vorstehend zu I 1 wiedergegebenen Zeichen versehenen Druckerzeugnisse sowie -vorlagen, die sich im Besitz oder im Eigentum der Beklagten befinden, zu vernichten;	23
3.	24
der Klägerin Auskunft zu erteilen über die Anzahl der anlässlich der AAAAAA August 2000 hergestellten und verteilten, dem zu I 1 wiedergegebenen Zeichen beschrifteten Druckerzeugnisse, der in dem	25
Heft " Mmmm" geschalteten Anzeigen, deren Auftraggeber, den mit dem Heft "Die Mmmmm" erzielten Umsatz sowie Gewinn;	26
II. an die Klägerin Schadensersatz in Höhe des anhand der nach Ziff. 1. 3. zu erteilenden Auskunft zu errechnenden Schadens zu zahlen.	27
Die Beklagte beantragt,	28
die Klage abzuweisen.	29
Sie ist der Ansicht, dass eine Verwechslungsgefahr schon deshalb nicht vorläge, weil keine markenrechtliche Ähnlichkeit zwischen den für die Wortmarke eingetragenen Dienstleistungen der Klasse 35 und der Ware "Zeitung" bestehe. Zudem erfolge die Benutzung der geschützten Wortmarke nur als Hinweis auf die konkrete Messe, zu der die Zeitung und auch die Anzeigenwerbung erscheine. In diesem Zusammenhang behauptet sie, dass es bei Presseerzeugnissen üblich sei, bei der Berichterstattung über Messen und Ausstellungen in unterschiedlicher Form auf den Markennamen Bezug zu nehmen.	30
Wegen der weiteren Einzelheiten Parteivorbringens wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.	31
Entscheidungsgründe	32
Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.	33
Unterlassungsansprüche aus den alleine Betracht	34
kommenden Anspruchsgrundlagen § 14 Abs. 5 MarkenG und	35
1, 3 UWG bestehen nicht.	36
Die Klägerin hat keinen Unterlassungsanspruch gegenüber der Beklagten aus § 14 Abs. 5 i.V.m. 2 Nr. 2 MarkenG, denn e Verwechslungsgefahr Sinne dieser Vorschrift ist nicht gegeben. Es fehlt nämlich an der dafür erforderlichen Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen.	37

