
Datum: 04.12.2002
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 152/02
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2002:1204.6U152.02.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 74/02

Tenor:

1.

Auf die Berufung der Antragstellerin wird das am 12.07.2002 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts K. - 81 O 74/02 - abgeändert.

Die Antragsgegnerinnen werden verurteilt, es zwecks Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft bis zur Dauer von sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,

Damenhandtaschen, wie nachstehend abgebildet - auch aus anderem Leder und/oder in anderer Farbe - feilzuhalten, zu bewerben, anzubieten und/oder sonst in den Verkehr zu bringen

pp.

2.

Die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen haben die Antragsgegnerinnen zu tragen.

3.

Entscheidungsgründe

Die formell einwandfreie, insgesamt zulässige Berufung hat in der Sache Erfolg.

Das Rechtsmittel der Antragstellerin führt zu der aus dem Urteilstenor ersichtlichen Abänderung der angefochtenen Entscheidung. Soweit das Landgericht darin die zunächst im Beschlussverfahren erlassene einstweilige Verfügung aufgehoben hat, mit der es den Antragsgegnerinnen untersagt worden ist, eine Damenhandtasche in der aus der Anlage AS 8 ersichtlichen Gestaltungsform in den Verkehr zu bringen, hält das den mit der Berufung vorgebrachten Einwänden der Antragstellerin nicht stand. Das von der Antragstellerin begehrte und in der - aufgehobenen - Beschlussverfügung seinerzeit titulierte Verbot stellt sich vielmehr als berechtigt dar. Die Antragstellerin kann von den Antragsgegnerinnen gemäß § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt der Rufausbeutung Unterlassung des Inverkehrbringens des beanstandeten Taschenmodells verlangen, das als Nachahmung des als "K.-Bag" bekannten Modells einer H.-Damenhandtasche einzuordnen ist.

I.

Die Antragstellerin ist prozessführungsbefugt und aktivlegitimiert, den vorstehenden, aus den Grundsätzen des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes hergeleiteten Unterlassungsanspruch geltend zu machen.

Sie hat durch Vorlage der eidesstattlichen Versicherung des Rechtsanwalts M. vom 12.05.2002 nebst Anlagen (Anlage AS 15) glaubhaft gemacht, dass sie Herstellerin der in Abbildungen und in der Ausführung gemäß Anlage AS 28 im Original vorgelegten "K.-Bag" ist, als deren unlauter in den Verkehr gebrachte Nachahmung die streitbefangene Tasche gemäß Anlage AS 8 angegriffen wird. Soweit - wie im Termin zur mündlichen Verhandlung vor dem Senat im einzelnen erörtert - in anderen Verfahren, in denen ebenfalls das Inverkehrbringen einer als Nachahmung der H.-K.-Bag angegriffenen Damenhandtasche zur Unterlassung begehrt wird, nicht die Antragstellerin, sondern die H. I. Société en commandite par actions (im folgenden: H. I.) als Herstellerin der in Frage stehenden K.-Bag bezeichnet ist (vgl. die in dem Parallelverfahren 6 U 95/02=84 O 163/01 LG K. zur Akte gereichten Anlagen K 17 ff), vermag das an der dargestellten Beurteilung nichts zu ändern. Der Prozessbevollmächtigte der Antragstellerin hat in der Berufungsverhandlung erläutert, dass die Nennung der H. I. in früheren Verfahren auf der ihm zu Beginn seiner Beratungstätigkeit für die H.-Gruppe gegebenen Information beruht habe, dass H. I. die maßgebenden Daten des Herstellungsprozesses vorgebe; erst später habe er erfahren, dass nach dem Organigramm des Konzerns H. S. tatsächlich die Antragstellerin das für die Herstellung verantwortliche Unternehmen sei. Um eben solche "frühere Verfahren" handelt es sich bei den hier in Frage stehenden Prozessen, in denen statt der Antragstellerin noch die H. I. als "Produzentin und Vertreiberin" der H.-K.-Bag angegeben ist. Ist damit die Position der Antragstellerin als Herstellerin der nachgeahmten Handtasche glaubhaft gemacht, so ist sie aber unmittelbar Verletzte der erwähnten beanstandeten Maßnahme und daher aus § 1 UWG berechtigt, deren Unterlassung zu fordern. Unmittelbar verletzt ist derjenige, in dessen

