
Datum: 21.03.2006
Gericht: Oberlandesgericht Düsseldorf
Spruchkörper: 20. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: I-20 U 229/05
ECLI: ECLI:DE:OLGD:2006:0321:I20U229.05.00

Tenor:

Auf die Berufung der Antragsgegnerin wird das Urteil der 2a Zivilkammer des Landgerichts Düsseldorf vom 07.11.2005 unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels und Antrags auf Erlass einer einstweiligen Verfügung dahingehend abgeändert, dass sich das vom Landgericht ausgesprochene Verbot auf die Benutzung wie aus den Anlagen AS 12 und AG 2 ersichtlich beziehen soll.

Die Kosten des Berufungsrechtszuges fallen der Antragsgegnerin zur Last.

-
- I. 1
- Die Antragstellerin – eine halbstaatliche Organisation, der alle in Zypern tätigen Molkereien angehören und deren Zweck "die Werbung, die Stärkung der Wirtschaftskraft und eine bessere Organisation der Molkereiindustrie zum Wohle der Milcherzeuger und der Milchkonsumenten sowie die Wahrnehmung der Interessen der Molkereiindustrie Zypern" (§ 3 der Markensatzung der Antragstellerin, Anlage AS 7) ist – geht aus der für sie mit Priorität vom 22.02.1999 für die Ware Käse eingetragenen Gemeinschafts-Kollektivmarke Nr. 001082965 "HALLOUMI" vor. Nach § 7 der Markensatzung der Antragstellerin dürfen die Organisation selbst und ihre Mitglieder die Marke für eine Käsespezialität aus Zypern, die aus in Zypern erzeugter Milch gewonnen und auf der Insel Zypern hergestellt wird und eine bestimmte Zusammensetzung hat, benutzen. 2
- Die Antragsgegnerin vertreibt unter der Bezeichnung GAZI ein Sortiment von mediterranen, überwiegend türkischen Molkereiprodukten. Sie bietet dabei auch, wie aus der Farbabbildung Anlage AG 2 ersichtlich, unter Benutzung der Angabe "HALLOUMI" einen "Käse für Pfanne 3

und Grill" an. Die Antragstellerin sieht darin eine Verletzung ihrer Kollektivmarke "HALLOUMI", die nach ihrer Auffassung eine mittelbare geografische Herkunftsangabe nach Art. 64 Abs. 2 GMV zum Gegenstand hat.

Das Landgericht hat der Antragsgegnerin durch Beschlussverfügung vom 07.09.2005 4 untersagt,

ohne Zustimmung der Antragstellerin im geschäftlichen Verkehr in der Europäischen 5 Gemeinschaft Käse unter der Bezeichnung "HALLOUMI" anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder für Käse unter dieser Bezeichnung zu werben, wenn der Käse nicht auf der Insel Zypern hergestellt worden ist, nicht aus in Zypern erzeugter Milch gewonnen wurde oder in seiner Zusammensetzung nicht den Vorgaben der Markensatzung der Gemeinschafts-Kollektivmarke Nr. 001082965 "HALLOUMI" der Antragstellerin entspricht.

In seinem die Beschlussverfügung bestätigenden Urteil hat das Landgericht ausgeführt, dass 6 die Antragsgegnerin "HALLOUMI" nicht als Bestandteil einer Zweiwortmarke, sondern in Alleinstellung als selbständige Marke benutze. Die Antragstellerin habe einen Unterlassungsanspruch aus Art. 9 Abs. 1 a) i.V.m. Art. 64 Abs. 2 Satz 1 GMV. Die Antragsgegnerin könne sich nicht auf Art. 12b i.V.m. Art. 64 Abs. 2 Satz 2 GMV berufen, da der unter der Bezeichnung HALLOUMI vertriebene Käse zumindest auch einen Herkunftsbezug zu Zypern habe.

