
Datum: 10.01.2003
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 86/02
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2003:0110.6U86.02.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 31 O 817/01

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 11. April 2002 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 817/01 - wird auf ihre Kosten zurückgewiesen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, soweit nicht das Landgericht in Ziffer II. seines Urteilstenors die grundsätzliche Schadensersatzverpflichtung der Beklagten festgestellt hat.

Die Beklagten dürfen die Zwangsvollstreckung durch Sicherheitsleistung abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet. Die Sicherheitsleistung beträgt hinsichtlich des Unterlassungsausspruchs (Ziffer I.1. des Tenors) 250.000,00 EUR, hinsichtlich der Auskunftserteilung (Ziffer I.2. des Tenors) 20.000,00 EUR und hinsichtlich des Kostenerstattungsanspruchs der Klägerin weitere 20.000,00 EUR.

Beiden Parteien wird gestattet, die Sicherheitsleistung auch durch schriftliche, unwiderrufliche, unbedingte und unbefristete Bürgschaft eines im Inland zum Geschäftsbetrieb befugten Kreditinstituts zu erbringen.

Die Revision wird nicht zugelassen.

Begründung:

I.

Die Parteien streiten darüber, ob es den Beklagten gestattet sein kann, verschiedene, den Wortbestandteil "SPA" oder "Spa" als Kennzeichen unter anderem für Mittel zur Körper- und Schönheitspflege zu benutzen.

Die Klägerin vertreibt das aus Quellen des belgischen Erholungs- und Kurortes Spa gewonnene Mineralwasser auch in der Bundesrepublik Deutschland. Sie ist Inhaberin einer Reihe von Marken, die "SPA" als Wortbestandteil aufweisen. Dazu zählen die seit dem 07.07.1992 für Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege sowie den Betrieb von Bädern, Schwimmbädern und Saunen geschützte Wortmarke 2 106 346 "SPA" sowie die Wortmarke 1 132 651 "SPA MONOPOLE S. A. SPA", die mit Priorität zum 06.06.1984 für Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien und Toilettenseifen eingetragen ist.

Die Beklagte zu 1), deren Geschäftsführer der Beklagte zu 2) ist, meldete im Jahre 2000 die Wortmarken "SPASPA", "SPASPASPA", "Spa4you" und "Spa24" an, die in der Folgezeit auch für die im nachfolgenden erstinstanzlichen Klageantrag der Klägerin wiedergegebenen Waren und Dienstleistungen eingetragen wurden. Die vorgenannten Bezeichnungen ließ sich der Beklagte zu 2) außerdem noch vor September 2000 als Internetadressen registrieren. Unter den Domains "spaspa.de", "spaspaspa.de", "spa24.de" und "spa4you.de" ist die Beklagte zu 1) zu erreichen, sie präsentiert dort unter anderem Angebote für natürliches Gesund- und Schönsein.

Die Klägerin hat eine Verletzung ihrer Markenrechte geltend gemacht und in diesem Zusammenhang die Auffassung vertreten, die Eintragung wie auch die Nutzung der streitgegenständlichen Bezeichnungen verstoße namentlich gegen § 14 Abs. 2 Nr. 2 und auch §§ 127, 128 MarkenG. Die Beklagten führten den Verkehr über die geografische Herkunft der unter den angegriffenen Bezeichnungen angebotenen Waren und Dienstleistungen in die Irre.

Nach teilweiser Klagerücknahme hat die Klägerin beantragt,

die Beklagten zu verurteilen,

I.

