Zur Befugnis im Markenrecht zur Veröffentlichung von Urteilen

Oberlandesgericht Frankfurt

Urteil vom 9.01.2014

Az.: 6 U 106/13

Tenor

Die Berufung der Beklagten gegen das am 10. April 2013 verkündete Urteil der 6. Zivilkammer des Landgerichts Frankfurt am Main wird mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass Ziffer 3. des Urteilsausspruchs wie folgt lautet:

Die Klägerin ist befugt, nach Rechtskraft des Urteils auf Kosten der Beklagten folgenden Text öffentlich bekannt zu machen:

…

Die Bekanntmachung kann durch eine halbseitige Anzeige in einer von der Klägerin festzulegenden Fachzeitschrift im Bereich der Touristik geschehen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens werden der Beklagten auferlegt.

Das Urteil ist ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Zwangsvollstreckung der Klägerin durch Sicherheitsleistung in Höhe von 25.000 € abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Zwangsvollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Die Revision wird zugelassen.

Entscheidungsgründe

I.

Die Klägerin ist eine Spezialveranstalterin für Sport- und Erlebnisreisen. Sie tritt unter der Geschäftsbezeichnung „A Reisen“ oder „A Sportreisen“ auf und besitzt die Internet-Domains „Areisen.de“ und „Areisen.com“.

Die Beklagte betreibt unter der Domain „www…de“ ein Online – Reisebüro zur Vermittlung eines veranstalterübergreifenden Reiseangebots.

Die Beklagte hat zahlreiche Internet-Adressen unterhalb der Domain „…de“ mit den Begriffen „Areisen“ und „A Reisen“ gebildet. Die Programmierung der Internet-Seiten der Beklagten führten dazu, dass ein Interessent, der sich für ein Reiseangebot der Klägerin interessierte und über die Internet-Suchmaschine Google nach dem Suchbegriff „Areisen 2013“ suchte, als ersten Treffer die Internet-Seite der Beklagten „www…de/Angebote/A-Reisen-2013“ angezeigt bekam. Tatsächlich vermittelte die Beklagte keine Reisen der Klägerin.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte wegen der Verletzung ihrer Kennzeichenrechte am 27.7.2013 eine einstweilige Verfügung der 3. Zivilkammer des Landgerichts Frankfurt erwirkt, deren wesentlicher Inhalt im obigen Urteilsausspruch wiedergegeben wird. Die Beklagte hat diese einstweilige Verfügung als endgültige Regelung anerkannt.

Im hiesigen Verfahren begehrt die Klägerin Schadensersatz, Erstattung von Abmahnkosten und Auskunft über den Umfang der Verletzungshandlungen. Unter Ziffer 3.) hat die Klägerin ferner folgenden Antrag gestellt:

„3. Die Klägerin ist befugt, nach Rechtskraft des Urteils das Rubrum sowie Ziff. I. und II. des Urteilstenors auf Kosten der Beklagten öffentlich bekannt zu machen; die Bekanntmachung erfolgt – nach Wahl der Klägerin – durch eine viertelseitige

Anzeige in einer Wochenendausgabe entweder der B Zeitung oder der C Zeitung sowie darüber hinaus durch eine halbseitige Anzeige in einer von der Klägerin festzulegenden Fachzeitschrift der Touristik“.

Wegen des weiteren Sachverhalts wird gem. § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO auf die tatsächlichen Feststellungen in dem angefochtenen Urteil der 6. Zivilkammer des Landgerichts Frankfurt am Main verwiesen.

Das Landgericht hat dem Schadensersatz-, dem Erstattungs- und dem Auskunftsbegehren stattgegeben. Unter Ziffer 3. des Urteilsausspruchs hat das Landgericht die Klägerin befugt, nach Rechtskraft des Urteils auf Kosten der Beklagten Rubrum und Urteilstenor öffentlich bekannt zu machen und angeordnet, dass diese Bekanntmachung erfolgt, indem die Beklagte beim ersten Aufruf ihrer Homepage „…de“ in dem derzeit unbeschrifteten rechten Rand für 30 Tage ein „Pop-up-Fenster“ erscheinen lässt.