geschützte Rechtsposition eingegriffen worden ist oder eingegriffen zu werden droht. Im Falle der Übernahme einer fremden Leistung - und ein solcher Sachverhalt liegt beim Inverkehrbringen einer Nachahmung vor - ist dies grundsätzlich derjenige, dessen Leistung nachgeahmt wird, also der Hersteller (vgl. BGH GRUR 1991, 223/224 -"Finnischer Schmuck"-; ders. GRUR 1988, 620/621 -"Vespa-Roller"; Köhler/Piper, UWG, § 1 Rdn. 491/492 m. w. N.). Dass die Antragstellerin das nachgeahmte Erzeugnis im Ausland, nämlich in Frankreich produziert und den Vertrieb nicht selbst, sondern durch eine konzernzugehörige Gesellschaft, die H. I., vornimmt, berührt demgegenüber ihre Eigenschaft als unmittelbar Verletzte nicht und vermag daher ihre Aktivlegitimation nicht zu beeinträchtigen. Maßgeblich ist allein, dass das von ihr hergestellte Produkt im Inland in den Verkehr gebracht wird und sich daher *ihr* gegenüber die Unlauterkeit des inländischen Vertriebs einer Nachahmung auswirkt. Die von den Antragsgegnerinnen problematisierte Frage, ob die Antragstellerin als im Ausland ansässiges und produzierendes Unternehmen überhaupt auf demselben Markt wie die Antragsgegnerinnen tätig ist, ist im gegebenen Zusammenhang "fehlgestellt". Sie mag im Rahmen des § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG von Bedeutung sein; diese Vorschrift ist indessen hier nicht einschlägig, weil die Antragstellerin unmittelbar aus § 1 UWG vorgeht und - jedenfalls außerhalb des Bereichs der vermeidbaren betrieblichen Herkunftstäuschung - bei Ansprüchen unter dem Aspekt des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes auch vorgehen muss (vgl. BGH a.a.O., S. 225 -Finnischer Schmuck"-; Köhler/Piper, a.a.O. § 1 Rdn. 492; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Auflage, § 13 Rdn. 6). Im übrigen berührt die Frage, ob die Parteien "auf demselben Markt" tätig sind, das für die Anwendbarkeit des § 1 UWG vorauszusetzende materielle Anspruchsmerkmal eines "Handelns zu Zwecken des Wettbewerbs" sowie die Frage der (I.en) Zuständigkeit des angerufenen inländischen Gerichts, die hier aber, da unstreitig sowohl das nachgeahmte Produkt als auch die Nachahmung im Inland im Verkehr sind, mithin eine hier begangene Verletzungshandlung zu beurteilen ist, keinem Zweifel unterliegen kann. Soweit die Antragsgegnerinnen im gegebenen Zusammenhang auf die "Colle de Cologne"-Entscheidung des BGHs (GRUR 1969, 479/480) hinweisen (vgl. Bl. 211 d.A.), vermag das an der dargestellten Beurteilung nichts zu ändern. Der Bundesgerichtshof hat in der genannten Entscheidung zwar ein für die Klagebefugnis nach Maßgabe von § 13 Abs. 1 UWG a.F. i. V. mit § 3 UWG erforderliches "Inverkehrbringen" einer Ware dann verneint, wenn die Einkaufsgesellschaft eines Konzerns ausschließlich konzernzugehörige Gesellschaften mit Waren beliefert. In diesem Fall werde die Ware nicht - wie dies § 13 Abs. 1 UWG a.F. aber voraussetze - Beziehungen außerhalb des Unternehmens zugeführt, sondern vollziehe sich die Warenbewegung ausschließlich innerhalb des Konzerns, dessen Mitglieder durch die als selbstständige Betriebsabteilung am Markt auftretende Einkaufsgesellschaft mit Waren versorgt würden (BGH a.a.O., S. 480). So liegt der hier zu beurteilende Fall, in dem nicht die Klagebefugnis für einen wegen Verletzung des wettbewerbsrechtlichen Irreführungsverbots des § 3 UWG geltend gemachten Unterlassungsanspruch, sondern ein solcher unter dem Gesichtspunkt des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes vor Nachahmungen zu prüfen ist, jedoch nicht. Dies gilt zum einen deshalb, weil die Anspruchsberechtigung der anspruchstellenden Partei bei den in Frage stehenden Unlauterkeitstatbeständen des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes aus den eingangs dargestellten Erwägungen nicht an die Position desjenigen gebunden ist, der die Ware in den Verkehr bringt, sondern an die desjenigen, dessen Leistung nachgeahmt wird. Hinzu kommt zum anderen aber auch, dass allein der Umstand, dass die Antragstellerin sich einer konzernzugehörigen Gesellschaft für den Vertrieb der von ihr produzierten Handtaschen bedient, nicht ohne weiteres den Rückschluss darauf zulässt, sie trete im Rechtsverkehr und auf dem Markt nicht selbst als werbendes Unternehmen in Erscheinung und in Konkurrenz mit anderen - fremden - Lederwaren produzierenden Unternehmen.

Soweit die Antragsgegnerinnen die Klagebefugnis der Antragstellerin schließlich deshalb in Abrede stellen, weil sie ebenso wie andere zum H.-Konzern gehörende Gesellschaften die H. I. Société en commandite par actions ermächtigt hat, für sie im eigenen Namen Forderungen zum Schutz von H.-Produkten I. geltend zu machen, ist das ebenfalls unerheblich. Unabhängig davon, ob die Antragstellerin sich durch diese Ermächtigung generell einer eigenen Prozessführungsbefugnis begeben hat, kann in der Geltendmachung des Anspruchs im vorliegenden Prozess insoweit der jederzeit mögliche Widerruf einer solchen Ermächtigung der H. I. gesehen werden, so dass die Antragstellerin jedenfalls selbst befugt ist, den ihr sachlich zufallenden Anspruch prozessual einzufordern.

