

---

**Datum:** 14.07.2006  
**Gericht:** Oberlandesgericht Köln  
**Spruchkörper:** 6. Zivilsenat  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** 6 U 34/06  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGK:2006:0714.6U34.06.00

---

**Vorinstanz:** Landgericht Köln, 31 O 792/04

---

**Tenor:**

1.

Die Berufung der Beklagten gegen das am 29.12.2005 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 792/04 - wird zurückgewiesen.

2.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Beklagte.

3.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Der Beklagten wird nachgelassen, die Zwangsvollstreckung der Klägerin durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des aufgrund des Urteils zu vollstreckenden Betrages abzuwenden, wenn nicht die Klägerin zuvor Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags leistet.

4.

Die Revision wird nicht zugelassen.

---

## Gründe

I.

Die Klägerin stellt Wurst- und Fleischwaren her, so auch eine "Knoblauchwurst nach türkischer Art", und vertreibt diese u.a. in Deutschland unter ihrer Marke "F.". Hinsichtlich der äußeren Aufmachung der Produktverpackung der fraglichen Knoblauchwürste wird exemplarisch auf die aus der Anlage K 3 (Bl. 29) ersichtliche Abbildung Bezug genommen. Die gleichfalls in Deutschland ansässige Beklagte handelt mit türkischen Lebensmittelprodukten. Unter ihrer Handelsmarke "O." bringt sie Knoblauchwürste in der nachstehend in die Wiedergabe der erstinstanzlichen Klageanträge eingeblendeten Produktausstattung, farbig wiedergegeben in der Anlage K 16 (Bl. 67), in den Verkehr.

Die Klägerin hält diese Verpackungsausstattung für eine nahezu identische Nachahmung ihrer eigenen Produktausstattung und hat die Beklagte im Wege des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes wegen vermeidbarer betrieblicher Herkunftstäuschung auf Unterlassung des Vertriebs in Anspruch genommen.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es unter Androhung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen, 1000 g-Wurstpackungen mit dem Motiv "Doppellandschaft" so anzubieten und/oder zu bewerben und/oder in den Verkehr zu bringen, wie nachstehend wiedergegeben:

(Abbildung wurde entfernt)Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Mit Urteil vom 29.12.2005, auf dessen tatsächliche Feststellungen gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO ergänzend Bezug genommen wird, hat das Landgericht der Klage stattgegeben. Zur Begründung hat die Kammer ausgeführt, dass den klägerischen Verpackungsausstattungen wettbewerbliche Eigenart zukomme und die angegriffenen Verpackungen sich als deren unlautere Nachahmung darstellten.

Gegen diese Beurteilung wendet die Beklagte sich mit der Berufung. Mit ihrem Rechtsmittel verfolgt sie ihr Ziel der Klageabweisung weiter unter Wiederholung und Vertiefung ihrer erstinstanzlichen Darlegungen. Die Klägerin verteidigt das erstinstanzliche Urteil.

II.

Die zulässige Berufung bleibt in der Sache ohne Erfolg. Zu Recht und mit zutreffender Begründung hat das Landgericht Ansprüche der Klägerin aus ergänzendem wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz bejaht. Die angegriffene Verpackungsausstattung stellt sich als wettbewerblich unlautere Nachahmung der klägerischen Wurstverpackungen in der äußeren Aufmachung wie in der Anlage K 3 wiedergegeben i.S. von § 1 UWG a.F. bzw. §§ 3, 4 Nr. 9 a UWG dar.

1.

Nach den zu § 1 UWG a.F. entwickelten Grundsätzen, die nunmehr in §§ 3, 4 Nr. 9 a UWG verankert sind, können Ansprüche aus ergänzendem wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz gegen die Verwertung eines fremden Leistungsergebnisses begründet sein, wenn bei dem Vertrieb von Nachahmungen eines Erzeugnisses die Gefahr einer Herkunftstäuschung besteht und der Nachahmer zumutbare und geeignete Maßnahmen zur Vermeidung der Verwechslung unterlassen hat (ständige Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs; vgl. zuletzt BGH GRUR 2005, 600 - Handtuchklemmen; BGH WRP 2005, 88 - Puppenausstattungen). Dieser ergänzende wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz gegen eine vermeidbare Herkunftstäuschung hat nicht nur zur Voraussetzung, dass das nachgeahmte Erzeugnis bei den maßgeblichen Verkehrskreisen eine gewisse Bekanntheit erlangt hat, sondern es muss wettbewerbsrechtliche Eigenart besitzen. Die erforderliche, nämlich im Fall der Nachahmung die Gefahr der Herkunftstäuschung begründende wettbewerbsrechtliche Eigenart ist gegeben, wenn die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des Erzeugnisses geeignet sind, die interessierten Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen (BGH a.a.O.). Diese Voraussetzungen lassen sich im Streitfall feststellen.

