
Datum: 03.05.2019
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 111/18
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2019:0503.6U111.18.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 31 O 396/17

Tenor:

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 08.05.2018 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln – 31 O 396/17 – wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Antragsgegnerin.

Gründe:

- I. 2
- Die Parteien streiten über die Zulässigkeit einer Mitteilung in einer Publikation und in einer Stellenanzeige der Antragsgegnerin. 3
- Unter der Firma „A Motor-Fahrzeugbau Aktiengesellschaft B“ in Österreich bot die damalige Inhaberin der Marken „A“ und „A C“ Motorräder, Fahrräder und Automobilkühler an, die sie auch selbst herstellte. Über das Vermögen der A Motor-Fahrzeugbau wurde im Dezember 1991 das Konkursverfahren eröffnet. Im Rahmen dieses Verfahrens veräußerte der Masseverwalter die einzelnen vorgenannten Sparten getrennt und an unterschiedliche Personen. 4
- Herr D gab ein Angebot zum Erwerb der Sparte Fahrrad ab. Inhalt des Angebotes war der Erwerb auch der Markenrechte an den „A“-Marken. Die Rechtsvorgängerin der A Industries AG, die E AG, gab ein Angebot ab, das sich auf die Motorradsparte bezog. Auch dieses Angebot enthielt ebenfalls den Erwerb der „A“-Marken. Eine Teilung der Marken war damals rechtlich nicht möglich. 5

Die Gläubigerversammlung änderte die Angebote in Teilen ab. Schließlich sollten die „A“-Marken an die Vorgängerin der A Industries AG übertragen werden, die sich u.a. verpflichtete, dem Erwerber der Sparte Fahrrad eine auf die Herstellung und Lieferung dieser Produkte eingeschränkte Lizenz kostenlos einzuräumen. Auf dieser Basis kam es zu einem entsprechenden Vertragsschluss.

Die E AG übertrug die Markenrechte an den Marken „A“ und „A C“ auf die A-Motorradholding AG (im Folgenden: A-Holding), die eine Umschreibung der Marken im Markenregister bewirkte. Die A-Holding räumte der A-Bike GmbH eine Lizenz zur Verwendung der Marken ein. In der Folgezeit kam es zu einem Streit der Beteiligten über die Frage, ob die A-Holding berechtigt war, die Marken auch im Bereich Fahrräder zu nutzen.

Im Rahmen einer gerichtlichen Auseinandersetzung zwischen den Beteiligten über die Rechte aus dem Lizenzvertrag vor österreichischen Gerichten entschied das Oberlandesgericht Linz, die Antragstellerin habe eine ausschließliche Lizenz erworben. Im Jahr 1997 schlossen die Antragstellerin und die A-Motorradholding Aktiengesellschaft sowie die A Sportmotorcycle AG einen Lizenzvertrag, der den Streit beilegen sollte. Im Rahmen dieses Vertrages wurden alle A-Markenrechte der Antragstellerin auf die A Holding übertragen (§ 2 des Vertrages). Eine ausschließliche weltweite Lizenz der Antragstellerin an den A-Marken für Fahrräder und Fahrradprodukte wurde bestätigt. Weiterhin verpflichteten sich die Firmen A-Holding und A-SMC dazu, das Schlagwort A nicht in der Sparte Fahrrad und insoweit auch nicht als Firmenbestandteil zu nutzen (§ 3).

Die Antragstellerin bietet seit 1992 in ihrer jetzigen Form Fahrräder und Pedelecs sowie Fahrradzubehör unter der Marke „A“ in der Bundesrepublik Deutschland an.

Rechtsnachfolgerin der A-Holding und der A Sportmotorradcycles ist die A AG.