II. 8

Die Antragsgegnerinnen sind entgegen dem von ihnen vertretenen und von dem Landgericht in dem angefochtenen Urteil geteilten Standpunkt passivlegitimiert. 9

Nach den von der Antragstellerin glaubhaft gemachten tatsächlichen Umständen handelt es sich bei den Antragsgegnerinnen um die verkaufenden Unternehmen der als Nachahmung der H.-"K.-Bag" angegriffenen Damenhandtasche, sie haben daher diese Tasche in den Verkehr gebracht. Denn die Antragsgegnerin zu 1) unterhält danach die Verkaufsstätte, an welcher u.a. die Tasche in der angegriffenen Gestaltungsform feilgehalten worden ist, und die Antragsgegnerin zu 2) ist aktiv an dem Verkauf dieses Produkts in dem Geschäftslokal der Antragsgegnerin zu 1) beteiligt gewesen. 10

Nach dem von der Antragstellerin als Anlage AS 9 (Bl. 25 d.A.) vorgelegten Kassenbon firmiert das verkaufende Unternehmen als "L. Die Taschencompany" (unter dieser Firma ist aber offenbar kein zur Firmengruppe der Antragsgegnerinnen gehörendes Unternehmen eingetragen). Bei Anwählen der auf dem erwähnten Kassenbon weiter genannten Internetadresse ("L. IM INTERNET: WWW. L..DE") erscheint sodann eine Website, auf deren erster Seite wie aus der Anlage AS 10 (Bl. 26 d.A.) ersichtlich unter der Überschrift "L. DIE TASCHENCOMPANY" diverse Rubriken aufgeführt sind, die bei Anklicken nähere Informationen zu den jeweiligen Sachgebieten versprechen. Bei Anklicken der Rubrik "Filialen" öffnet sich die Seite gemäß Anlage AS 11 (Bl. 27 f d. A.), in der unter "E. L. GmbH & Co KG" diverse Geschäftslokale genannt werden, darunter das in der S.-gasse 56-58 in K. gelegene, in dem die hier zu beurteilende Tasche erworben worden ist. Die Anschrift eben dieses Geschäftslokals ist auch in der in der Ausgabe des KStA vom 11.05.02 veröffentlichten Nachricht über die Abspaltung von Teilen des Vermögens der Antragsgegnerin zu 1) und Übertragung auf die E. L. Lederwaren GmbH & Co KG als Geschäftsbetrieb der Antragsgegnerin zu 1) angegeben. Hinzu kommt, dass die Antragsgegnerin zu 1) noch in dem als Anlage AS 20 vorgelegten Auszug aus dem Gewerberegister als aktuell angemeldete Tätigkeit u.a. "Einzelhandelsverkaufsstellen für Lederwaren" angegeben hat. Das alles spricht dafür, dass die Antragsgegnerin zu 1) sowohl im Zeitpunkt des Verkaufs der beanstandeten Damenhandtasche am 11.04.2002 als auch heute noch das Geschäftlokal betrieben hat und betreibt, in dem die beanstandete Handtasche feilgehalten und in den Verkehr gebracht worden ist. Durch eidesstattliche Versicherung der Rechtsanwältin H. S. vom 07.06.2002 (Anlage AS 17) ist ferner glaubhaft gemacht, dass ihr die als Anlage AS 12 (Bl. 30 d.A.) vorgelegte Visitenkarte in dem vorbezeichneten Geschäftslokal bei dem Testkauf ausgehändigt worden ist. Auf dieser Visitenkarte ist unter "L. AG", also der Firma der Antragsgegnerin zu 2), eine Zeile angebracht, in welcher offenkundig der Name des jeweiligen Ansprechpartners des Kunden/Kaufinteressenten als "Ihr/e L. Berater/in" eingetragen werden soll. In der auf diese Weise schon im Zeitpunkt des Erwerbs der streitbefangenen Damenhandtasche auf die 11