1.

es unter Androhung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen,

die Bezeichnungen "SPASPA", "SPASPASPA", "Spa24" und/oder "Spa4you" als Kennzeichen und/oder Internet-Domain für folgende Waren und/oder Dienstleistungen zu benutzen:

Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien, ätherische Öle, Seifen, Zahnputzmittel, Schulung und Fortbildung von Fachpersonal auf dem Wellness-Sektor, insbesondere auf dem Kosmetiksektor, auf dem Gebiet der Körper- und Schönheitspflege und auf dem Sektor der Ernährungsberatung; Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Konferenzen,

Symposien, Seminaren, Kolloquien auf dem Wellness- und Life-Style-Sektor, insbesondere auf dem Kosmetiksektor, auf dem Gebiet der Körper- und Schönheitspflege und auf dem Sektor der Ernährungsberatung; Demonstrationsunterricht auf den voranstehend genannten Gebieten, insbesondere auf dem Sektor der Kosmetik, der Körperpflege und der Ernährungsberatung; Forschung auf dem Gebiet der Körperpflege und Kosmetik sowie auf dem Gebiet der Ernährung; Dienstleistungen eines Lifestyle- und Wellness-Beraters, Dienstleistungen einer Kosmetikerin sowie eines Kosmetikers; Betrieb eines Kosmetikinstituts; ernährungswissenschaftliche Beratung;

2. 14

ihr - der Klägerin - Auskunft darüber zu erteilen, in welchem Umfang sie die unter Ziffer I. 1.15 bezeichneten Internet-Domains für die angeführten Waren und/oder Dienstleistungen seit dem 08.09.2000 genutzt hat;

II. 16

festzustellen, dass die Beklagten verpflichtet sind, ihr - der Klägerin - allen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die unter Ziffer I. 1. näher beschriebene Nutzung der Internet-Domains seit dem 08.09.2000 entstanden ist und noch entstehen wird. 17

Die Beklagten haben beantragt, 18

die Klage abzuweisen. 19

Sie haben geltend gemacht, der Marke "Spa" fehle es im Hinblick auf die Waren der angegriffenen Kennzeichnungen an jeglicher Unterscheidungskraft. "Spa" sei die Abkürzung der lateinischen Wortfolge "sanus per aquam". Der Begriff stelle eine geläufige englische Vokabel für "Mineralquelle", "Badekurort", "Bad" und "Kur" dar. Diese habe mittlerweile im Zusammenhang mit der Gesundheits-, Körper- und Schönheitspflege Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden. Der Begriff "Spa" sei dem deutschen Verbraucher als selbständige Umschreibung von ganzheitlichen Konzepten der Fitness, Beauty und Wellness sowie bestimmter Ernährungsprogramme geläufig. Im übrigen seien die sich gegenüberstehenden Kennzeichen bei einer gebotenen Gesamtwürdigung nicht im Rechtssinne miteinander verwechslungsfähig. 20

Das Landgericht ist den Klageanträgen der Klägerin gefolgt und hat zur Begründung seiner Entscheidung im wesentlichen ausgeführt, der Unterlassungsanspruch folge aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 in Verbindung mit Abs. 5 MarkenG, auch die geltend gemachten Annexansprüche seien begründet. Die Bezeichnung "SPA" stelle eine von Hause aus schutzfähige Kennzeichnung dar, diesem Zeichen komme aus Sicht der angesprochenen deutschen Verkehrskreise eine rein beschreibende Bedeutung nicht zu. Die Beklagten hätten nicht dargelegt, dass der Begriff "Spa" ein gängiges Synonym für Wellness-, Kur-, Bade- und Kosmetikeinrichtungen nebst dazugehörigen Produkten geworden sei. Auch an der für den Unterlassungstatbestand notwendigen Verwechslungsgefahr im Sinne des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG könne kein Zweifel bestehen. Wegen der weiteren Einzelheiten der angefochtenen Entscheidung, auch der vom Landgericht getroffenen tatsächlichen Feststellungen, wird das angefochtene Urteil in Bezug genommen (Blatt 309 ff. d. A.). 21

Gegen dieses Urteil wenden sich die Beklagten mit ihrer Berufung. Sie wiederholen und vertiefen ihr erstinstanzliches Vorbringen und machen insbesondere geltend, die bereits in erster Instanz, insbesondere aber auch im Berufungsverfahren zu den Akten gereichten 22

Publikationen insbesondere aus Zeitschriften und dem Internet belegten, dass der Begriff "Spa" in der Bundesrepublik Deutschland ein gängiges Synonym für Wellness-, Kur-, Bade- und Kosmetikeinrichtungen nebst dazugehörigen Produkten geworden sei. Der angesprochene Verkehr verbinde mit dem Begriff "Spa" die Vorstellung, dabei handele es sich um eine ganzheitliche, auf die Gesundheit, das körperliche Wohlbefinden und die seelische Ausgeglichenheit gerichtete kombinierte Wellness-, Beauty-, Ernährungs- und Fitnessbehandlung.

