
Datum: 09.01.2009
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 116/08
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2009:0109.6U116.08.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 62/07

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 2. Mai 2008 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln – 81 O 62/07 – wird zurückgewiesen.

Die Beklagte hat auch die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Vollstreckung des Unterlassungsanspruchs durch Sicherheitsleistung in Höhe von 65.000,00 € und des Auskunfts- und Rechnungslegungsanspruchs durch Sicherheitsleistung in Höhe von 5.000,00 € abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet. Sie kann die Vollstreckung des Kostenerstattungsanspruchs durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des auf Grund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Gründe

- I. 1
- 2
- Die Parteien vertreiben Pferdepfleegeräte (Striegel, Bürsten, Schweißmesser, Hufkratzer). Die Klägerin, die seit dem Frühjahr 2004 mit einem zuvor auf einer Fachmesse in Birmingham vorgestellten Sortiment ihrer Produkte auf dem deutschen Markt vertreten ist, hält mehrere von der Beklagten im September 2006 auf der Kölner Messe SPOGA angebotene Produkte für unlautere Nachahmungen ihrer „F“. Mit dem angefochtenen Urteil, auf das wegen der Einzelheiten verwiesen wird, hat das Landgericht die Beklagte im Wesentlichen antragsgemäß zur Unterlassung, Auskunft und Rechnungslegung verurteilt sowie ihre Schadensersatzpflicht festgestellt. Mit ihrer auf eine Verletzung materiellen Rechts gestützten Berufung verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Die Klägerin verteidigt die angefochtene Entscheidung 3
- II. 4
- Die zulässige Berufung bleibt in der Sache ohne Erfolg. Zu Recht hat das Landgericht einen auf den Tatbestand der vermeidbaren Herkunftstäuschung durch Übernahme fremder Leistungen (§§ 3, 4 Nr. 9 lit. a UWG) gestützten Unterlassungsanspruch (§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1 UWG) und entsprechende Annexansprüche (§ 9 UWG, § 242 BGB) der Klägerin bejaht. Seine tatsächlichen Feststellungen und zutreffenden rechtlichen Erwägungen, denen der Senat beitrifft, werden durch das Berufungsvorbringen nicht entkräftet. Vielmehr bestätigt ein Vergleich der streitbefangenen Produkte – die bei der Berufungsverhandlung vorgelegen haben und in Augenschein genommen worden sind – die Begründung und das Ergebnis des erstinstanzlichen Urteils in vollem Umfang. 5
1. Das Gesetz gewährt dem Hersteller eines wettbewerblich eigenartigen Erzeugnisses ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz, wenn bei dem Vertrieb von Nachahmungen dieses Erzeugnisses die Gefahr einer Herkunftstäuschung besteht und der Nachahmer zumutbare und geeignete Maßnahmen zu deren Vermeidung unterlassen hat. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen dem Grad der wettbewerblichen Eigenart, der Art und Weise und der Intensität der Übernahme sowie den weiteren unlauterkeitsbegründenden Umständen. Je größer die wettbewerbliche Eigenart und je größer der Grad der Übernahme sind, desto geringere Anforderungen sind an die besonderen Umstände zu stellen, die die Wettbewerbswidrigkeit der Nachahmung begründen (st. Rspr.: BGH, GRUR 2007, 339 [Rn. 24] – Stufenleitern; GRUR 2007, 984 [Rn. 14] – Gartenliege; GRUR 2008, 793 [Rn. 27] – Rillenkoffer m.w.N.). 6
- a) Ein Erzeugnis besitzt wettbewerbliche Eigenart, wenn es (anders als dies bei „Allerweltserzeugnissen“ oder „Dutzendware“ der Fall ist) durch seine konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale geeignet ist, die interessierten Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen (BGH, GRUR 2007, 339 [Rn. 26] – Stufenleitern; GRUR 2008, 793 [Rn. 29] – Rillenkoffer, jeweils m.w.N.). Dabei kann auch einem Produktprogramm als Gesamtheit von Erzeugnissen mit Gemeinsamkeiten in der Zweckbestimmung und Formgestaltung Schutz gewährt werden. Voraussetzung ist dabei 7

nicht, dass jedes einzelne Teil für sich genommen eine wettbewerbliche Eigenart aufweist. Diese kann vielmehr auch in einer wiederkehrenden Formgestaltung mit charakteristischen Besonderheiten bestehen, die bewirken, dass sich die zum Programm gehörenden Gegenstände für den Verkehr deutlich von Waren anderer Hersteller abheben (GRUR 2008, 793 [Rn. 29] – Rillenkoffer m.w.N.). Verbindet der Verkehr damit gewisse Qualitätserwartungen oder legt er Wert auf die Herkunft der Produkte aus einem bestimmten Betrieb, kann nicht nur im engeren Sinne ästhetischen Elementen, sondern auch technisch bedingten Merkmalen wettbewerbliche Eigenart zukommen, wenn sie frei wählbar und austauschbar sind (BGH, GRUR 2002, 820 [822] – Bremszangen; GRUR 2005, 600 [603] – Handtuchhalter; GRUR 2007, 339 [Rn. 27] – Stufenleitern; GRUR 2007, 984 [Rn. 20] – Gartenliege; Hefermehl / Köhler / Bornkamm, UWG, 26. Aufl., § 4 Rn. 9.28 m.w.N.).