Antragsgegnerin zu 2) hinweisenden Visitenkarte ist ferner als Internetadresse www.L..de angegeben; ausweislich der Anlage AS 24 (Bl. 187 - 193 d.A.) wird auf der unter dieser Adresse erreichbaren Website u.a. ein Bestell- und Lieferservice betreffend solche Produkte beworben, die in "unseren...Filialen" vorrätig sind. Die Antragsgegnerinnen treten danach im Verkehr als Vertreterinnen/Verkäuferinnen der in den Filialen bzw. Geschäftslokalen der "L. Die Taschencompany" angebotenen Produkte auf, was dafür spricht, dass sie auch die in Frage stehende Damenhandtasche verantwortlich in den Verkehr gebracht haben. Soweit die Antragsgegnerinnen demgegenüber behaupten und durch Vorlage der eidesstattlichen Versicherung der Frau Dr. A. C. vom 03.06.2002 (Bl. 108 d.A.) glaubhaft gemacht haben, dass "wesentlicher Geschäftsgegenstand" der Antragsgegnerin zu 1) das Führen der betrieblichen Unterstützungskasse sei und dass die Antragsgegnerin zu 2) "im wesentlichen" Finanzierungsgeschäfte betreibe, wohingegen der Handel mit den in dem Geschäft S.-gasse angebotenen Waren von der E. L. Lederwaren GmbH & Co KG betrieben werde, ist das ohne Darlegung und Glaubhaftmachung von Anhaltspunkten, welche das nach den obigen Umständen im Zeitpunkt des Testkaufs und auch heute noch bestehende Auftreten der Antragsgegnerinnen als - zumindest auch - verkaufende Unternehmen entkräften, nicht geeignet, den Antragsgegnerinnen die unternehmerische Verantwortlichkeit für das Inverkehrbringen der Tasche, mithin ihre Passivlegitimation zu nehmen. Derartige Anhaltspunkte ergeben sich aber weder aus der im Termin zur mündlichen Verhandlung vor dem Senat vorgelegten weiteren eidesstattlichen Versicherung der Frau A. C. vom 08.11.2002 noch aus den Erklärungen des Prozessbevollmächtigten der Antragsgegnerinnen, dass der Lederwarenhandel nach dem Wirksamwerden des Spaltungs- und Übernahmevertrages vom 26.02.2002 - jedenfalls nicht zum Zeitpunkt des Testkaufs - von den Antragsgegnerinnen betrieben worden sei. Angesichts all der oben aufgezeigten, für den Betrieb der Verkaufsstätte in der S.-gasse durch die Antragsgegnerinnen sprechenden Indizien, hätte es über die bloße Behauptung hinaus, dass die Antragsgegnerinnen dieses Geschäftslokal bzw. den Lederwarenhandel nicht betrieben haben, der näheren, sich mit den aufgezeigten Umständen befassenden und deren Indizwirkung entkräftenden Darlegung bedurft, weshalb die Antragsgegnerinnen gleichwohl nicht die Betreiberinnen des Geschäftslokals und des dortigen Lederwarenhandels sein sollen. Diesen Anforderungen genügt der Hinweis auf gesellschaftsrechtliche Umstrukturierungen und Vermögensübernahmen nicht. Das gilt namentlich mit Blick darauf, dass nach der unter dem Datum des 08.11.2002 verfassten eidesstattlichen Versicherung der Frau C. lediglich nicht die Absicht bestehe, künftig einen Lederwarenhandel zu betreiben. Vor diesem Hintergrund bestand schließlich auch kein Anlass, den Prozessbevollmächtigten der Antragsgegnerinnen - wie von diesen beantragt - im Termin als Zeuge zu der Behauptung zu vernehmen, dass die Antragsgegnerinnen jedenfalls im Zeitpunkt des Testkaufs am 11.04.2002 den Handel mit Lederwaren nicht betrieben hätten.

Der Schriftsatz der Antragsgegnerinnen vom 20.11.2002, mit dem erstmals eine Kopie des Spaltungs- und Übernahmevertrags vom 26.02.2002 zu den Akten gereicht worden ist, gab dem Senat keinen Anlass, die mündliche Verhandlung wiederzueröffnen. Von einer derartigen Möglichkeit kann im Verfahren der einstweiligen Verfügung ohnehin nur in besonders gelagerten Ausnahmefällen Gebrauch gemacht werden. Es kommt hinzu, dass der genannte Vertrag steuer- und bilanzrechtlich bedeutsam eine Vermögensübertragung zwischen Konzerntöchtern ausweist, welche die - angesichts der oben dargestellten Indizien naheliegende - Möglichkeit offenlässt, dass maßgebliche Entscheidungen verantwortlich von anderen Konzerngesellschaften, hier den Antragsgegnerinnen, getroffen werden.

III.

12

13

14

Das angegriffene Verhalten der Antragsgegnerinnen stellt sich gemäß § 1 UWG als unlauter dar.

1. 15

Die Antragsgegnerinnen haben im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs gehandelt. Soweit die Antragsgegnerinnen das Bestehen eines für die Annahme einer Wettbewerbshandlung in objektiver Hinsicht vorauszusetzenden Wettbewerbsverhältnisses verneinen, weil die Antragstellerin als Herstellerin von Taschen/Lederwaren nicht auf derselben Wirtschaftstufe wie ein Verkäufer/Händler derartiger Erzeugnisse stehe, führt das zu keiner abweichenden Wertung. Dabei kann es dahinstehen, ob zwischen Herstellern und Händlern von sich an den nämlichen Adressatenkreis wendenden gleichartigen Waren nicht doch ein konkretes Wettbewerbsverhältnis bestehen kann (vgl. Köhler/Piper, a.a.O., Einf. Rdn. 237). Das bedarf hier deshalb nicht der Entscheidung, weil die Antragsgegnerinnen jedenfalls - was ausreicht (vgl. Baumbach/Hefermehl, a. a. O., UWG Einl. Rdn. 215/216 m. w. .N.) - mit dem beanstandeten Verhalten den Wettbewerb eines Dritten, nämlich des Herstellers (W. K. GmbH & Co KG) der als Nachahmung der "K.-Bag" beanstandeten Damenhandtasche fördern, der als solcher zweifelsohne in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis mit der Antragstellerin als Produzentin der nachgeahmten K.-Bag steht. 16