Die Beklagten beantragen,

23

das angefochtene Urteil zu ändern, soweit zu ihrem Nachteil entschieden worden ist, und die Klage abzuweisen,

hilfsweise,

25

den Rechtsstreit bis zur rechtskräftigen Entscheidung über den von ihnen beim Deutschen Patent- und Markenamt gestellten, die Klagemarke 1 106 346 (Wortmarke "SPA") betreffenden Löschungsantrag auszusetzen.

Die Klägerin beantragt,

27

die Berufung zurückzuweisen.

28

Auch sie wiederholt und vertieft ihr erstinstanzliches Vorbringen und ist der Auffassung, die Berechtigung der geltend gemachten Klageansprüche folge bereits aus § 128 Abs. 1, § 127 Abs. 1 und Abs. 4 MarkenG. Ungeachtet dessen sei für eine Aussetzung des Rechtsstreits kein Raum, namentlich lägen die Voraussetzungen des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht vor.

29

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen, die mit Ausnahme des nachgelassenen Schriftsatzes der Beklagten vom 04. November 2002 und der nicht nachgelassenen Schriftsätze der Parteien vom 19. und 23. Dezember 2002 sowie des weiteren nicht nachgelassenen Schriftsatzes der Beklagten vom 02. Januar 2003 sämtlich Gegenstand der mündlichen Verhandlung waren.

30

II.

31

Die in formeller Hinsicht einwandfreie und insgesamt zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache keinen Erfolg. Dabei kommt es nicht darauf an, ob - wie das Landgericht angenommen hat - die tatbestandlichen Voraussetzungen des § 14 Abs. 2 Nr. 2 und Abs. 5 MarkenG erfüllt sind. Denn die Berechtigung des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs wie auch der erhobenen Annexansprüche folgt bereits aus § 128 Abs. 1 und 2, § 127 Abs. 1 und 4 MarkenG, § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG.

32

Die Vorschrift des § 127 Abs. 1 in Verbindung mit Abs. 4 Nr. 1 MarkenG regelt den Schutz (einfacher) geografischer Herkunftsangaben gegen ihre irreführende Verwendung in identischer oder ähnlicher Form für Waren und Dienstleistungen anderer Herkunft. Nach § 127 Abs. 1 MarkenG dürfen geografische Herkunftsangaben im geschäftlichen Verkehr nicht für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, die nicht aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das durch die geografische Herkunftsangabe bezeichnet wird, wenn bei der Benutzung solcher Namen, Angaben oder Zeichen für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft eine Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft besteht. Diese Bestimmung findet nach § 127 Abs. 4 MarkenG unter anderem auch

33

dann Anwendung, wenn Namen, Angaben oder Zeichen benutzt werden, die der geschützten geografischen Herkunftsangabe ähnlich sind oder die geografische Herkunftsangabe mit Zusätzen benutzt wird, sofern trotz der Abweichung oder der Zusätze eine Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft besteht. Nach § 128 Abs. 1 MarkenG kann derjenige, der im geschäftlichen Verkehr Namen, Angaben oder Zeichen entgegen § 127 MarkenG benutzt, von den nach § 13 Abs. 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb zur Geltendmachung von Ansprüchen Berechtigten auf Unterlassung und unter den Voraussetzungen des § 128 Abs. 2 MarkenG auch auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden.