Die Antragsgegnerin wurde 2017 gegründet, betreibt Handel mit Turn- und Sportartikeln aller Art sowie insbesondere auch mit Fahrrädern sowie Fahrrädern mit Elektromotor und hat ihren Sitz in F. Seit 2017 hält die A Industries AG eine Minderheitsbeteiligung in Höhe von 49,9 % an der Antragsgegnerin. Die A Industries AG ist Mehrheitsaktionärin der A AG. Bei der A AG handelt es sich um einen international agierenden Motorrad- und Sportwagenhersteller. Die A Industries AG firmiert seit dem 29.07.2016 unter dieser Bezeichnung (hervorgegangen aus Verschmelzung der G Industries AG auf die H AG).

In der Publikation „I“ (Anlage AST 1, Bl. 23, 24 d.A.) warb die Antragsgegnerin u.a. mit der folgenden Aussage:

„NEXT LEVEL eMOBILITY

Mit der I werden wir das nächste Level in Sache eMobility erreichen. Und dafür können wir uns keinen besseren Partner als die an der I beteiligte A Industries AG vorstellen. Mit ihren weltweit bekannten Marken A Motorrad (ausgenommen A Fahrrad), J, K und L zählt sie in ihren Segmenten jeweils zu den Technologie- und Marktführern. Durch diese strategische Partnerschaft eröffnen sich uns bislang ungeahnte Möglichkeiten auf technologischer sowie strategischer Ebene. Unsere klare Vision: Gemeinsam die führende Rolle im Bereich Zero Emission für Leichtgewichtfahrzeuge einzunehmen.“

In einer Stellenanzeige in dem Fahrradmagazin „M“ warb die Antragsgegnerin wie folgt:

„Unser Fokus liegt auf der Entwicklung und dem Vertrieb von eBikes sowie Fahrrädern. In unterschiedlichen Märkten möchten wir eine Führungsposition in Sachen Technik, Design sowie Wirtschaftlichkeit einnehmen und dafür können wir uns keinen besseren Partner als die an der I beteiligte A Industries AG vorstellen.“

Mit Beschlussverfügung des Landgerichts vom 02.01.2018 ist der Antragsgegnerin verboten worden, mit den Aussagen: 17

„Und dafür können wir uns keinen besseren Partner als die an der I beteiligte A Industries AG vorstellen. Mit ihren weltweit bekannten Marken A Motorrad (ausgenommen A Fahrrad), J, K und L zählt sie in ihren Segmenten jeweils zu den Technologie- und Marktführern.“ 18

sowie der zitierten Passage aus der Stellenanzeige zu werben oder werben zu lassen. Mit Schriftsatz vom 16.01.2018 hat die Antragsgegnerin Widerspruch eingelegt. 19

Die Antragstellerin ist der Auffassung gewesen, es liege sowohl eine unzulässige firmenmäßige Nutzung der Bezeichnung A durch die Antragsgegnerin vor als auch eine lauterkeitsrechtliche Irreführung. Für den Verkehr gehe aus den angegriffenen Äußerungen nicht hervor, ob es die A Industries AG sei, die im Fahrradbereich tätig sei und wem die A Fahrrad-Marken zuzuordnen seien. Der Verkehr könne den angegriffenen Äußerungen nicht entnehmen, dass eine Firma A nichts mit der Antragstellerin zu tun habe. 20

Die Antragstellerin stütze ihre Ansprüche in erster Linie auf die wettbewerbsrechtliche Irreführung und in zweiter Linie auf markenrechtliche Ansprüche. 21

Die Antragstellerin hat beantragt, 22

die einstweilige Verfügung des Landgerichts vom 02.01.2018, Az. 31 O 396/17 zu bestätigen. 23

Die Antragsgegnerin hat beantragt, 24

den Beschluss vom 2. Januar 2018 aufzuheben und den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückzuweisen. 25