2. 17

Die für die geltend gemachten Unlauterkeitstatbestände der vermeidbaren betrieblichen Herkunftstäuschung sowie der Anlehnung und Rufausbeutung vorauszusetzende wettbewerbliche Eigenart des von der Antragstellerin hergestellten Modells "K." bzw. "K.-Bag" einer Damenhandtasche ist zu bejahen. 18

a) 19

Im Ausgangspunkt ist dabei festzuhalten, dass es sich bei der "K.-Bag" der Antragstellerin nicht um ein in nur einer Ausführung angebotenes Modell einer Handtasche handelt. Die "K.-Bag" wird vielmehr in verschiedenen Lederarten, Farben und Größen angeboten, so dass man in Wirklichkeit von einer "Serie" bzw. einer Modellreihe sprechen muss. Die Antragstellerin geht dabei auch nicht aus nur einer einzigen Modellausführung, sondern unspezifiziert aus der "K."-Reihe vor. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass sie nunmehr erstmals in der Berufung ein Originalexemplar zur Akte gereicht hat. Dieses Modell dient lediglich der beispielhaften Demonstration des Aussehens einer K.-Bag, für die nach wie vor auch in den anderen Modellausprägungen wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz begehrt wird. Aus diesem Grund ist es auch unschädlich, dass die Antragstellerin dieses Originalexemplar erstmals in der Berufung vorgelegt hat. Streitgegenstand und damit der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung unterliegend sind unverändert die von der Antragstellerin in der "K.-Bag"-Reihe produzierten Damenhandtaschen in allen Modellausprägungen, wie sie aus den schon in erster Instanz zu den Akten eingereichten Abbildungen ersichtlich sind. Diese Abbildungen sind zwar teilweise - was das verwendete Leder und die jeweilige Farbe angeht - verhältnismäßig undeutlich. Das ist indessen unschädlich, weil die Antragstellerin die wettbewerbliche Eigenart der K.-Taschen auf solche Merkmale gründen will und aus den nachfolgend darzustellenden Erwägungen auch gründen kann, die unabhängig von den variablen Gestaltungskomponenten der Lederart und der Lederfarbe konstant bei allen als "K.-Bag" bezeichneten Handtaschen der Antragstellerin gleichermaßen verwendet werden und deren typisches, sie von Handtaschen anderer Herkunft unterscheidendes Aussehen begründen sollen. Diese Gestaltungsmerkmale sind aus den Abbildungen deutlich erkennbar, 20

so dass die Antragstellerin den Streitgegenstand und damit das der vorliegenden Beurteilung zugrundezulegende Erzeugnis ausnahmsweise auch ohne Beschränkung auf einzelne konkrete Modelle einer "Produktfamilie" oder -serie und ohne Vorlage sämtlicher Originalexemplare ausreichend deutlich dargelegt hat.

b)

21

Von wettbewerblicher Eigenart ist ein Erzeugnis, dessen konkrete Ausgestaltung oder deren einzelnen Merkmale geeignet sind, im Verkehr auf seine betriebliche Herkunft oder Besonderheiten hinzuweisen (st. Rspr., vgl. zuletzt BGH - "Bremszangen"-). So liegt der Fall hier bei den Handtaschen der "K.-Serie der Antragstellerin. Diese Erzeugnisse weisen eine Reihe von Merkmalen auf, die in ihrer Kombination geeignet sind, auf die betriebliche Herkunft des solcherart gestalteten Produkts hinzuweisen. Die herkunftshinweisende Funktion ergibt sich dabei zum einen aus der Form des Taschenkörpers, der bei seitlicher Sicht in der Art eines sich nach oben verjüngenden Keils gestaltet ist und bei frontaler Sicht eine leicht trapezförmige Kontur aufweist. Hinzu kommt ferner die den oberen Rand des Taschenkörpers überlappende Klappe, welche die Frontseite des Taschenkörpers zu etwa 1/4 im oberen Bereich überdeckt, sowie deren an den seitlichen Rändern jeweils rechteckig eingeschnittene Einkerbungen aufweisende konkrete Form. Die aufgezeigte "bauchig" wirkende Form des Taschenkörpers sowie die durch das Größenverhältnis der in diesen hineinragenden Klappe geschaffene Proportion der Aufteilung lassen den Taschenkörper selbst dominieren und suggerieren auf diese Weise ein den Gebrauchszweck der Tasche gestalterisch betonendes Fassungsvermögen. In besonderem Maß wird das Gesamterscheinungsbild der K.-Bag ferner durch den sich durch die Seiten des Taschenkörpers fädelnden, bis über die Klappe auf der Frontseite gezogenen sog. Taschengürtel mitbestimmt, dessen jeweilige Enden von polierten länglichen Metallstücken gefasst werden, in die wiederum Öffnungsschlitze eingelassen sind, welche das in der Frontseite angebrachte, in nämlichem Metall gehaltene Steckschloss aufnehmen können, das seinerseits mit einem kleinen Hängeschloss gesichert werden kann. In ihrem gestalterischen Zusammenwirken geben die dargestellten Merkmale der Handtasche ein sportlich solides, die Geräumigkeit und Sicherheit einer Tasche und damit deren Gebrauchszweck als Gepäck- und Transportbehälter betonendes optisches Erscheinungsbild, dem durch zusätzliches schmückendes Beiwerk eine insgesamt wertvoll wirkende Anmutung verschafft ist. Mit Blick auf die für die Kreation von Handtaschen zur Verfügung stehende und im wettbewerblichen Umfeld bereits im Zeitpunkt des erstmaligen Marktzutritts der "K.-Bag" der Antragstellerin Ende der dreissiger Jahre des vergangenen Jahrhunderts und auch bei Inverkehrbringen der angegriffenen Tasche noch tatsächlich umgesetzte Gestaltungsvielfalt, wie sie aus den von der Antragstellerin zur Akte gereichten Unterlagen und Dokumentationen hervorgeht, ist das beschriebene Erscheinungsbild einer Handtasche von Hause aus in hohem Maße geeignet, auf die betriebliche Herkunft des solcherart gestalteten Produkts hinzuweisen.