Die von der Rechtsprechung die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen entwickelten Grundsätze sind entsprechend auch i dem Verhältnis zwischen Ware und	38
Dienstleistung anzuwenden [BGH GRUR 1983, 117 (118); BGH GRUR 1986, 380 (381) }. Die Beurteilungskriterien zur Bestimmung einer Produktähnlichkeit zwischen einer Dienstleistung und einer Ware richten sich danach, ob Verkehr aufgrund Kollision der beiden Produkte zur Vorstellung gelangt, dass beide Produkte aufgrund ihrer wirtschaftlichen Bedeutung und Verwendungsweise, insbesondere hinsichtlich ihrer regelmäßigen Herkunfts und / oder Vertriebsstätte so enge Berührungspunkte aufweisen, dass sie von e Dienstleistungsunternehmen einem selbständigen Geschäftsbetrieb unterhalten bzw.	39
hergestellt werden [BGH GRUR 1983, 117 (119); BGH GRUR 1986, 380 (381); BGH GRUR 1991, 317 (318 f.); BGH GRUR 1989, 347; BGH GRUR 1970, 141 (142) } und damit seiner Produktverantwortung unterstehen [BGH GRUR 1991, 317	40
(318 f.); BGH GRUR 1989, 347 j. Als nicht ausreichend wird hingegen die Vorstellung angesehen, die Dienstleistung werde im Zusammenhang mit der Herstellung	41
oder dem Vertrieb der Ware lediglich als Nebenleistung erbracht [Fezer, Markenrecht § 14 MarkenG Rdn. 396; BGH GRUR 1989, 347f.] .	42
Eine markenrechtliche Ähnlichkeit zwischen den für die Klagemarke eingetragenen Dienstleistungen der Klasse 35 der Anlage zur MarkenV gern. § 15 Abs. 1 MarkenV "Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke und Veranstaltung von Modeschauen sowie die Vermietung von Messeständen und deren Einrichtungen" und der Ware "Zeitung und Anzeigenwerbeblätter" der Beklagten besteht somit nicht. Speziell für die Messe produzierte Messekataloge mit einer Zusammenstellung der Aussteller, einem Warengruppenverzeichnis, einer Information über die Präsenz jeweiliger Aussteller in einer Messehalle sowie einem Programm, allgemeinen Informationen und einem Plan der Messe dienen zwar -als sogenannte Hilfsware -der Vermarktung der Hauptdienstleistung, so dass ein Berührungspunkt zur Messe existiert, jedoch publizieren praktisch alle Teilnehmer am Wettbewerb verschiedene Arten von Druckschriften, Werbeschriften, Kataloge, Produktinformationen usw.; dies macht sie nach den maßgeblichen Anschauungen der Verkehrskreise noch nicht zu Herausgebern oder Verlagen und damit nicht zu Dienstleistungsunternehmen, die sich auf dem anderen Betriebs bzw. Warenaektor eigenständig gewerblich betätigen. Zudem produziert hier die Beklagte keine Messekataloge, sondern gibt bundesweit Messezeitschriften anlässlich der verschiedensten Messen und Ausstellungen heraus, in denen sie über die Messen informiert. Insoweit bestehen zwar auch Berührungspunkte zwischen der Veranstaltung und der Zeitschrift, da der gleiche Verkehrskreis die Fachbesucher an gleichen Orten mit den Produkten konfrontiert werden und es an einem Impressum fehlt, aus dem eindeutig hervorgeht, dass das Blatt nicht in der Verantwortung der Klägerin verlegt wird. Bei der Verwendung der Marke durch die Beklagte in ihrem Blatt "Die Mmmmm", ihren Anzeigenwerbeblättern für das künftig erscheinende Messe Blatt sowie in ihren Auftragsbestätigungen wird bei dem Fachbesucher der Messe "Aaaaaa" jedoch nicht Vorstellung geweckt, die Klägerin als Markeninhaberin sei auch Herstellerin dieser Druckerzeugnisse. Vielmehr versteht die Benutzung durch die Beklagte als eine im Zusammenhang mit der Messe stehendes -doch von der Veranstaltung unabhängiges -Presseerzeugnis. Denn es ist üblich, dass Presseerzeugnisse über Messen und Ausstellungen berichten. Dies geschieht in Form von Tageszeitungen mit Anlagen, Beilagen oder Sonderausgaben zur jeweiligen Messe, in Form von Fachblättern und Fachzeitschriften z.B. mit Sonderheften oder in Form von Firmen- und Verbandszeitschriften.	43

Manche dieser Presseerzeugnisse erscheinen im Auftrag oder in Zusammenarbeit mit der jeweils veranstaltenden Messegesellschaft, andere sind unabhängig. Viele Messegesellschaften stellen selbst Presstexte und Fotos zur Verwendung in Presseerzeugnissen zur -Verfügung, da sie von Berichterstattung in der Presse im Sinne zusätzlicher Werbung für die Veranstaltung und einer Verbesserung des professionellen Umfelds, der Messeinfrastruktur profitieren. Auch die Zeitschrift "Die Mmmmm" bekräftigt die dargelegten Vorstellungen der Verkehrskreise. Die Ausgabe vom August 2000 befasst sich inhaltlich mit zwei Messen, so dass Zeitungen in einem Druckexemplar vereint sind. Dies wird drucktechnisch dadurch erreicht, dass man das Blatt einerseits von vorne als andererseits auch von hinten lesen kann. Von einer Seite handelt es sich dabei um "Die Mmmmm" zur AAAAAA Bbbbbb, von der anderen Seite jedoch um "Die Mmmm" zur Herren-Mode-Woche in Köln. Den Fachbesuchern und den Anzeigenkunden der Branche dürfte bekannt sein, dass die "AAAAAA Bbbbbb" und die "Kkkkk" von zwei verschiedenen Messegesellschaften veranstaltet werden. Der Verkehr wird schon aus diesem Grunde ausschließen, dass es sich etwa um eine "offizielle" Messezeitung handelt. Auch die Anzeigenwerbblätter lassen einen anderen Schluß nicht zu. Die Werbung weist den Anzeigenkunden lediglich darauf hin, anlässlich welcher Messe die Zeitschrift erscheinen soll, um so die interessierten Kreise für die jeweilige Messe zu bewerben und als Kunden zu gewinnen.