Die Antragsgegnerin ist der Auffassung gewesen, sie nutze das Zeichen „A“ nicht im Geschäftsverkehr für ein in der Fahrradbranche tätiges Unternehmen. Sie hat die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Köln sowie eine fehlende Aktivlegitimation der Antragstellerin gerügt. Ein Verfügungsgrund sei nicht gegeben, weil der angegriffene Werbeauftritt der Antragsgegnerin der Antragstellerin aufgrund von Pressekonferenzen und Pressemitteilungen bereits im August 2017 bekannt gewesen sei. Die Antragsgegnerin stelle ausdrücklich klar, dass „A Fahrrad“ nicht zum Konzern der A Industries AG gehöre und diese auch nicht die Marke „A Fahrrad“ nutze. Aufgrund der Regelungen im Lizenzvertrag zwischen der Antragstellerin und der A AG vom 30.09.1997/09.10.1997 sei die Antragstellerin nicht anspruchsberechtigt. Eine Unternehmenskennzeichenrechtsverletzung liege nicht vor. Im Hinblick auf S-Pedelecs und eBikes stehe der Antragstellerin kein Lizenzrecht zu. Mangels Branchennähe und Zeichenähnlichkeit werde keine Verwechslungsgefahr hervorgerufen. Die Antragsgegnerin sei zum Gebrauch der Bezeichnung „A Industries AG“ befugt. Die Bekanntheit der Marke A werde durch die A Industries AG bzw. die A AG im Motorsportbereich geprägt. Der Fahrrad-Fachhandel als Adressat der Publikationen wisse um die strategische Partnerschaft zwischen der A Industries AG und der Antragsgegnerin, so dass hier keine Fehlvorstellungen entstehen könnten. 26

Das Landgericht hat die einstweilige Verfügung mit dem angefochtenen Urteil bestätigt. Das Landgericht Köln sei örtlich zuständig, weil die dem Streit zugrundeliegenden Publikationen planmäßig in Köln verbreitet würden. Die vertragliche Gerichtsstandsvereinbarung im Lizenzvertrag von 1997 betreffe das Verhältnis der hiesigen Verfahrensbeteiligten nicht.

Es liege entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin auch keine anderweitige
Rechtshängigkeit im Hinblick auf das Verfahren 33 O 182/17 vor, was das Landgericht weiter
darlegt. 28

Der Antragstellerin stehe gegen die Antragsgegnerin ein Anspruch auf Unterlassung der
Werbung mit den verfahrensgegenständlichen Aussagen aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, 3, 5
Abs. 2 UWG zu. Die Antragstellerin sei als Mitbewerberin aktivlegitimiert, weil beide Parteien
Fahrräder auf dem gleichen Markt veräußerten. 29

Die streitgegenständlichen Aussagen seien irreführend im Sinne von § 5 Abs. 2 UWG. Die
Aussagen seien geschäftliche Handlungen im Zusammenhang mit der Produktvermarktung
und riefen eine Verwechslungsgefahr hervor, und zwar mit den von der Antragstellerin – als
Mitbewerber – angebotenen Leistungen und dem Kennzeichen „A“ der Antragstellerin in der
Fahrradbranche. Dies gelte auch für das Fachpublikum. Dies begründet das Landgericht im
Einzelnen. 30

Der zugunsten der Antragstellerin vermutete Verfügungsgrund (§ 12 Abs. 2 UWG) sei nicht
widerlegt, nachdem die Antragstellerin glaubhaft gemacht habe, dass sie am 24.11.2017 von
der Stellenanzeige der Antragsgegnerin in der Zeitschrift „M“ erfahren habe und ihr am
30.11.2017 der I überreicht worden sei. 31

Gegen dieses Urteil, auf das gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, wendet
sich die Antragsgegnerin mit ihrer Berufung. Das Landgericht habe in tatsächlicher Hinsicht
fehlerhaft angenommen, dass die Antragstellerin bereits seit 1977 unter der Marke „A“
Fahrräder produziere. Dies entspreche nicht dem Vortrag der Parteien. Unstreitig produziere
die Antragstellerin erst seit 1992 Fahrräder unter der Marke „A“, was die Antragsgegnerin
näher darlegt. 32