a) 15

Die klägerische Verpackung für (1000 g der) "Knoblauchwurst nach türkischer Art" in der exemplarisch aus der Anlage K 3 ersichtlichen Aufmachung verfügt von Hause aus über wettbewerbsrechtliche Eigenart. Sie weist nämlich eine Reihe von Merkmalen auf, die in ihrer Kombination geeignet sind, auf die betriebliche Herkunft der solcherart gestalteten Waren hinzuweisen. 16

Der Eindruck wird maßgeblich geprägt durch die bildliche Darstellung im unteren Bereich der Verpackung. Im Vordergrund befindet sich die naturalistische Darstellung derjenigen Tiere – schwarz-weiß geflecktes Rind und Schafe –, deren Fleisch für die Würste verarbeitet wird. Sie ist eingebettet in eine grüne Wiesenlandschaft, wobei sich im fernen Hintergrund eine Bergkette abzeichnet und vor dieser ein kleines Dorf mit Moschee nebst hohen Minaretten zu erkennen ist. Durch die einer natürlichen Wahrnehmung nicht entsprechende, weil übergroße Abbildung der Tiere im Vergleich zur Landschaft wird der Blick stark auf die Tiergruppe im Vordergrund gezogen. Ein Effekt, der zusätzlich dadurch betont wird, dass der Hintergrund nicht vollständig ausgemalt ist, sondern die Silhouette des Rindes teilweise nach oben in das Klarsichtfenster für die verpackte Ware hineinragt. Der Kontrast zwischen der in leuchtenden Grün- und Blautönen gehaltenen Landschaft und dem kräftigen Gelb des übrigen Verpackungshintergrundes – einer für die Präsentation von Fleischwaren eher untypischen Farbe – trägt zu dem Gesamteindruck einer naiven Landschaftsmalerei bei, in welche ein Hinweis auf die Art des verwendeten Tierfleisches deutlich, gleichzeitig aber auch stilistisch passend integriert ist. 17

Der Beklagten ist zwar zuzustimmen, dass die dieser Gestaltung zugrunde liegende Idee, sowohl einen Hinweis auf die wesentlichen Zutaten der Würste als auch auf die regionale Herkunft des Rezepts aus der Türkei zu geben, für sich gesehen frei ist. Schutz genießt indes die künstlerisch-ästhetische Umsetzung, welche diese Idee konkret erfahren hat. Im Streitfall ist dies die Gesamtanmutung einer an naive Malerei erinnernden, naturalistischen Darstellung von Tieren in einer idealisierten türkischen Landschaft. 18

b) 19

Diese spezifische und zur wettbewerbsrechtlichen Eigenart der Verpackung führende Gestaltung findet sich in keiner Verpackung des wettbewerbsrechtlichen Umfelds wieder. Der Senat nimmt 20

insoweit die ausführlichen Feststellungen der Kammer als richtig in Bezug, wonach Verpackungen in der äußeren Aufmachung der Anlagen L1.1 bis L1.3, L2, L3.1 bis L3.3 und L4.1 bis L4.10 allenfalls über das eine oder andere Ausstattungselement, sei es Landschaft oder Tiere, letztere aber wiederum in keinem Fall in einer vergleichbar betonenden Darstellung, verfügen, nicht aber über eine Kombination derselben mit der Folge, dass auch die Gesamtanmutung eine andere ist.

2. 21

Der Senat folgt dem Landgericht auch darin, dass die klägerische Verpackungsausstattung bei den maßgeblichen Verkehrskreisen eine gewisse Bekanntheit (vgl. hierzu BGH a.a.O. – Handtuchklemmen; BGH a.a.O. - Jeans) erreicht hat, welche erforderlich ist, um die Gefahr einer Herkunftstäuschung durch den Vertrieb von Nachahmungen überhaupt erst entstehen zu lassen. 22