Die form- und fristgerecht eingelegte Berufung der Beklagten richtet sich nur gegen die Verurteilung unter Ziffer 3. des Urteilsausspruchs.

Die Beklagte wirft dem Landgericht vor, verkannt zu haben, dass die Tatbestandsvoraussetzungen des § 19c Markengesetz nicht vorlägen, weil weder ein fortdauernder Störungszustand bestehe noch die ausgesprochene Veröffentlichungsbefugnis geeignet, erforderlich und angemessen sei, um die vermeintliche Störung zu beseitigen.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil in dem angefochtenen Umfang abzuändern und insoweit die Klage abzuweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen.

Sie verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vorbringens.

II.

Die Berufung der Beklagten bleibt im Ergebnis ohne Erfolg, denn der Klägerin ist die Befugnis zuzusprechen, das Urteil auf Kosten der Beklagten öffentlich bekannt zu machen (§ 19c MarkenG). Der Senat hat lediglich eine vom Landgericht abweichende Anordnung zur Art und zum Umfang der Veröffentlichung getroffen, weil der Tenor der angefochtenen Entscheidung mit den gesetzlichen Vorgaben nicht in Übereinstimmung zu bringen ist. Dazu im Einzelnen:

1.
Nach § 19c Markengesetz kann das Gericht in einer Markenstreitsache der obsiegenden Partei im Urteil die Befugnis zusprechen, das Urteil auf Kosten der unterliegenden Partei öffentlich bekannt zu machen, wenn die obsiegende Partei dafür ein berechtigtes Interesse darlegt.

Da es für den Anwendungsbereich des § 19c MarkenG lediglich darauf ankommt, ob die Klage aufgrund des Markengesetzes erhoben ist, ist eine Veröffentlichungsbefugnis auch in Bezug auf Schadensersatzklagen gem. § 15 Abs. 5 S. 1 MarkenG gegeben (vgl. Fezer, Markenrecht, 4. Auflage, Rn. 5 zu § 19c).

2.
Die Klägerin hat ein berechtigtes Interesse an der Veröffentlichung der Entscheidung dargelegt.

An die Darlegung des berechtigten Interesses dürfen keine besonders hohen Anforderungen gestellt werden, denn dieses Tatbestandsmerkmal wird in Art. 15 der Richtlinie 2004/48/EG zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums (sog. „Enforcement- oder Durchsetzungsrichtlinie“), der durch § 19c MarkenG umgesetzt wird, nicht genannt (vgl. dazu Maaßen, Markenrecht 2008, 417, 419; Ingerl/Rohnke, MarkenG, 3. Aufl., Rn. 7 zu § 19c MarkenG).

Das Gericht muss die Interessen der Parteien umfassend abwägen und dabei zunächst prüfen, ob die Veröffentlichung erforderlich und geeignet ist, um einen durch die Kennzeichenverletzung eingetretenen Störungszustand zu beseitigen. Darüber hinaus muss das in Erwägungsgrund 27 der Durchsetzungsrichtlinie erklärte Ziel berücksichtigt werden, mit einer etwaigen Veröffentlichung potentielle Verletzer abzuschrecken und die Öffentlichkeit zu sensibilisieren und damit der Generalprävention zu dienen (vgl. Maaßen, Markenrecht 2008, 417, 419; Ingerl/Rohnke, MarkenG, 3. Aufl., Rn 7 zu § 19c MarkenG; Fezer a.a.O. Rn. 10 zu § 19c MarkenG, jeweils m. w. n.). Dabei ist regelmäßig vom Bestehen eines berechtigten Interesses auszugehen, wenn die Kennzeichenverletzung aufgrund der Größe und Marktbedeutung des Verletzers von einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreises bemerkt werden kann (Maaßen a.a.O., S. 419).