Mit der Berufung erstrebt die Antragsgegnerin eine Abänderung des landgerichtlichen Urteils 7 und eine Aufhebung der Beschlussverfügung. Die Antragsgegnerin rügt, dass das Landgericht "HALLOUMI" als separate Marke neben der Bezeichnung GAZi angesehen hat und verweist insbesondere auf die Entscheidung des Bundesgerichtshofes "Juwel von Klingel" sowie die weiteren zur Prägetheorie einschlägigen Entscheidungen und nimmt zuletzt auch auf die EuGH-Entscheidung "THOMSON LIFE" Bezug.

Die Antragsgegnerin vertritt die Auffassung, dass in der zusammengesetzten Marke "GAZI 8 HALLOUMI" der Bestandteil GAZi dominierend sei, weil HALLOUMI nur ganz geringe Kennzeichnungskraft habe und eine Käsesorte wie "Edamer" oder "Gouda" bezeichne.

Schließlich habe sich das Landgericht nicht mit der beschreibenden Verwendung von 9 HALLOUMI auseinandergesetzt.

Die Antragsgegnerin beantragt sinngemäß 10

das Urteil des Landgerichts Düsseldorf vom 07.11.2005 abzuändern und unter Aufhebung 11 der Beschlussverfügung vom 07.09.2005 den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückzuweisen.

Die Antragstellerin beantragt, 12

die Berufung zurückzuweisen mit der Maßgabe, dass die Benutzung insbesondere wie 13 aus den Anlagen AS 12 und AG 2 ersichtlich angegriffen werde.

In der Berufungserwiderung verweist die Antragstellerin darauf, dass die Antragsgegnerin auf 14 ihrer Website die Bezeichnung GAZi als Kennzeichen für den Vertreiber eines Produktsortiments verwende und damit ihren Geschäftsbetrieb bezeichne. In den beanstandeten Aufmachungen würden die Bezeichnungen GAZi und HALLOUMI räumlich getrennt und graphisch verschieden verwendet und seien von daher schon nicht als eine zusammengesetzte Marke aufzufassen. Auch werde auf den Seitenlaschen der

Produktverpackung HALLOUMI in Alleinstellung genutzt. Die von der Antragsgegnerin angeführten Beispiele aus der Rechtsprechung seien schon deshalb nicht einschlägig, weil es im vorliegenden Fall um keine zusammengesetzte Marke gehe. Auch sei HALLOUMI keine Käsesorte, sondern eine Herkunftsangabe wie "Feta".

II.

15

Die zulässige Berufung der Antragsgegnerin hat in der Sache ganz überwiegend keinen Erfolg; das ausgesprochene Verbot war lediglich auf die konkrete Verletzungsform zu beziehen, was jedoch – wie bei der Kostenentscheidung noch ausgeführt wird – nur ein geringfügiges Unterliegen der Antragstellerin bedeutet.

16

Die Antragstellerin kann der Antragsgegnerin gemäß Art. 64 Abs. 2 Satz 1, Art. 64 Abs. 3, Art. 9 Abs. 1a GMV die Benutzung der Angabe "HALLOUMI" verbieten.

17

Nach Art. 64 Abs. 2 Satz 1 GMV können Gemeinschaftskollektivmarken – als solche ist die Wortmarke HALLOUMI beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt unter der Nr. 001082965 eingetragen – aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der Ware oder der Dienstleistung dienen können. Von einer derartigen schutzfähigen geographischen Herkunftsangabe ist im vorliegenden Fall auszugehen. Da das Verletzungsgericht an die Eintragung der Marke gebunden ist kann ihr entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin nicht schlechthin die Herkunftshinweisfunktion, die hier nur in Bezug auf die geographische (und nicht auf die betriebliche) Herkunft in Betracht kommt, abgesprochen werden. Die für das deutsche Markenrecht geltende Bindung (st. Rspr. BGH GRUR 2005, 414-417 – Russisches Schaumgebäck, BGH GRUR 2005, 427, 428 – Lila-Schokolade) besteht auch in Bezug auf Gemeinschaftsmarken, Art. 95 GMV. Der Verletzungsrichter hat davon auszugehen, dass bei eingetragenen Marken ein Eintragungshindernis nicht besteht. Es ist ihm folglich verwehrt, der Marke in der eingetragenen Form beispielsweise jegliche Unterscheidungskraft abzusprechen (BGH a.a.O.).