So liegt es hier. Bei "Spa", einem in den Ardennen gelegenen bekannten belgischen Kurort, handelt es sich um eine geografische Herkunftsangabe nach § 127 Abs. 1 in Verbindung mit § 126 Abs. 1 MarkenG. Denn mit ihr werden im geschäftlichen Verkehr insbesondere Waren gekennzeichnet, was in Anbetracht des zwischen den Parteien unstreitigen Vertriebs von aus den Quellen der belgischen Stadt Spa gewonnenen Mineralwässern im Grundsatz nicht zweifelhaft sein kann. Nähere Ausführungen hierzu sind deshalb entbehrlich, auch deshalb, weil der Bundesgerichtshof erst jüngst eine dem entsprechende, vom Oberlandesgericht München in seinem Urteil vom 19.02.1998 (29 U 4480/97) getroffene Feststellung in seiner Entscheidung "Spa" vom 25.01.2001 (GRUR 2001, 420 ff. = WRP 2001, 546 ff.) revisionsrechtlich unbeanstandet gelassen hat. 34

Entgegen der Auffassung der Beklagten reicht ihr Sachvortrag im Zusammenhang mit ihrer Behauptung, der angesprochene Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland verstehe den Begriff "Spa" als glatt beschreibende Angabe für eine ganzheitliche, auf die Gesundheit, das körperliche Wohlbefinden und die seelische Ausgeglichenheit gerichtete kombinierte Wellness-, Beauty-, Ernährungs- und Fitnessbehandlung, der Begriff "Spa" stehe für Einrichtungen wie Wellness-Hotels, Beauty-Farmen etc. und habe sich zu einem Synonym für Fitness sowie Wohlbefinden und eine entsprechende Hotellerie entwickelt, nicht aus, um der Bezeichnung den Schutz nach § 126 Abs. 2 MarkenG zu versagen. Nach dieser Bestimmung (§ 126 Abs. 2 Satz 1 MarkenG) sind dem Schutz als geografische Herkunftsangaben solche Namen, Angaben oder Zeichen im Sinne des § 126 Abs. 1 MarkenG nicht zugänglich, bei denen es sich um Gattungsbezeichnungen handelt. Als Gattungsbezeichnungen sind nach § 126 Abs. 2 Satz 2 MarkenG solche Bezeichnungen anzusehen, die zwar eine Angabe über die geografische Herkunft im Sinne des § 126 Abs. 1 MarkenG enthalten oder von einer solchen Angabe abgeleitet sind, die jedoch ihre ursprüngliche Bedeutung verloren haben und als Namen von Waren oder Dienstleistungen oder als Bezeichnungen oder Angaben der Art, der Beschaffenheit, der Sorte oder sonstigen Eigenschaften oder Merkmale von Waren oder Dienstleistungen dienen. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (vgl. nur BGH, a.a.O. "Spa" und BGH BGHZ 106, 101, 104 "Dresdener Stollen" m.w.N.) und der - soweit ersichtlich - einheitlichen Meinung im juristischen Schrifttum (vgl. statt vieler: Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 1998, § 126 Rdnr. 14) sind an eine Umwandlung einer geografischen Herkunftsangabe in eine Gattungsbezeichnung nach § 126 Abs. 2 Satz 2 MarkenG strenge Anforderungen zu stellen. Hierfür reicht es nicht aus, dass lediglich die Mehrheit in der Angabe eine Beschaffenheitsangabe sieht. Vielmehr kann von einer derartigen Umwandlung erst dann ausgegangen werden, wenn ein nur noch ganz unbeachtlicher und damit zu vernachlässigender Teil der angesprochenen Verkehrskreise in der Angabe (weiterhin) eine geografische Herkunftsangabe sieht (BGH, GRUR 2001, 420, 421 "Spa" und BGHZ 106, 101, 104 "Dresdener Stollen"). Die hierzu von der Beklagten vorgelegten Unterlagen wie zum Beispiel Veröffentlichungen in Zeitschriften, aber auch Auszügen von Internetauftritten bestimmter Unternehmen rechtfertigen indes nicht die Annahme, eine solchermaßen verstandene Umwandlung der geografischen Herkunftsangabe 35

in eine Gattungsbezeichnung im Sinne von § 126 Abs. 2 Satz 2 MarkenG sei schlüssig dargelegt.