Entgegen der Ansicht des Landgerichts seien die angegriffenen Aussagen so gehalten, dass
eine Verwechselungsgefahr im Sinne des § 5 Abs. 2 UWG ausscheide. Das Landgericht
verkenne, dass die Antragstellerin und die A-Motorradsparte seit 25 Jahren nebeneinander
agierten. Aufgrund der Branchennähe zwischen der Fahrrad- und Motorradbranche sei den
Fachkreisen bekannt, dass Fahrrad- und Motorradhersteller zwei unabhängige Unternehmen
seien. Dies belegten auch diverse Presseartikel. 33

Selbst wenn von einer Verwechselungsgefahr ausgegangen würde, wäre diese nicht erst
durch die Publikationen entstanden. Vielmehr bestehe diese seit der Trennung der
Unternehmen 1992 und müsse von beiden Unternehmen hingenommen werden. Etwas
anderes könne nur dann angenommen werden, wenn der Eindruck erweckt würde, die A
Industries AG sei der Fahrradhersteller A. Dies könne unter Berücksichtigung der
streitgegenständlichen Veröffentlichungen nicht angenommen werden, zumal klargestellt
worden sei, dass die A-Fahrradmarken ausgenommen seien. Auch sei die Expertise der A
Industries AG im Bereich der Motorräder hervorgehoben worden. 34

Schließlich seien die Publikationen nicht zu beanstanden, soweit das Recht der
Gleichnamigen betroffen sei. Die Antragsgegnerin habe die bestehende Gleichgewichtslage
nicht unzulässig gestört. Es könne ihr und der A Industries AG nicht untersagt werden, sich 35

an der Entwicklung und Vermarktung von elektrischen Fahrrädern zu beteiligen. Soweit die A Industries AG alles tun müsse, um Verwechselungen zu vermeiden, habe sie dem entsprochen.	
Die Antragsgegnerin beantragt,	36
das Urteil des Landgerichts Köln vom 07.08.2018 (33 O 173/17) aufzuheben und die Klage abzuweisen.	37
Die Antragstellerin beantragt,	38
die Berufung zurückzuweisen.	39
Der Antragstellerin verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrags.	40
II.	41
Die zulässige, insbesondere form- und fristgerecht eingelegte Berufung der Antragsgegnerin hat keinen Erfolg. Das Landgericht hat mit Recht und mit zutreffender Begründung angenommen, dass der von der Klägerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Antragsgegnerin aufgrund einer Irreführung begründet ist und ein Verfügungsgrund besteht. Im Einzelnen:	42
1. Der Anordnungsgrund wird gemäß § 12 Abs. 2 UWG vermutet. Diese Vermutung ist nicht widerlegt. Gegen die entsprechenden Ausführungen des Landgerichts wendet sich die Antragsgegnerin nicht. Das Landgericht hat in diesem Zusammenhang mit Recht angenommen, dass der Verfügungsgrund nicht aufgrund der Kenntnis von vorherigen Verstößen entfallen ist. Hierauf wird Bezug genommen.	43
2. Der Antrag ist auch nicht wegen anderweitiger Rechtshängigkeit unzulässig. Auch insoweit kann auf die nicht angegriffenen Ausführungen der angefochtenen Entscheidung Bezug genommen werden.	44
3. Entgegen der Ansicht der Berufung hat das Landgericht mit Recht angenommen, dass ein Verfügungsanspruch besteht, weil die Antragstellerin gegen die Antragsgegnerin einen Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1, 3, §§ 3, 5 Abs. 2 UWG hat.	45
a) Die Antragstellerin ist als Mitbewerberin nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG aktivlegitimiert, was die Antragsgegnerin – jedenfalls in Bezug auf die wettbewerbsrechtlichen Ansprüche – auch nicht hinreichend in Abrede stellt. Auch stellen die dem Streit zugrundeliegenden Aussagen der Antragsgegnerin geschäftliche Handlungen im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar.	46
b) Die Aussagen der Beklagten sind auch irreführend im Sinne des § 5 Abs. 2 UWG.	47
aa) Nach § 5 Abs. 2 UWG ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie im Zusammenhang mit der Vermarktung von Waren eine Verwechselungsgefahr mit einer anderen Ware oder mit der Marke oder einem anderen Kennzeichen eines Mitbewerbers hervorruft.	48
bb) Zur Vermarktung des Produkts gehören die Werbung für ein Produkt und dessen Gestaltung (vgl. Bornkamm/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO, § 5 Rn. 9.5; Dreyer in Harte/Henning, UWG, 4. Aufl., § 5 J Rn. 30). Die Veröffentlichung von Mitteilungen	49