22

Die von den Antragsgegnerinnen eingewandten Gestaltungsformen von Drittprodukten des wettbewerblichen Umfelds sind nicht geeignet, diese herkunftshinweisende Eignung der Gestaltung der "K.-Bag" der Antragstellerin zu beeinträchtigen. Das gilt namentlich für die von den Antragsgegnerinnen angeführten Taschen der Fa. G.. Das bereits im Jahr 1928 durch die Fa. G. angebotene Taschenmodell in der aus Bl. 62 - 64 d.A. ersichtlichen Gestaltung weicht so deutlich vom Erscheinungsbild der "K.-Bag" ab, dass dessen herkunftshinweisende Funktion dadurch nicht beeinflusst werden kann. Im Ergebnis gilt das aber auch für die anderen, von der Firma G. und weiteren Herstellern auf den deutschen Markt gebrachten Modelle einer Damenhandtasche. Diese sehen ganz überwiegend völlig anders aus als die H.-K.-Bag und haben mit dieser oft kaum mehr gemeinsam als die bauchig wirkende, leicht

23

trapezförmige Grundform des Taschenkörpers. Allerdings lässt sich den von den Antragsgegnerinnen vorgelegten Abbildungen auch ein Taschenmodell entnehmen, welches wie eine H.-K.-Bag aussieht (vgl. Bl. 65 d.A.). Den Mitgliedern des erkennenden Senats ist überdies aus eigener Lebenserfahrung bekannt, dass in den vergangenen Jahren in Mode- und Lederwarengeschäften (z. B. U. K. oder H. in K.) zumindest für einen gewissen Zeitraum Taschen von anderen Herstellern (z.B. der Fa. K. oder der Fa. U.) feilgehalten wurden, die als 1:1 Kopie der "K.-Bag" von H. eingeordnet werden müssen. Selbst wenn aber diese Tasche(n) der H.-K.-Bag in den deren wettbewerbliche Eigenart begründenden Merkmalen identisch entspricht/entsprechen und überdies auch - wie die Antragsgegnerinnen das behaupten - "seit Jahrzehnten marktgängig" gewesen sein sollte/n, lässt sich aus deren Vorhandensein auf dem Markt nicht auf eine die wettbewerbliche Eigenart des Klagemodells beeinträchtigende Wirkung schließen. Das gilt zum einen schon wegen des Fehlens jeglicher konkreten Angaben zur Marktpräsenz dieser Kopien. Vor allem aber gilt das zum anderen deshalb, weil der angesprochene Verkehr zwischen der von der Antragstellerin produzierten K.-Bag und den von anderen Herstellern stammenden, identisch aussehenden Taschen als Original und Kopie unterscheidet. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass - wie dies in der Publikation "Handtaschen M. & D. im 20. Jahrhundert" der Autorin C. W. (dort S. 96 f) dokumentiert ist - der Begriff "K.-Bag" nicht lediglich zur Bezeichnung eines ganz bestimmten Modells einer Damenhandtasche - konkret einer solchen aus der Produktion der Antragstellerin - verwendet ist, sondern damit eine Stilrichtung für die Gestaltung einer Damenhandtasche bzw. eine innerhalb des Produktsegments der Damenhandtaschen vertretene gestalterische Gattung beschrieben wird. Denn solange der maßgebliche Verkehr innerhalb der "Gattung" der K.-Bags einzelne Modelle ihrer betrieblichen Herkunft nach auseinanderhält und dabei zwischen dem der "Gattung" ihren Namen verleihenden Original und dessen Kopien unterscheidet, hindert allein der Umstand, dass es äußerlich - zumindest zunächst - identisch oder nahezu identisch aussehende Waren auf dem Markt gibt, den Fortbestand der wettbewerblichen Eigenart nicht (vgl. BGH GRUR 1998, 830/833 -"Les Paul-Gitarren"-; BGH GRUR 1985, 876/878 -"Tchibo/Rolex I"-). So liegt der Fall aber hier. Denn auch dort, wo unter der Bezeichnung "K.-Bag" unterschiedlich aussehende Taschen verschiedener Hersteller präsentiert und als gestalterische Vertreter einer bestimmten "Mode- und Stilrichtung" vorgestellt werden, wird gerade "H." als Schöpfer der K.-Bag bzw. des "Originals" genannt, welches den Rang einer "I.en Modeikone mit Kultstatus" erreicht und zahllose Nachahmer gefunden habe (vgl. W., a.a.O.). Bei der H. "K.-Bag" handelt es sich um eine im angesprochenen Verkehr der potentiellen Erwerber von Damenhandtaschen, dem die Mitglieder des erkennenden Senats zugehörig sind, seit langem in hohem Maß bekannte Damenhandtasche. Diese Bekanntheit rührt nicht nur aus der langen Marktpräsenz dieses Taschenmodells her, welches bereits seit Ende der dreissiger Jahre des vergangenen Jahrhunderts produziert und vertrieben wird, sondern leitet sich maßgeblich auch daraus ab, dass gerade dieses Modell einer H.-Tasche seit den fünfziger Jahren - vor allem durch die namengebende Schauspielerin G. K. - von vielen für prominent und wohlhabend gehaltenen Damen getragen wurde und auch weiterhin getragen wird, die gemeinsam mit eben dieser Handtasche auf in der Presse veröffentlichten Fotos abgebildet sind. Gerade die K.-Bag vom H. - einem ohnehin für extrem hochpreisige und zu einem großen Teil in Handarbeit gefertigte hochwertige Lederwaren und sonstige Luxusartikel bekannten Hersteller - steht dabei in hohem Maße für Luxus und Werthaltigkeit. Sie stellt gewissermaßen die Inkarnation einer hochwertigen und teuren Handtasche, mithin ein "Statussymbol" dar, das seine Trägerin aus dem Kreis einer Vielzahl ihrer Mitbürgerinnen herausheben soll und heraushebt. Sie genießt auch bei den Personen, die nach ihrer persönlichen Lebenssituation nicht in der Lage oder ihrer Lebenseinstellung nach nicht willens sind, die Mittel für den Erwerb einer in der "billigsten" Version unstreitig mindestens ca. 2.500 EUR kostenden K.-Bag von H. aufzubringen, ein hohes Ansehen, die den Maßstab für gleichartige Waren anderer Hersteller