36

Zunächst einmal trifft die Auffassung des Landgerichts zu, gegen das von der Beklagten behauptete Verkehrsverständnis spreche bereits der Umstand, dass die angeblich rein beschreibende Bezeichnung "Spa" als Titel einer - nur vierteljährig erscheinenden und von der Klägerin im übrigen angegriffenen - Zeitschrift (Anlage B 8) verwendet wird und ansonsten zur Kennzeichnung von Kosmetikprodukten (vgl. die Anlagen B 13 bis B 15) gewählt worden ist. Demgegenüber sind die von den Beklagten im Verlaufe des ersten Rechtszuges vorgelegten Anlagen, namentlich die Anlagen B 2 bis B 26, nicht geeignet, zu belegen oder auch nur darzulegen, dass der Begriff "Spa" in der Bundesrepublik Deutschland ein gängiges Synonym für Wellness-, Kur-, Bade- und Kosmetikeinrichtungen nebst dazugehörigen Produkten und Dienstleistungen geworden sein könnte. Im Gegenteil: Diese Unterlagen, wie auch die im Berufungsverfahren zu den Akten gereichten weiteren Zeitschriften, Internetauszüge etc., belegen, dass der englischsprachige, für "Mineralquelle" und "Badekurort" sowie "Bad" stehende Begriff "Spa" den angesprochenen deutschen Verkehrskreisen noch nicht durchweg als allgemeine Beschreibung von Beauty- und Wellnessprogrammen geläufig ist. Das ergibt sich namentlich daraus, dass den zu den Akten gereichten, deutschsprachigen Publikationen auch aus jüngster Zeit (die von den Beklagten vorgelegten Unterlagen können ohnehin nicht berücksichtigt werden, soweit englischsprachige Unterlagen wie z.B. die Anlagen B 3, B 4, B 5, B 6 und B 7 vorgelegt worden und nicht gleichzeitig vorgetragen worden ist, dass und wie das deutsche Publikum von diesen Verlautbarungen mit der Folge hat Kenntnis nehmen können, dass gegebenenfalls seine Vorstellungen vom Inhalt dieser Veröffentlichungen beeinflusst worden sind) (gerade nicht entnommen werden kann, der Lesersätze) den Begriff "Spa" Einrichtungen wie Wellness-Hotels, Beauty-Farmen usw. gleich oder verstehe ihn als glatt beschreibende Angabe für eine ganzheitliche, auf die Gesundheit, das körperliche Wohlbefinden und die seelische Ausgeglichenheit gerichtete kombinierte Wellness-, Beauty-, Ernährungs- und Fitnessbehandlung. Es fällt nämlich auf, dass dem Leser in diesen Veröffentlichungen durchweg erklärt wird, was unter dem Begriff "Spa" und dem dahinterstehenden Spa-Konzept zu verstehen ist. So heißt es beispielsweise in der von den Beklagten bereits in erster Instanz zur Akte gereichten Anlage B 9, das Wort "Spa" stamme aus dem Lateinischen und sei die Abkürzung von "sana per aquam" Gesundheit durch Wasser, die wohltuende Kraft des Wassers nutzten heute Kurbäder, Wellnesszentren, Kliniken und Gesundheitshotels. Gleiches gilt für die in der Anlage B 9 zu den Akten gereichten weiteren deutschsprachigen Internetpräsentationen. Auch trifft die bereits vom Landgericht exemplarisch getroffene Feststellung zu, dass z.B. in den Zeitschriften "B. F." (Anlage B 20), "P." (Anlage B 21), "P. K." (Anlage B 24) und "G." (Anlage B 25) sowie "H." umfangreich und teilweise über Seiten hinweg dem interessierten Leser erklärt werden muss, was es denn mit dem "Spa-Konzept" auf sich hat und wie und wo man in und mit solchen "SPAS" "Spass" haben könne. Diese umfangreichen, durchweg auch in den von der Beklagten im Berufungsverfahren zu den Akten gereichten weiteren Ausschnitten aus Zeitschriften etc. ersichtlichen Erläuterungen wären sicher weder notwendig noch angezeigt, wenn der Vortrag der Beklagten richtig wäre, heute wisse praktisch jedermann, dass der Begriff "Spa" als Synonym für Wellness-, Fitness- und Gesundheitsprogramme stehe. Exemplarisch verweist der Senat insoweit auf die Anlage B 32, in der auf der Homepage des S. erklärt wird, dass "Spa" für "Salus per aqua" stehe und dass und wo man sich in "Beauty-Farmen" und sogenannten "Day Spa's" verwöhnen lassen könne. Auch in der Internetpräsentation der Zeitschrift "W. am S." (Anlage B 33) wird unter der Überschrift "Oasen in der Großstadt" erklärt, was "Day Spa's" sind und wo man sie finden kann. Gemeinsam ist allen von der Beklagten vorgelegten Unterlagen, dass dem Leser jeweils erst