durch die Antragsgegnerin ist – wie das Landgericht mit Recht und von der Berufung nicht angegriffen angenommen hat – eine geschäftliche Handlung in diesem Sinn.

cc) Das Landgericht hat weiter zutreffend angenommen, dass die angegriffenen Handlungen die Gefahr der Verwechslung hervorrufen. Der Begriff der Verwechslungsgefahr ist im Marken- und Wettbewerbsrecht im Wesentlichen (zu den Unterschieden vgl. Bornkamm/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO, § 5 Rn. 9.6) einheitlich zu bestimmen, wobei alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen sind. Eine Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn im konkreten Kontext der Benutzung der Vermarktung die Gefahr besteht, dass der angesprochene Verkehr die Marken oder andere Kennzeichen, beispielsweise ein Unternehmenskennzeichen (vgl. Bornkamm/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO, § 5 Rn. 9.7) des Mitbewerbers verwechselt oder annimmt, dass sie aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen stammen (vgl. Dreyer in Harte/Henning aaO, § 5 J Rn. 35, mwN).

In diesem Rahmen ist auch das Recht der Gleichnamigen zu berücksichtigen, was dazu führt, dass Verwechslungen in gewissen Umfang hinzunehmen sind (vgl. Bornkamm/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO, § 5 Rn. 9.13, mwN).

Nach diesen Grundsätzen ist eine Verwechslungsgefahr anzunehmen.

Die Antragstellerin steht ein Schutzrecht an dem Firmenschlagwort „A“ zu. Hierzu hat der Senat in dem Urteil vom 05.10.2018 in der Sache 6 U 84/18 folgendes ausgeführt:

„aa) Nach § 5 Abs. 1 MarkenG werden Unternehmenskennzeichen als geschäftliche Bezeichnungen geschützt. Zu den Unternehmenskennzeichen zählen nach § 5 Abs. 2 Satz 1 MarkenG Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr als Name, als Firma oder als besondere Bezeichnung eines Unternehmens benutzt werden. Nach § 15 Abs. 2 MarkenG ist es Dritten untersagt, die geschäftliche Bezeichnung im geschäftlichen Verkehr unbefugt in einer Weise zu benutzen, die geeignet ist, Verwechslungen mit der geschützten Bezeichnung hervorzurufen. Wer eine geschäftliche Bezeichnung entgegen dieser Bestimmung benutzt, kann nach § 15 Abs. 4 Satz 1 MarkenG von dem Inhaber der geschäftlichen Bezeichnung bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Wer die Verletzungshandlung vorsätzlich oder fahrlässig begeht, ist dem Inhaber der geschäftlichen Bezeichnung nach § 15 Abs. 5 Satz 1 MarkenG zum Ersatz des daraus entstandenen Schadens verpflichtet (BGH, Urteil vom 15.02.2018 – I ZR 201/16, MDR 2018, 1012 – goFit).

Die Antragstellerin kann für ihren Firmenbestandteil "A" Schutz nach §§ 5, 15 MarkenG in Anspruch nehmen. Der danach gewährte Schutz des Handelsnamens beschränkt sich nicht auf den Schutz der vollen Firmenbezeichnung, sondern umfasst auch Firmenschlagworte, -bestandteile und -abkürzungen. Hierfür gelten die gleichen Schutzvoraussetzungen wie für inländische Kennzeichen.

bb) Der Firmenbestandteil "A" ist – wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat – nach § 5 Abs. 1 und 2 Satz 1 MarkenG in Deutschland als Unternehmenskennzeichen geschützt.