bildet. Soweit die Antragsgegnerinnen bestreiten, dass die H.-K.-Bag im Verkehr als exklusiv bekannt ist (Bl. 56 d.A.), ist das unerheblich. Unabhängig davon, dass dies den Mitgliedern des Senats aus eigener Lebenserfahrung bekannt ist, hat die Antragstellerin dies auch durch Vorlage der Publikationen gemäß Anlagenkonvolut AS 27 glaubhaft gemacht, in der die H.-K.-Bag u.a. unter der Rubrik "Statussymbole" aufgeführt und abgebildet ist. Die Wirkung als "Statussymbol" funktioniert aber nur dann und setzt voraus, wenn bzw. dass Dritten die Gestaltung des Taschenmodells - die Marke "H." ist kaum sichtbar und wird, je nach Position des Schlosses, verdeckt - als die eines hochwertigen, teuren Produkts bekannt ist. Selbst wenn der Verkehr daher über die Kenntnis verfügt, dass andere Hersteller äußerlich gleich aussehende Damenhandtaschen vertreiben, wird er vor dem dargestellten Hintergrund zwischen der "original" H.-K.-Bag und der mit äußerlich gleich aussehenden Merkmalen ausgestatteten Kopie unterscheiden. Solange der Verkehr aber diese Unterscheidung trifft, ist die wettbewerbliche Eigenart der "K.-Bag" der Antragstellerin gegeben, auch wenn zahlreiche Kopien auf dem Markt vorhanden sind, die der Verkehr entweder ohne weiteres oder erst nach näherer Prüfung als solche erkennt.

c) 24

Die von den Antragsgegnerinnen in den Verkehr gebrachte Damenhandtasche gem. Anlage AS 8 übernimmt die Gestaltung der H. "K.-Bag maßstabsgetreu auch in allen deren wettbewerbliche Eigenart begründenden Merkmalen. Das liegt derart deutlich auf der Hand, dass es hierzu keiner näheren Ausführungen bedarf. 25

d) 26

Das Inverkehrbringen der damit als Nachahmung/Kopie der K.-Bag der Antragstellerin anzusehenden Handtasche ist auch im Sinne der Maßstäbe des § 1 UWG als wettbewerblich unlauter einzuordnen. 27

aa) 28

Der Gesichtspunkt der vermeidbaren betrieblichen Herkunftstäuschung trägt diesen Unlauterkeitsvorwurf allerdings nicht. Die Gefahr von Verwechslungen ist angesichts des bereits dargestellten Bewusstseins des Verkehrs vom gleichzeitigen Vorhandensein von Original und Kopie ausgeschlossen. Denn weiß der Verkehr, dass auf dem Markt für Handtaschen sowohl das Original als auch dessen Kopien vertrieben werden, so wird er seine Vorstellung von der konkreten betrieblichen Herkunft des ihm begegnenden Produkts nicht allein an der äußeren Gestaltung festmachen, sondern sich anhand anderer Merkmale zunächst Klarheit darüber verschaffen, wer die äußerlich gleich aussehenden Handtaschen hergestellt hat. Er wird daher die Handtaschen, bei denen es sich ohnehin um Artikel handelt, die erst nach genauer Begutachtung erworben zu werden pflegen, erst nach sorgfältiger Prüfung einem bestimmten Hersteller zuordnen. Vor diesem Hintergrund scheidet sowohl die Gefahr unmittelbarer als auch mittelbarer Verwechslungen aus. Denn bei genauerer Begutachtung wird der Verkehr bei der Tasche der Antragsgegnerinnen das Fehlen eines auf die Antragstellerin hinweisenden Kennzeichens bemerken. Hinzu kommt, dass die Antragstellerin ihre Produkte ganz überwiegend in eigenen als solche gekennzeichneten "H.-Geschäften" oder in solchen Verkaufsstätten veräußert, in denen eigene, als solche kenntlich gemachte "H.-Abteilungen existieren (wie z.B. - was den Mitgliedern des Senats aus eigener Anschauung bekannt ist - in dem Modehaus S. in K.). Dies würdigend kann die Gefahr ausgeschlossen werden, dass ein mehr als nur unbeachtlicher Teil des Verkehrs der Gefahr unmittelbarer Produktverwechslungen unterliegt oder die angegriffene Tasche derselben betrieblichen Herkunft wie das Klagemodell zuordnet und daher mittelbaren Verwechslungen 29