Bei Anwendung dieser Grundsätze auf die unstreitigen Umstände des Streitfalles zeigt sich eine hochgradige wettbewerbliche Eigenart der klägerischen Produktserie. Wie schon das Landgericht im Einzelnen zutreffend ausgeführt hat, heben sich die Erzeugnisse der Klägerin sowohl einzeln als auch in ihrem Sortimentsverbund durch ihre gefälligen Formen, die Kombination zweier Kunststoffe verschiedener Farbe und Konsistenz, die originelle Verbindung von Funktionalität und bedienungsfreundlichem Design vor allem bei den Griffelementen und ihr charakteristisches, trotz notwendig funktionsbedingter Unterschiede dennoch einheitlich wirkendes Gesamterscheinungsbild ausgesprochen deutlich von allem Landläufigen und Durchschnittlichen ab, was überdies durch die 2004 verliehenen Innovationspreise (Anlagen K 3-6) und das von der Klägerin präsentierte wettbewerbliche Umfeld (Anlagen K 24-34, K 49-53) belegt wird. Wie sich aus vorgelegten Katalogen des Fachhandels (Anlagen K 49/50) ergibt, hebt die Werbung der Klägerin Herkunft und Besonderheiten ihrer Produktserie auch deutlich hervor.

8

Da es – wie vom Landgericht zu Recht betont – für die maßgeblichen Qualitätserwartungen und Herkunftsvorstellungen des Verkehrs nicht etwa auf das branchenübliche Design von Haushaltsgeräten oder Artikeln aus dem Bereich des Friseurgewerbes, sondern allein auf den speziellen Markt für Pferdepflegeerzeugnisse ankommt, sind die diesbezüglichen Entgegenhaltungen der Beklagten (Anlagen B1-7) von vornherein unbeachtlich. Nichts anderes gilt im Ergebnis für die seitens der Beklagten angeführten Gebrauchsmusterschriften (Anlagen B 8-10), die – soweit sie überhaupt relevante Designmerkmale erkennen lassen – keine wesentliche Ähnlichkeit mit den schutzbegründenden Merkmalen der Klägerprodukte aufweisen, und für die fremdsprachigen Produktinformationen ausländischer Hersteller (Anlagen B 11 ff.), zu deren inländischem Marktanteil die Berufung – trotz ausdrücklichen Hinweises in den Gründen des angefochtenen Urteils – keine näheren Angaben gemacht hat.

9

Soweit sich die Beklagte schließlich auf etwa gleichzeitig mit ihren eigenen Produkten auf den Markt gekommene – von dem asiatischen Hersteller I und der Firma L angebotene – Nachahmungen der Klägerprodukte bezieht, kann sie sich darauf nicht berufen, da diesbezügliche Ansprüche der Klägerin ersichtlich nicht verwirkt sind (Hefermehl / Köhler / Bornkamm, UWG, 26. Aufl., § 4 Rn. 9.26 m.w.N.), sondern diese im Gegenteil erfolgreich gegen einen unlizenzierten Vertrieb der Konkurrenzprodukte vorgegangen ist (Anlagen K 17 f., 42, 50).

10

b) Die für die Gefahr einer Herkunftstäuschung erforderliche gewisse Bekanntheit (nicht Verkehrsgeltung: BGH, GRUR 2007, 339 [Rn. 39 f.] – Stufenleitern; GRUR 2007, 984 [Rn. 34] – Gartenliege) ergibt sich im Streitfall auch ohne Mitteilung konkreter Absatzzahlen der Klägerin aus der von ihr für die Produkte betriebenen Werbung, wie sie sich der Sache nach bereits aus den erwähnten Katalogen des Fachhandels ergibt. Hinzu kommt die vom

11

Landgericht zutreffend gewürdigte, von der Beklagten auch im Berufungsrechtszug nicht hinreichend (§ 138 ZPO) bestrittene mehrjährige Marktpräsenz der Klägerprodukte.