erklärt werden muss, dass der Begriff "Spa" im Zusammenhang mit Gesundheit, Fitness und Schönheit eine bestimmte Bedeutung erlangen oder bereits erlangt haben soll. So wird etwa in den Anlagen B 33, B 34 und B 35 beschrieben, was "Spa" bedeuten soll, in der Anlage B 38 wird die Überschrift "Day Spa" als "Wellness-Programm für einen Tag" erklärt, ebenso in dem Internetauftritt des Fernsehsenders "3s." (Anlage B 39).

Belegen damit die von den Beklagten selbst zu den Akten gereichten Unterlagen, dass der angesprochene Verkehr den Begriff "Spa" nicht in dem von ihr behaupteten Sinne als (glatt) beschreibende Angabe versteht, spricht hierfür auch die Tatsache, dass die Bezeichnung "Spa" als angebliches Synonym für Einrichtungen und Produkte der Beauty- und Wellnesssparte allen an der angefochtenen Entscheidung mitwirkenden Richtern des Landgerichts unbekannt war. Das ist insoweit nicht ohne Bedeutung, als auch die Mitglieder des Senats beim Lesen/Hören des Begriffs "Spa" sofort an den belgischen Kurort gedacht, keineswegs jedoch assoziiert haben, damit könne im weitesten Sinne eine Wellness-, Beauty-, Ernährungs- und/oder Fitnessbehandlung umschrieben sein. Lediglich einem Senatsmitglied war bekannt, dass "Spa" auch etwas anderes bezeichnen könnte als den belgischen Ort oder das seinen Namen tragende, auch in der Bundesrepublik Deutschland vertriebene Mineralwasser. Da die Mitglieder des Senats ebenso wie die Mitglieder der Kammer zu den angesprochenen Verkehrskreisen zählen, liegt die Annahme, bis auf einen zu vernachlässigenden Teil des angesprochenen Verkehrs verstehe dieser die Herkunftsangabe "Spa" (nunmehr) entgegen dem Kenntnisstand aller an dem Verfahren beteiligten Richterinnen und Richter als glatt beschreibende Angabe, außerordentlich fern.

37

Führt demgemäß der Sachvortrag der Beklagten nicht zu der Annahme, die geografische Herkunftsangabe "Spa" habe sich in eine Gattungsbezeichnung nach § 126 Abs. 2 Satz 2 MarkenG umgewandelt, kann auch die Gefahr einer Irreführung über die Herkunft der mit "SPASPA", "SPASPASPA", "Spa24" und/oder "Spa4you" bezeichneten Produkte der Beklagten wie namentlich Mittel zur Körper- und Schönheitspflege sowie den in den Markenmeldungen näher bezeichneten Dienstleistungen nicht in Zweifel gezogen werden. Von der Gefahr einer Irreführung über die geografische Herkunft der Produkte ist auszugehen, wenn die angegriffene Bezeichnung bei einem nicht unwesentlichen Teil der Verkehrskreise eine unrichtige Vorstellung über die geografische Herkunft der Produkte hervorruft (BGH, a.a.O. "Spa" unter Hinweis unter anderem auf seine in GRUR 1999, 252, 255 = WRP 1998, 1002 veröffentlichten Entscheidung "Warsteiner II"). Unerheblich ist in diesem Zusammenhang dagegen, ob die geografische Herkunft der Ware für die Kaufentscheidung des Verbrauchers Relevanz im Sinne von § 3 UWG hat. Der Schutz der einfachen geografischen Herkunftsangabe nach § 127 Abs. 1 MarkenG setzt das nämlich nicht voraus (BGHZ 139, 138, 140 = BGH GRUR 1999, 252, 254 "Warsteiner II" m.w.N.; BGH GRUR 2001, 420, 421 "SPA"; offengelassen in BGH GRUR 2002, 160, 162 "Warsteiner III" und BGH GRUR 2002, 1074, 1076 "Original Oettinger").