erliegt. Gleiches gilt hinsichtlich der Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne. Denn konkrete Anhaltspunkte für etwaige Lizenzverbindungen, für deren Bestehen kein Lebenserfahrungssatz spricht, existieren nicht.

bb) 30

Das Inverkehrbringen der Nachahmungen stellt sich indessen unter dem Aspekt der unlauteren Anlehnung an/Ausbeutung des Rufs der H.-K.-Bag als wettbewerbswidrig dar. 31

Wie aufgezeigt genießt die "K.-Bag" der Antragstellerin im Verkehr den Ruf eines teuren, hochwertigen Objekts, welches einen luxuriösen, die Trägerin aus dem Kreis vieler Mitbürgerinnen heraushebenden, überaus wohlhabenden, zugleich wertbewussten Lebensstil symbolisiert. Die von den Antragsgegnerinnen in den Verkehr gebrachten Nachahmungen begründen zwar nicht die Gefahr von Täuschungen bei den Erwerbern der Handtaschenmodelle; indessen kann das Publikum, das die Nachahmungen bei den Trägerinnen sieht, zu der irrigen Vorstellung verleitet werden, es handele sich dabei um das aus dem Hause H. stammende Original. Die sich daraus ergebende Möglichkeit, mit der billigeren oder doch preiswerteren Nachahmung die Wirkung eines typischen Luxusobjekts erreichen zu können, appelliert an das Prestigedenken einer nicht unbeachtlichen Anzahl von Kaufinteressenten und lockt diese mit dem von der Antragstellerin für das "echte" bzw. Originalprodukt geschaffenen Image zum Kauf an. Die Antragsgegnerinnen machen sich dies zunutze und hängen sich damit an den Prestigewert und den guten Ruf des Taschenmodells der Antragstellerin an. Die auf diese Weise bewirkte Förderung des Warenabsatzes mittels der Ausbeutung des von einem Mitbewerber für sein eigenes Produkt geschaffenen guten Rufs ist aber als unlauter und wettbewerbswidrig i.S. von § 1 UWG anzusehen (vgl. BGH a.a.O., "Tchibo/Rolex I"). Zwar könnte der dargestellte Unlauterkeitsaspekt dann nicht greifen, wenn mittlerweile Kopien in einer solchen Anzahl auf dem Markt sind und von der Antragstellerin hingenommen werden, dass der Verkehr allein aufgrund der äußeren Übereinstimmung der bei einer Trägerin gesehenen Handtasche mit der - als solche noch im Bewusstsein verankerten - original "K.-Bag" nicht mehr auf die "Echtheit" schließt bzw. darauf, dass es sich bei dem, was nach "K.-Bag" aussieht, auch tatsächlich um eine K.-Bag handelt. Bei dieser Sachlage würde mit der Übernahme allein der äußeren Gestaltungsform kein Prestigewert mehr ausgebeutet, sondern allenfalls der Einstieg in die anhand anderer Kriterien vorgenommene Prüfung veranlasst, ob es sich bei der Tasche um eine "echte" K.-Bag oder um eine Kopie handelt. Dass indessen der Markt für Handtaschen durch das Vorhandensein einer solchen Anzahl von Kopien gekennzeichnet ist, dass der Verkehr den Prestigewert nicht mehr allein an der äußeren Gestaltungsform festmacht, sondern diese allenfalls den Eintritt in die Prüfung weiterer, die Zuordnung als "Original/"Nachahmung" ermöglichende Kriterien veranlasst, lässt sich weder dem Vortrag der insoweit darlegungs- und glaubhaftmachungspflichtigen Antragsgegnerinnen noch dem Sachverhalt im übrigen entnehmen. 32

Die subjektiven Unlauterkeitsvoraussetzungen liegen schließlich ebenfalls angesichts des Umstandes vor, dass die Antragsgegnerinnen spätestens mit dem Zugang der Abmahnung der Antragstellerin von allen tatsächlichen, die Unlauterkeit begründenden Umständen Kenntnis erhalten haben. 33

IV. 34

Die Kostenfolge ergibt sich aus § 91 Abs. 1 ZPO. 35

Gemäß § 542 Abs. 2 ZPO ist das Urteil mit seiner Verkündung rechtskräftig. 36