Die Beklagte wendet sich insoweit ohne Erfolg gegen die von dem Landgericht vorgenommene Würdigung der Aussage des Zeugen P.. Auf der Grundlage seiner nachvollziehbar erläuterten und in sich stimmigen Bekundungen ist die Kammer zu Recht davon ausgegangen, dass die maßgebliche Verpackungsgestaltung der Klägerin seit März 2002 in den Verkehr gebracht worden ist. In Anbetracht der von dem Zeugen, welcher sich in nicht zu beanstandender Weise nach eigenem Bekunden vor seiner Vernehmung in der Buchhaltung der Klägerin hierüber informiert hatte, weiter bestätigten ganz erheblichen Umsatzzahlen in Deutschland allein in den Jahren von 2002 bis 2004, dem Jahr des Marktzutritts der Beklagten mit der angegriffenen Verpackung, lässt sich ohne weiteres feststellen, dass der Verkehr Herkunftsvorstellungen mit einer derartigen Verpackungsausstattung für Knoblauchwürste verbinden konnte. 23

3. 24

Die angegriffene Produktausstattung stellt sich als unlautere Nachahmung der wettbewerblich eigenartigen Verpackungsgestaltungen der Klägerin dar. 25

a) 26

Die Verpackungsausstattung der Beklagten übernimmt die prägenden Elemente der klägerischen Produkte mit der Folge, dass auch die Gesamtanmutung eine sehr ähnliche ist. 27

Auch hier stehen plakativ im Vordergrund und in der nämlichen Seitenansicht Tiere, ein schwarz-weiß geflecktes Rind und ein Schaf, wobei wiederum die Silhouette des Rindes teilweise in das Klarsichtfenster für die verpackte Ware ragt. Die Tierabbildung ist platziert in eine grüne Landschaft, in deren Hintergrund sich ein türkisches Dorf mit Moschee befindet. Ebenso wie bei der Ausstattung der Klägerin besteht ein Missverhältnis zwischen der Größe der Tiere und dem übrigen Hintergrund, und wiederholt wird auch der starke Farbkontrast zwischen grün-blauer Landschaft und dem für den Mittelteil der Verpackung gewählten kräftigen Gelbton. Der gesamte Stil der Darstellung, nämlich ein naiv-naturalistischer, entspricht exakt dem klägerischen mit der Folge, dass auch der Gesamteindruck sich kaum unterscheidet. 28

Die feststellbaren Unterschiede – Abbildung nur eines Schafs statt mehrerer, näher nach vorne gerückte und deshalb detailgenauere Ortsdarstellung, Wiedergabe eines Flusses im Bildvordergrund – ändern nichts an dieser Bewertung. Sie sind nur geringfügig und angesichts der weitgehenden Übereinstimmungen im Übrigen nicht geeignet, in der 29

Erinnerung des Verbrauchers zu verhaften.

Der Senat vermag der Beklagten insbesondere nicht in ihrer Argumentation zu folgen, der Verbraucher erkenne in ihrer Dorfabbildung eine in der Türkei real existierende Ortschaft, nämlich den Ort S., weshalb er von vorneherein keine Verbindung zu dem Phantasiedorf der klägerischen Verpackungsausstattung herstelle. Es soll zu Gunsten der Beklagten davon ausgegangen werden, dass sich der in der Schwarzmeerregion gelegene Ort S. so großer Bekanntheit als türkisches "Idealdorf" erfreut, dass er den angesprochenen – türkischen wie deutschen – Verbrauchern als solches vertraut ist. Die Unterschiede zu der Dorfabbildung auf den angegriffenen Verpackungen sind dennoch so groß, dass allenfalls eine Anlehnung an S. erkennbar sein mag, indes keine wirklichkeitsgetreue Abbildung vorliegt. Wie sich aus dem von der Beklagten umfangreich überreichten Prospektmaterial ersehen lässt, zeichnet sich S. durch seine herausragende landschaftliche Lage aus. Das Dorf liegt im Tal an den Ufern eines malerischen Sees, und im Hintergrund erheben sich bewaldete Bergketten. Besonderheiten des Ortes selbst sind demgegenüber nicht ersichtlich; insbesondere ist das Vorhandensein einer Moschee nicht typisch gerade für S., sondern für eine türkische Ortschaft im allgemeinen. Von den Besonderheiten dieser Ortslage findet sich in der angegriffenen Ausstattung fast nichts wieder. Anstelle des zuordnungsstarken Sees findet sich nur ein Flusslauf, und die Berghänge sind durch einen grünen Hügel ersetzt. Auch derjenige Verkehrsteilnehmer, der S. kennt, wird dieses bestimmte Dorf deshalb in der angegriffenen Ausstattung nicht wiedererkennen mit der weiteren Folge, dass er – nur – die hohe Ähnlichkeit mit der klägerischen Produktausstattung registrieren wird.