18

Wegen der Bindung an die Eintragung der Marke, aus der die Antragstellerin Rechte herleitet, braucht auch die Frage, ob es sich um eine qualifizierte oder einfache geographische Herkunftsangabe handelt – worüber die Parteien im übrigen nicht streiten – nicht vertieft zu werden. Bei Annahme einer qualifizierten geographischen Herkunftsangabe wäre das Verhältnis der entsprechenden europäischen Marke zu einer möglichen, hier aber nicht erfolgten, Registrierung nach der VO (EWG) Nr. 2081/92 zu erwägen.

19

Bei der sodann zu prüfenden Verwechslungsgefahr hat das Landgericht zu Recht Waren- und auch Zeichenidentität nach Art. 9 Abs. 1 lit. a) GMV bejaht; die Angaben HALLOUMI stehen sich jeweils in Alleinstellung gegenüber. Entgegen der von der Antragsgegnerin vertretenen Auffassung verwendet sie die Angabe nicht im Rahmen einer zusammengesetzten Marke "GAZi HALLOUMI". Zusammengesetzte Zeichen sind alle Zeichen, die aus mehreren, dem Verkehr auch einzeln gegenüberstehenden Komponenten bestehen (vgl. Ingerl/Rohnke, MarkenG 3. Aufl., § 8 Rdnr. 51). Im vorliegenden Fall treten dem Verkehr das Zeichen GAZi und die Angabe HALLOUMI auf der Verpackung des von der Antragsgegnerin vertriebenen Grillkäses jedoch einzeln und nicht als zusammengesetztes Zeichen gegenüber. Dies ergibt sich insbesondere aus der farbigen Abbildung Anlage AG 2. Die Zeichen werden farblich unterschiedlich dargestellt: GAZi ist in weiß auf rotem Untergrund geschrieben, wo hingegen HALLOUMI in blauer Schrift auf dem beigen Verpackungsuntergrund erscheint. Es werden verschiedene Schrifttypen verwandt. GAZi ist in Großbuchstaben und Druckschrift geschrieben, wo hingegen HALLOUMI nur am Anfang

20

einen Großbuchstaben hat und in Schreiftschrift geschrieben wird. Die beiden Begriffe sind untereinandergesetzt, ohne dass sie durch irgendwelche Zeichen, Einrahmungen oder ähnliches verbunden wären, so dass aufgrund des Gesamteindrucks, mit dem die Zeichen dem Verbraucher entgegentreten, anzunehmen ist, dass HALLOUMI alleinstehend und nicht als Bestandteil eines zusammengesetzten Kennzeichens aufgefasst wird.

Die von der Antragsgegnerin angeführte Rechtsprechung zur Verwechslungsgefahr bei zusammengesetzten Zeichen ist deshalb nicht einschlägig, so dass darauf nicht eingegangen zu werden braucht. 21

Die Antragsgegnerin kann nicht für sich in Anspruch nehmen, die Angabe HALLOUMI beschreibend für die Art des von ihr vertriebenen Käses zu verwenden, was ihr nach Art. 12 lit. b) i.V.m. Art. 64 Abs. 2 Satz 2 GMV nicht verboten werden könnte. 22