38

Bei der Prüfung der Frage, ob die von den Beklagten verwendeten Bezeichnungen geeignet sind, über die Herkunft ihrer Produkte, die keinen Bezug zu dem Ort Spa haben, in die Irre zu führen, teilt der Senat die - wenn auch in anderem Zusammenhang, nämlich bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG - geäußerte Auffassung des Landgerichts, dass der angesprochene Verkehr die Wortverdoppelung oder Wortverdreifachung der Angabe "Spa" in "SPASPA" und "SPASPASPA" der Einfachheit halber auf eine einzige, mit der Herkunftsangabe "Spa" gleichlautende Silbe verkürzt. Jedenfalls handelt es sich aber um hochgradig ähnliche Bezeichnungen, in denen der angesprochene Verkehr ohne weiteres die Ortsbezeichnung "Spa" wiedererkennt und beim Lesen dieser Begriffe auch sofort an den belgischen Kurort "Spa" denkt. Auch in den Zeichen

39

"Spa24" und "Spa4you" ist der Wortbestandteil "Spa" prägnant, der Verkehr denkt wiederum an den belgischen Kurort und fasst die Zusätze "24" bzw. "4you" aus den vom Landgericht genannten Gründen beschreibend auf. Der Zusatz "24" ist aus Sicht des Verkehrs eine bloße Beschreibung für einen Service rund um die Uhr, die Ergänzung "4you" entspricht in der Tat einem gängigen Wortspiel, sie wird vom angesprochenen Verkehr zwanglos mit "für Dich" übersetzt und damit als werblicher Hinweis auf den Verwendungszweck verstanden. Aus Sicht des Senats kann deshalb kein Zweifel daran bestehen, dass die von der Beklagten gewählten Bezeichnungen der nach § 127 Abs. 1 MarkenG geschützten geografischen Herkunftsangabe "Spa" im Sinne des § 127 Abs. 4 MarkenG ähnlich sind. Ebenso wenig kann in Zweifel gezogen werden, dass bei einem nicht unbeachtlichen Teil der beteiligten Verkehrskreise insoweit eine unrichtige Vorstellung über die geografische Herkunft der von den Beklagten vertriebenen Produkte insbesondere aus dem Bereich der Körper- und Schönheitspflege entsteht, als dieser Teil des Verkehrs glaubt, die mit den Zeichen "SPASPA", "SPASPASPA", "Spa 24" oder "Spa4you" versehenen Produkte stammten aus der in Belgien gelegenen Stadt Spa oder enthielten zumindest Mineralwässer aus den in Spa gelegenen Quellen. Diese Annahme liegt insbesondere für den Teil des angesprochenen Verkehrs nahe, der weiß, dass namentlich bei der Herstellung von Kosmetika Mineralwässer Verwendung finden.

Im Ergebnis gilt nichts anderes, soweit die von den Beklagten angemeldeten und eingetragenen Marken die in den Markenmeldungen umschriebenen Dienstleistungen wie namentlich Dienstleistungen eines Lifestyle- und Wellnessberaters, Dienstleistungen einer Kosmetikerin sowie der Betrieb eines Kosmetikinstituts und ernährungswissenschaftliche Beratung betreffen. In Anbetracht der Tatsache, dass sich die Angabe "Spa" von einem belgischen Ort ableitet, der dem Publikum als traditionsreicher Kurort und Sitz von Mineralquellen bekannt ist, besteht ohne weiteres die Gefahr, dass ein relevanter Teil des angesprochenen Verkehrs annimmt, die ihm unter den angegriffenen Bezeichnungen angebotenen Dienstleistungen hätten einen Bezug zum Ort Spa, insbesondere würden ihm diese Dienstleistungen von einem dort ansässigen oder dort herstammenden Unternehmen angeboten.