Für einen Teil einer Firmenbezeichnung kann der vom Schutz des vollständigen Firmennamens abgeleitete Schutz als Unternehmenskennzeichen im Sinne des § 5 Abs. 2 MarkenG beansprucht werden, sofern es sich um einen unterscheidungskräftigen Firmenbestandteil handelt, der seiner Art nach im Vergleich zu den übrigen Firmenbestandteilen geeignet erscheint, sich im Verkehr als schlagwortartiger Hinweis auf das Unternehmen durchzusetzen. Ist dies zu bejahen, kommt es nicht mehr darauf an, ob die

fragliche Kurzbezeichnung tatsächlich als Firmenschlagwort in Alleinstellung verwendet wird und ob sie sich im Verkehr durchgesetzt hat. Der Schutz eines in einer Firmenbezeichnung enthaltenen Bestandteils als Unternehmensschlagwort gemäß § 5 Abs. 2 MarkenG setzt neben der Unterscheidungskraft voraus, dass er nach der Verkehrsauffassung seiner Natur nach geeignet ist, wie ein Name des Unternehmens zu wirken. Die Anforderungen an die Unterscheidungskraft dürfen dabei nicht überspannt werden. Eine besondere Originalität, etwa durch eigenartige Wortbildung oder eine Heraushebung aus der Umgangssprache, ist nicht Voraussetzung für die Bejahung der Unterscheidungskraft. Vielmehr reicht es aus, dass eine rein beschreibende Verwendung nicht festzustellen ist. Nicht schutzfähig ist die gattungsmäßige Bezeichnung des Geschäftsbetriebs (BGH, MDR 2018, 1012 – goFit, mit zahlreichen weiteren Nachweisen aus der höchstrichterlichen Rechtsprechung).	
Der Firmenbestandteil "A" ist nach diesen Grundsätzen unterscheidungskräftig.	58
Unstreitig ist, dass der Bezeichnung "A" nicht die Unterscheidungskraft abgesprochen werden kann. Dies macht auch die Antragsgegnerin nicht geltend. Die Bezeichnung ist nicht beschreibend.	59
Der Firmenbestandteil "A" erscheint seiner Art nach im Vergleich zu den übrigen Firmenbestandteilen geeignet, sich im Verkehr als schlagwortartiger Hinweis auf das Unternehmen durchzusetzen. Gerade weil der Begriff „Fahrrad“ beschreibend ist, ist dieser Bestandteil nicht geeignet, sich im Verkehr durchzusetzen (vgl. BGH, Urteil vom 05.11.2015 – I ZR 50/14, GRUR 2016, 705 – ConText). Das Gleiche gilt für den Bestandteil „GmbH“, der lediglich die Rechtsform benennt.	60
Aus der von der Antragsgegnerin angeführten Entscheidung des BGH (Urteil vom 30.03.1995 – I ZR 60/93, GRUR 1995, 507 – N-Hotel) ergibt sich nach den vorstehenden Darlegungen nichts anderes. So betont der BGH in der genannten Entscheidung zum einen, dass die Frage, welcher Bestandteil sich als Firmenschlagwort eignet, im Einzelfall zu beurteilen ist. Zum anderen stellt er auf die Länge einer Bezeichnung ab. Soweit der BGH in der Entscheidung auch darauf abstellt, dass es der Lebenserfahrung entspricht, eine Bezeichnung zu wählen, die die Tätigkeit näher kennzeichnet, hat er an dieser Auffassung jedenfalls für Fälle, in denen nicht ein Hotel bezeichnet wurde, nicht festgehalten (BGH, GRUR 2016, 705 - ConText). Jedenfalls aufgrund des zu berücksichtigen des Einzelfalls wird der Verkehr nicht dazu neigen, den beschreibenden Begriff „Fahrrad“ zu berücksichtigen.	61
Soweit die Antragsgegnerin in diesem Zusammenhang ausführt, etwas anderes ergebe sich daraus, dass die Antragsgegnerin unter der Bezeichnung „A“ bekannt sei, so dass die Verkürzung nicht in Betracht komme, kann dem nicht beigetreten werden. Richtig ist zwar, dass die Antragsgegnerin erheblich höhere Umsätze macht als die Antragstellerin. Dass dies den angesprochenen Verkehrskreisen bekannt wäre, ist jedoch weder hinreichend vorgetragen noch glaubhaft gemacht. Vielmehr werden sich die angesprochenen Verkehrskreise in der Regel keine Gedanken darüber machen, ob die Antragstellerin und die Firmengruppe der Antragsgegnerin Konzernunternehmen sind oder nicht. Vor diesem Hintergrund eignet sich das Schlagwort „A“ als Bezeichnung (jedenfalls auch) für die Antragstellerin. Diese verfügt – wie darzulegen ist – über prioritätsältere Rechte.	62
Soweit die Antragstellerin international unter „A Bike Industries“ auftritt, ergibt sich hieraus nichts anderes.“	63
An diesen Ausführungen hält der Senat auch nach nochmaliger Prüfung fest.	64
	65