Entgegen der von der Antragsgegnerin vertretenen Ansicht kann nicht festgestellt werden, dass der Verkehr in "HALLOUMI" eine Bezeichnung sieht, die das unter ihr vertriebene Produkt seiner Art – als Käsesorte – nach und nicht hinsichtlich seiner geographischen Herkunft – als aus Zypern stammend – kennzeichnet. Wie schon das Landgericht zu Recht ausgeführt hat, weisen die von den Parteien vorgelegten Unterlagen überwiegend auf den geographischen Bezug von Halloumi zum Land Zypern hin. So findet sich auf jeder Seite der von der Handelsabteilung der Zypriotischen Botschaft in Köln herausgegebenen Broschüre "Zyperns Nationalkäse HALLOUMI" der Hinweis "HALLOUMI – Nur aus Zypern". Die Handelsabteilung der Botschaft von Zypern in Berlin verweist in ihrer Internetseite auf HALLOUMI als Zyperns Nationalkäse, der dort seit Jahrhunderten nach uralten Rezepten hergestellt wird. Im Internet-Lebensmittellexikon von Wikipedia wird HALLOUMI als Spezialität Zyperns, wo er seit über 2000 Jahren hergestellt werde, beschrieben. 23

Schließlich bezeichnet die Antragsgegnerin selbst in ihrer auf der Abbildung Anlage AS 14 dargestellten Verpackung HALLOUMI als "Grillkäse aus Zypern" und stellt damit ebenfalls den geographischen Herkunftsbezug her. Des weiteren wird in dem Werk "Das große Buch vom Käse" (Anlage AG 11) HALLOUMI als ein Lakekäse auf Zypern erwähnt. 24

Soweit nach den von der Antragsgegnerin vorgelegten Quellen vereinzelt andere Länder z.B. Rumänien oder Australien mit HALLOUMI in Verbindung gebracht werden, ist jedenfalls hier im Eilverfahren nicht zu klären, worauf diese abweichenden Informationen zur geographischen Herkunft von "HALLOUMI"-Käse beruhen. Jedenfalls kann nicht angenommen werden, dass HALLOUMI wie "Edamer" und "Gouda" als Beschreibung einer Käsesorte ohne Rücksicht auf eine bestimmte Herkunft verwendet wird. Wie in der Entscheidung des US Department of Commerce Patent and Trademark Office vom 12.08.1999 (Anlage AS 18) zu Recht ausgeführt wird, würde man im Falle einer Gattungsbezeichnung eine Eintragung in Wörterbüchern erwarten. In deutschen Wörterbüchern (z.B. Duden) finden sich die Bezeichnungen "Gouda" und "Edamer" und auch "Camembert", nicht jedoch das Wort "Halloumi". 25

Das Verbot ist entsprechend dem Hilfsantrag der Antragstellerin auf die konkrete Verletzungsform zu beschränken gewesen, weil für das verallgemeinerte Begehren der Antragstellerin keine Wiederholungs- bzw. Begehungsgefahr besteht. Wenn die Antragsgegnerin nur ein Recht für sich in Anspruch nimmt, HALLOUMI als beschreibende Angabe für die Käsespezialität zu verwenden, ist immer auch nur mit einer von der Herstellerbezeichnung "GAZI" isolierten Verwendung von HALLOUMI zu rechnen. Mithin steht vorliegend eine andere Benutzung als die konkrete Verletzungsform in Wirklichkeit hier gar nicht zur Debatte. Da die Antragsgegnerin diesen Punkt jedoch in der 26

Berufungsbegründung aufgegriffen und in den Streit einbezogen hat, können andere zusammengesetzte Verwendungsformen der Marke nicht als ohnehin fernliegend gänzlich außer Betracht bleiben, sondern ist aus prinzipiellen Gründen das Verbot auf die konkrete Verletzungsform zu beschränken gewesen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 2 ZPO, da - wie oben ausgeführt – der weitergefasste Antrag der Antragstellerin kaum praktische Bedeutung hatte und deshalb nur unwesentlich über das hinausging, was der Antragstellerin zuerkannt worden ist. 27

Einer Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit bedarf es nicht, da das Urteil kraft Gesetzes nicht revisibel ist, § 542 Abs. 2 ZPO. 28

Streitwert: 200.000 € (entsprechend der von den Parteien nicht beanstandeten Wertfestsetzung durch das Landgericht). 29

B. Sch. F. 30