Die Beklagte hat durch ihre Internet-Werbung einen Störungszustand geschaffen, der eine erhebliche Marktverwirrung zu Lasten der Klägerin hervorgerufen hat. Sie hat nämlich durch die Programmierung ihrer Internet-Seiten versucht, potentielle Interessenten der Klägerin, die im Internet nach Angeboten der Klägerin gesucht haben, systematisch und in einem erheblichen Umfang „abzufangen“ und auf ihr eigenes Angebot „umzuleiten“. Dabei musste bei diesen Interessenten der unzutreffende Eindruck entstehen, die Reiseangebote der Klägerin würden – möglicherweise sogar exklusiv – über die Beklagte vertrieben. Als Beispiele kann auf die in den Tenor der Beschlussverfügung des Landgerichts aufgenommenen Unterseiten sowie auf die Darstellung auf Seite 14 f. der Klageschrift Bezug genommen werden.

Die Beklagte hat in der Berufungsbegründung ausführlich dargelegt, dass ihr Reiseportal eine überragende Bekanntheit hat. Die Klägerin hat dartun können, dass sie im Segment der Sport- und Familienreisen eine nicht unbedeutende

Marktstellung einnimmt. Es kann deswegen angenommen werden, dass die Kennzeichenverletzung bei einem erheblichen Teil der angesprochenen Verbraucher eine Fehlvorstellung im o. g. Sinn hervorgerufen hat und dass deshalb auch der Firmenwert der Klägerin beeinträchtigt worden ist.

Das berechtigte Interesse der Klägerin entfällt nicht dadurch, dass die Beklagte nach der einstweiligen Verfügung des Landgerichts vom 27. 7. 2012 ihren Internet-Auftritt umgestellt hat. Der Anspruch auf Veröffentlichung besteht so lange fort, wie die Verletzungshandlung noch fortwirkt und ein Informationsinteresse des Verkehrs noch fortbestehen kann (vgl. Maaßen a.a.O., S. 420 m. w. N.).

Die streitgegenständliche Kennzeichenverletzung ist geeignet, eine Marktverwirrung hervorzurufen, die über mehrere Jahre hinwegwirkt und kann somit das klägerische Firmenrecht nachhaltig beeinträchtigen. Auch der generalpräventive Ansatz der Klägerin, derartig unlautere Werbestrategien publik zu machen, um damit potentielle Nachahmer abschrecken zu können, spricht dafür, der Klägerin nach wie vor eine Befugnis zur Veröffentlichung zuzubilligen.

3.
Art und Umfang der Bekanntmachung werden vom Gericht nach pflichtgemäßem Ermessen im Urteil bestimmt (§ 19c S. 2 MarkenG). Das Gericht soll demnach von sich aus das Medium festlegen, in dem die Entscheidung veröffentlicht werden soll, um das vom Anspruchsteller bezweckte Ziel zu erreichen. Darüber hinaus steht es dem Gericht auch frei zu entscheiden, im welchem Umfang das Urteil veröffentlicht werden soll. Im Hinblick auf die Vorgaben in Art. 15 der Durchsetzungsrichtlinie kann das Gericht anordnen, welche Informationen über die betreffende Entscheidung veröffentlicht werden dürfen. Da der Anspruchsteller den Umfang der Veröffentlichung nicht von sich aus festlegen kann, geht sein Antrag insoweit nicht über eine Anregung hinaus. Dies hat im vorliegenden Fall folgende Auswirkungen:

a)Der Urteilstenor des Landgerichts konnte in dieser Form nicht aufrechterhalten werden, weil er der Beklagten eine Veröffentlichungspflicht auferlegt, für die § 19c MarkenG keine Rechtsgrundlage hergibt. Dies ist bereits im Hinweis des Senats zur Terminsladung ausführlich dargelegt worden, so dass zur Vermeidung von Wiederholungen darauf verwiesen werden kann (Bl. 247 d. A.) Ergänzend ist lediglich folgendes auszuführen:

§ 19c Markengesetz eröffnet dem Verletzten lediglich die Befugnis, auf Kosten des Prozessgegners das Urteil zu veröffentlichen. Der Verletzte kann daher nach dieser Vorschrift nicht die Duldung der Veröffentlichung durch den Verletzten verlangen oder eine Verurteilung des Verletzers zur Veröffentlichung begehren (vgl. Maaßen a.a.O., S. 422). Ein solches Klageziel ließe sich nur aus dem allgemeinen zivilrechtlichen negatorischen Beseitigungs- oder einem deliktischen Schadensersatzanspruch herleiten und beträfe somit einen anderen Streitgegenstand. (vgl. dazu Fezer a.a.O. Rdn. 16 zu § 19c; Köhler/Bornkamm, UWG, 31. Auflage Rn. 4.19 zu § 12 UWG).

Soweit sich das Landgericht auf eine Entscheidung des Österreichischen Obersten Gerichtshofs vom 15.10.2002 beruft, die in der Kommentierung von Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Auflage, Rdn. 8 zu § 19c Markengesetz zitiert wird (OGH Wien, K & R 2003 251 mit Anmerkung von Thiele, K & R 2003, 255), lässt sich dieses Urteil auf den vorliegenden Fall nicht übertragen. Die dort angeordnete Veröffentlichungspflicht wird vom OGH aus einer Vorschrift des österreichischen Rechts hergeleitet, die im deutschen Recht keine Entsprechung hat (§ 25 Abs. 7 Öster. UWG, vgl. OGH Wien K & R 2003, 251, 255).

b)Der Senat kann von sich aus festlegen, in welchem Medium und in welchem Umfang die Entscheidung veröffentlicht wird.

Die Klägerin hat klargestellt, dass sie ihren ursprünglichen Klageantrag in der Berufung beibehalten will (Schriftsatz vom 29.10.2013, Bl. 254 d. A.). Dieser Antrag ist – ähnlich wie

ein in der ersten Instanz unbeschiedener Hilfsantrag (vgl. dazu BGH GRUR 2012, 58 Tz. 38 – Seilzirkus) – im Berufungsverfahren „angefallen“ und muss daher beschieden werden. Insbesondere bedurfte es dazu keiner Anschlussberufung, da die Klägerin nur die Veröffentlichungsbefugnis begehren, dem Landgericht nicht aber deren konkrete Umsetzung vorgeben konnte. Sachgerecht ist daher, ihr Berufungsvorbringen so zu bewerten, dass sie zumindest hilfsweise ihr ursprüngliches Klageziel weiterverfolgt, wenn die vom Landgericht getroffene Ermessensentscheidung nicht aufrechterhalten werden kann.

c)Die Veröffentlichung des oben aufgeführten Textes in einer Fachzeitschrift im Bereich der Touristik ist geeignet, aber auch ausreichend, um der Beeinträchtigung der Firmenrechte der Klägerin entgegenzuwirken und ihr generalpräventives Ziel zu verwirklichen. Der Senat hat berücksichtigt, dass die Beklagte ausschließlich über das Internet ihre Kunden anspricht, während die Klägerin ihr Angebot auch über Reisebüros, Kataloge etc. vertreibt. Eine Veröffentlichung in der Fachpresse bietet die Möglichkeit, die Fachkreise als Multiplikatoren gegenüber dem Publikum einzusetzen, um die Marktverwirrung zu beseitigen. Eine Veröffentlichung in der Tagespresse kann demgegenüber solche nachhaltigen Wirkungen nicht erzielen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit und die Schuldnerschutzanordnung folgen aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Die Revision ist gem. § 543 Abs. 2 Nr. 1 ZPO zuzulassen, da die entscheidungserheblichen Fragen im Zusammenhang mit der Veröffentlichungsbefugnis gem. § 19c MarkenG noch nicht höchstrichterlich geklärt sind und sich in einer Vielzahl von Fällen stellen können.