- Demnach scheidet auch ein Anspruch aus § 14 Abs. 5 i.V.m. 45
- Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aus. 46
- Eine Identität Produkte ist erst recht nicht gegeben. 47
- Ein Anspruch aus § 14 Abs. 5 i.V.m. Abs. 2 Nr. 3 MarkenG greift ebenfalls nicht durch. 48
- Unabhängig vom Vorliegen der notwendigen Voraussetzungen der Bekanntheit der Marke und des Vorhandenseins eines "guten Rufes" nutzt die Beklagte die Wertschätzung oder Unterscheidungskraft der bekannten Marke nicht in unlauterer Weise aus. Es erfolgt keine kommerzielle Verwertung des guten Rufes einer bekannten Marke durch einen Imagetransfer oder eine Aufmerksamkeitswerbung, die die Unterscheidungskraft der Marke verwässert, sondern alleine ein Hinweis auf den Bestimmungszweck der Ware. 49
- Beklagte gibt bundesweit Messezeitschriften anlässlich der verschiedensten Messen und Ausstellungen heraus. Der Titel der Zeitschrift lautet "Die Mmmmm", nicht "AAAAAA" Wie bereits dargelegt, weist die Beklagte im Zusammenhang mit der jeweiligen Ausgabe ihrer Zeitschrift lediglich darauf hin, anlässlich welcher Messe die 50
- Zeitschrift erscheint, um so die interessierten Kreise für die jeweilige Messe zu bewerben, als Kunden zu gewinnen und um eine Leserschaft zu gewinnen. Das hier auf die registrierte Marke der Klägerin Bezug genommen wird, stellt nicht etwa eine unlautere Anlehnung an die Marke, sondern eine vom Gesetzgeber ausdrücklich im Sinne eines unbehinderten Wettbewerbs zugelassene Benutzung nach § 23 MarkenG dar. 51
- Schließlich ist ein Unterlassungsanspruch der Klägerin auch nicht aus §§ 1, 3 UWG rechtfertigt. Da die Beklagte nicht das Markenrecht der Klägerin widerrechtlich eingreift könnte gegen sie der Vorwurf einer Wettbewerbswidrigkeit nur unter besonderen 52
- Umständen erhoben werden [BGH GRUR 1970, 141 (143)]. Derartige Umstände sind nicht festgestellt und nicht dargelegt worden. Zudem würde eine Täuschung im Sinne des § 3 UWG voraussetzen, dass den Anzeigen-Besteller sowie den Adressaten des 53

Informationsheftes "Die Mmmmm" suggeriert wird, das Messeblatt werde unter der Feder der Klägerin oder zumindest mit ihrer Zustimmung vertrieben. Wie bereits dargelegt, gehen die beteiligten Verkehrskreise jedoch davon aus dass es sich bei der

Zeitschrift um ein selbständiges Presseerzeugnis handelt. 54

Aus den vorstehenden Ausführungen ergibt sich weiterhin , dass auch die zusätzlich geltend gemachten Ansprüche auf Vernichtung der mit dem streitgegenständlichen Zeichen versehenen Druckerzeugnisse, auf Auskunftserteilung und auf Schadensersatz nicht gegeben se können, so dass die Klage insgesamt abzuweisen ist. 55

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 ZPO, die 56

Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit des Urteils aus § 709 ZPO. 57

Streitwert: 200.000,00 DM 58