c) Der Grad der Ähnlichkeit zwischen den von der Beklagten angebotenen
Pferdepflegegeräte und den jeweiligen Produkten sowie der gesamten streitgegenständlichen
Produktserie der Klägerin ist – wie der Augenschein lehrt – ebenfalls hoch, da entsprechend
den sorgfältigen Ausführungen des Landgerichts, auf die der Senat zustimmend Bezug
nimmt, von praktisch identischen Leistungsübernahmen auszugehen ist. Anders als die
Berufung meint, beschränken sich die Nachahmungen der Beklagten keineswegs auf eine
Übernahme von Gestaltungsmerkmalen, die als angemessene technische Lösung dem
freizuhaltenden Stand der Technik zuzurechnen sind, sondern sie imitieren die Produkte – mit
teils geringfügigen und für den Gesamteindruck unerheblichen Variationen – gerade in den
(oben zu lit. a) angeführten frei wählbaren Merkmalen, die deren wettbewerbliche Eigenart
ausmachen. 12

d) Die Gefahr einer (unmittelbaren) Herkunftstäuschung durch die von der Beklagten
vertriebenen Nachahmungen ist unter Berücksichtigung aller vorgenannten Umstände um so
höher, als die in Rede stehenden Produkte – auch soweit sie über Kataloge oder das Internet
vertrieben werden – von den angesprochenen Verkehrskreisen in der Regel nicht gleichzeitig
wahrgenommen und miteinander verglichen, sondern auf Grund eines Erinnerungseindrucks
miteinander in Beziehung gesetzt werden, wobei die übereinstimmenden Merkmale in der
Regel mehr hervortreten als die Unterschiede (vgl. BGH, GRUR 2007, 795 [Rn. 34] –
Handtaschen). Dass potentielle Abnehmer, die mit den charakteristischen Merkmalen der
Klägerprodukte besondere Qualitätserwartungen und die Vorstellung ihrer Herkunft aus
einem bestimmten Unternehmen verbinden, ohne sich in der konkreten Kaufsituation an den
Namen dieses Unternehmens zu erinnern (was auch nicht erforderlich ist: BGH, GRUR 2007,
984 [Rn. 32] – Gartenliege), in dem Angebot der Beklagten diese Produkte wiederzuerkennen
meinen, liegt deshalb nahe. Diese Gefahr wird auch nicht durch gewisse Abweichungen in
eher nebensächlichen Elementen der jeweiligen Produkte wie der naturgemäß
unterschiedlichen – ihrer Form nach aber immer noch ähnlichen – Herstellerkennzeichnung
oder der leicht veränderten Farbgebung ausgeräumt. Soweit die Berufung in diesem
Zusammenhang geltend macht, die Klägerin habe inzwischen durch Vertrieb andersfarbiger
Produkte die Eigenart ihrer Produktserie selbst „verwässert“, folgt daraus nur, dass die Farbe
des verwendeten Kunststoffs kein für die wettbewerbliche Eigenart entscheidendes Element
darstellt und daher auch bei der Frage, ob durch Abweichungen in der Gestaltung eine
Herkunftstäuschung vermieden werden kann, keine entscheidende Bedeutung erlangen
kann. 13

2. Die für den zuerkannten Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr hat
das Landgericht zu Recht nicht nur bezüglich der sieben einzelnen angegriffenen Produkte
bejaht, die von der Beklagten – insoweit unstreitig – auf der SPOGA 2006 angeboten wurden
(Anlage K 7). Begehungsgefahr besteht vielmehr auch für einen Vertrieb der gemeinsam auf
einem Messeplakat (Anlage K 8) abgebildeten sechs Produkte als Sortiment. Das nach eher
unklarer Einlassung in der Berufungsbegründung (S. 13 = Bl. 268 d.A.) in der
Berufungsverhandlung wiederholte erstinstanzliche Vorbringen der Beklagten, nicht etwa die
sechs abgebildeten (verschiedenen) Pferdepflegeprodukte im „Set“, sondern immer nur
sechs (gleiche) Produkte zu einem günstigeren Preis vertrieben zu haben, ist bereits vom
Landgericht zutreffend als nicht plausibel und durch die unstreitigen Umstände widerlegt
gewürdigt worden: Wenn unter den Abbildungen von sechs verschiedenen
Pferdepflegeprodukten auf dem Messeplakat von sechs Einzelstücken in einem Behältnis („6
items, each 1 box“) zu einem (immer gleichen) Sortimentspreis („set price“) die Rede ist, 14

muss das vom redlichen Verkehr als Sonderangebot eines Pflegeartikelsortiments aus den abgebildeten sechs Produkten aufgefasst werden.

3. Gegen den unstreitigen Umfang der Annexansprüche sind Bedenken nicht ersichtlich. 15

III. 16

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 97 Abs. 1, 708 Nr. 10, 711 ZPO. 17

Der Sache kommt weder grundsätzliche Bedeutung zu, noch erfordert die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung durch den Bundesgerichtshof. Es handelt sich vielmehr um eine maßgeblich auf tatrichterlichem Gebiet liegende Entscheidung im Einzelfall, so dass gemäß § 543 Abs. 2 ZPO kein Anlass bestand, die Revision zuzulassen. 18