b) 31

Ungeachtet des in hohem Maße ähnlichen Gesamteindrucks der Verpackungsausstattungen wird zwar, wie die Kammer zutreffend festgestellt hat, aufgrund der auf den Produkten aufbrachten unterschiedlichen Unternehmens- und Produktkennzeichnungen sowie der verbleibenden Unterschiede in einzelnen Gestaltungsdetails, wozu auch die bei der Klägerin nicht anzutreffende Wiederholung des Landschaftshintergrundes im oberen Verpackungsteil zählt, die Gefahr unmittelbarer Herkunftstäuschungen des Verkehrs i.S. des § 4 Nr. 9 a UWG nicht anzunehmen sein. Insbesondere gilt dies dann, wenn dem Verbraucher die Marke "O." bestens vertraut sein sollte, wie die Beklagte dies für sich in Anspruch nimmt.

Nicht ausgeräumt ist indes die Gefahr mittelbarer Herkunftstäuschungen. Unstreitig handelt es sich bei der Beklagten um den früheren gewerblichen Hauptabnehmer der Klägerin. Sie verweist unter Bezugnahme auf die von ihr umfangreich betriebene, unter anderem in türkischsprachigen deutschen Fernsehsendern ausgestrahlte Werbung zudem selbst darauf, dass sich ihre Handelsmarke "O." bei den an türkischen Lebensmitteln interessierten Verkehrskreisen einer nicht unerheblichen Bekanntheit erfreut. Der Verbraucher wird deshalb zwar grundsätzlich zwischen der klägerischen Marke "F." als der eines Herstellers und demgegenüber der Marke "O." der nur mit dem Handel befassten Beklagten unterscheiden. Begegnen ihm sodann aber mit der Marke "O." gekennzeichnete Wurstverpackungen, welche erhebliche Ähnlichkeit mit den Produktausstattungen der Klägerin aufweisen, wird er dem Irrtum unterliegen, es bestünden (weiterhin) geschäftliche Verbindungen der Parteien. Für eine Handelsmarke ist es nämlich gerade typisch, dass ihr Vertreiber mit dem – nach außen regelmäßig nicht auftretenden – Hersteller der angebotenen Ware zusammenarbeiten muss, wobei sogar identische Vertriebsstätten benutzt werden können, der Verbraucher also auch dann nicht in seiner Vorstellung von einer geschäftlichen Verbindung berichtigt wird, wenn ihm die sich gegenüberstehenden Produkte nebeneinander in demselben Ladenlokal begegnen.

Dem Senat sind keine Anhaltspunkte für die Erkenntnis vermittelt worden, dass diese für Lebensmittel erwerbende deutsche Verkehrsteilnehmer, zu denen die Senatsmitglieder zählen, geltende Erfahrung für den Fall eines Zusammentreffens von Hersteller- und Handelsmarke nicht für türkische/türkischstämmige Verbraucher gelten würde. Im Gegenteil hat die Beklagte auch noch in der mündlichen Verhandlung vor dem Senat hervorgehoben, dass deren Sicht grundsätzlich der deutscher Verbraucher entspricht.	34
Anderes lässt sich auch nicht der zum Gemeinschaftsmarkenrecht ergangenen Entscheidung "H." des Bundesgerichtshofs (GRUR 2004, 947) entnehmen. Von einer gespaltenen Verkehrsauffassung, in denen ein Teil des Verkehrs ein bestimmtes Zeichen als Herkunftshinweis versteht, während ein anderer Teil aufgrund spezifischer (Fremd-)Sprachenkenntnisse darin eine beschreibende Angabe sieht, kann im Streitfall nämlich keine Rede sein. In Frage steht allein das Verständnis des Verkehrs vom Vorhandensein einer geschäftlichen Verbindung zwischen den Benutzern einer Hersteller- und einer Handelsmarke in Fällen, in denen die beiderseits verwendeten Produktausstattungen sich in ihrem Gesamteindruck hochgradig ähnlich sind. Dass dieses aber bei den Käufern türkischer Lebensmittel in Deutschland, als welche grundsätzlich neben türkischen/türkischstämmigen Verbrauchern auch deutsche in Betracht kommen, in Abhängigkeit von der Nationalität ein jeweils anderes sein könnte, hat die Klägerin nicht vorgetragen und ist auch nicht ersichtlich.	35
4.	36
Die Kostenfolge ergibt sich aus § 97 Abs. 1 ZPO.	37
Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in den §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.	38
Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision liegen nicht vor, nachdem der Entscheidungsschwerpunkt im tatrichterlichen Bereich liegt und die berührten grundsätzlichen Rechtsfragen bereits eine Klärung durch die zitierten Entscheidungen des Bundesgerichtshofs gefunden haben.	39