40

Im übrigen enthalten die von den Beklagten angemeldeten und benutzten Marken keine die Irreführungsgefahr beseitigende oder einschränkende entlokalisierende Zusätze. Insoweit ist zum einen auf die Marken selbst und nicht etwa gegebenenfalls auf die Produktausstattungen abzustellen. Selbst wenn das anders wäre, wäre der Berufung der Beklagten dennoch der Erfolg zu versagen, und zwar deshalb, weil das Verbot des § 127 Abs. 1 MarkenG zwar unter dem Vorbehalt der Verhältnismäßigkeit steht (BGH GRUR 2002, 1074, 1076 "Original Oettinger") und deshalb der Grundsatz, dass im Allgemeinen kein schutzwürdiges Interesse Dritter besteht, eine unrichtige geografische Herkunftsangabe zu verwenden, nicht ausnahmslos und ohne Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls gilt. Im Streitfall spielt der in diesem Sinne verstandene Verhältnismäßigkeitsgrundsatz jedoch schon deshalb keine Rolle, weil es zum einen um die Marken der Beklagten selbst und nicht die Ausstattung ihrer Produkte geht, und die Beklagten zum anderen auch nicht im Ansatz vorgetragen haben, welche entlokalisierenden Zusätze außerhalb der Marken vorhanden sein könnten. Im übrigen besteht zumindest die Gefahr, dass die Beklagten die angemeldeten Marken in ihrer eingetragenen Form, das heißt ohne (weitere) entlokalisierenden Zusätze zu benutzen beabsichtigen.

41

Sind dem gemäß die Voraussetzungen des § 127 MarkenG erfüllt und kann aus den vom Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung "Spa" genannten Gründen die Berechtigung der Klägerin zur Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs nach § 128 Abs. 1 MarkenG, §

42

13 Abs. 2 Nr. 1 UWG nicht in Zweifel gezogen werden, kann im übrigen dahinstehen, ob sich der Unterlassungsanspruch und die sich aus §§ 128 Abs. 2, 127 Abs. 1 MarkenG in Verbindung mit § 242 BGB ergebenden Annexansprüche in Form des Auskunft- und des Schadensersatzfeststellungsanspruchs auch - wie das Landgericht gemeint hat - aus §§ 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 und Abs. 6 MarkenG ergeben.

Letztlich ist für die von der Beklagten begehrte Aussetzung des Rechtsstreits kein Raum. 43
Denn ungeachtet der Tatsache, dass nach dem Vorgesagten die Voraussetzungen des absoluten Schutzhindernisses des allein in Betracht kommenden § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht vorliegen, weil "Spa" nicht wie von den Beklagten behauptet rein beschreibend verstanden wird, kommt es für die Entscheidung des Rechtsstreits auf die Rechtsbeständigkeit der Marke 2 106 346 "SPA" der Klägerin nicht an, weil die Begründetheit der Klage bereits aus §§ 126 ff. MarkenG folgt.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige 44
Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711, 108 ZPO.

Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision nach § 543 Abs. 1 Nr. 1, Abs. 2 ZPO 45
liegen nicht vor. Der Rechtssache kommt weder grundsätzliche Bedeutung zu noch erfordern Belange der Rechtsfortbildung oder der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung durch den Bundesgerichtshof. Streitentscheidend ist vielmehr eine über den entschiedenen Fall nicht hinausweisende Subsumtion eines individuellen, auch tatrichterlich zu beurteilenden Sachverhalts unter Normen und Rechtsgrundsätze, die in der höchstrichterlichen Rechtsprechung, namentlich in den vorerwähnten, aus den Jahren 2001 und 2002 stammenden Entscheidungen "SPA" und "Original Oettinger", bereits eine Klärung erfahren haben.

Der Wert der mit diesem Urteil verbundenen Beschwerde der Beklagten übersteigt den Betrag 46
von 20.000,00 EUR.