Es besteht auch eine Verwechslungsgefahr, wie das Landgericht zutreffend angenommen hat, nachdem die Antragsgegnerin das Unternehmensschlagwort „A“ in der Fahrradbranche verwandte. Das Landgericht ist davon ausgegangen, dass die angegriffenen Aussagen der Antragsgegnerin dergestalt gehalten seien, dass auch für den Fachverkehr nicht mit der notwendigen Klarheit eine Abgrenzung möglich sei. Auf die zutreffenden Ausführungen kann zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug genommen werden.

Dabei kann der seit Jahren auf Wettbewerbssachen spezialisierte Senat selbst beurteilen, wie die Fachkreise die angegriffenen Aussagen verstehen, zumal zu den Fachkreisen auch kleinere Fahrradhändler zählen, die keine vertieften Kenntnisse über das Marktgeschehen und die Zusammenhänge der Unternehmen haben. 66

Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin ergibt sich aus der Tatsache, dass die Unternehmen seit mehr als 25 Jahren nebeneinander agieren, nichts anderes. Denn durch die angegriffenen Äußerungen hat die Antragsgegnerin in die Gleichgewichtslage eingegriffen. Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, wird der Eindruck erweckt, es handele sich bei der A Industries AG um die Gruppe, die auch im Fahrradbau bekannt ist. 67

Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin kann nicht davon ausgegangen werden, dass den Fachkreisen die unterschiedlichen Unternehmen bekannt sind. Insbesondere erfolgt bislang keine maßgebliche nach außen sichtbare Kooperation und Zusammenarbeit zwischen Unternehmen der Motorrad- und der Fahrradbranche. So werden – was allgemeinbekannt ist – Fahrräder und Motorräder in unterschiedlichen Geschäften und von unterschiedlichen Unternehmen an die Verbraucher verkauft. Überschneidungen im Sortiment gibt es kaum. Aus den Presseartikeln ergibt sich nichts anderes. 68

Wie das Landgericht im Einzelnen dargelegt hat, kann auch unter Berücksichtigung der Gleichgewichtslage nicht davon ausgegangen werden, dass die Antragsgegnerin die Unterschiede hinreichend klargestellt hat. Zwar würde dies die Verwechslungsgefahr ausschließen. Die Darstellung ist allerdings insoweit nicht ausreichend deutlich. Hier hätte es der Antragsgegnerin oblegen, auf die Existenz von zwei voneinander unabhängigen Unternehmen hinzuweisen. 69

4. Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 ZPO. Das Urteil ist mit seiner Verkündung rechtskräftig. 70

5. Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird wie folgt festgesetzt: 150.000 €. 71