Streitwert bei Markenverletzung

Eigener Leitsatz:

Bezüglich der Bemessung des Streitwertes bei einer Markenverletzung, liegt ein hoher Angriffsfaktor auch dann vor, wenn eine Rechtsanwaltsgesellschaft durch entsprechende AdWord-Werbung und innerhalb der Domain den markenrechtlich geschützten Namen eines Unternehmens dazu benutzt neue Mandanten zu gewinnen, um Ansprüche gegen das Unternehmen geltend zu machen. Zwar wird die Herkunftsfunktion nicht beeinträchtigt, da der Verkehr das Zeichen letztlich richtig zuordnet, allerdings ist die beanstandende Verwendung der Bezeichnung im Rahmen der Mandantenwerbung geeignet, das Ansehen dieses Unternehmens zu schädigen, da mögliche Neu-Kunden abgefangen und auf eine Internetseite umgeleitet werden, die sich kritisch mit dem Unternehmen befasst.

Oberlandesgericht Frankfurt

Beschluss vom 28.04.2011

Az.: 6 W 30/11

Anmerkung

Die Entscheidung ist nicht anfechtbar.

Verfahrensgang

vorgehend LG Frankfurt, 15. Dezember 2010, Az: 3/8 O 80/10, Beschluss

Tenor

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Die Entscheidung ergeht gerichtsgebührenfrei;

außergerichtliche Kosten werden nicht erstattet (§ 68 III GKG).

Entscheidungsgründe

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der vom Landgericht festgesetzte Streitwert von 280.000,- € entspricht dem Interesse der Klägerin an der Durchsetzung der Klageansprüche. Zur Begründung wird auf die zutreffenden Ausführungen im Nichtabhilfebeschluss vom 28.3.2011 Bezug genommen.

Zutreffend hat das Landgericht den Wert des markenrechtlich geschützten Namens der Klägerin im Hinblick auf Größe und Bedeutung des Unternehmens als hoch eingestuft. Dieser Einschätzung steht der Umstand, dass die Klägerin infolge der Finanzkrise in wirtschaftliche Schwierigkeiten geraten ist, nicht entgegen.

Auch der Angriffsfaktor ist erheblich. Die beklagte Rechtsanwaltsgesellschaft hat durch eine entsprechende AdWord-Werbung und innerhalb der Domain „….de“ den markenrechtlich geschützten Namen der klagenden Bank dazu benutzt, neue Mandanten zu gewinnen, um für diese etwaige Ansprüche aus Anlagegeschäften gegen die Klägerin geltend zu machen. Zwar ist durch dieses Verhalten die Herkunftsfunktion der Klagezeichen nicht nachhaltig beeinträchtigt worden, da der angesprochene Verkehr diese Zeichen letztlich richtig, nämlich der Klägerin, zugeordnet hat. Gleichwohl war die beanstandete Verwendung der Klagezeichen im Rahmen der Mandantenwerbung geeignet, das Ansehen der Klägerin bei alten und potentiellen neuen Kunden nachhaltig zu schädigen, da auf diese Weise eine Vielzahl von Internetnutzern, die am Angebot der Klägerin interessiert waren, gewissermaßen abgefangen und auf die Seite der Beklagten, die sich kritisch mit der Klägerin befasst, umgeleitet werden konnten. Daher hätte insbesondere eine Fortsetzung des angegriffenen Verhaltens die geschäftlichen Interessen der Klägerin nachhaltig beeinträchtigen können;

dies rechtfertigt den vom Landgericht festgesetzten Gesamtstreitwert für den Rechtsstreit.

Für eine Überprüfung der vom Landgericht vorgenommenen Aufteilung des Streitwerts auf die einzelnen Klageanträge besteht kein Anlass, nachdem die Kostenentscheidung des Anerkenntnisurteils rechtskräftig ist (Senatsbeschluss vom 24.1.2011 – 6 W 6/11) und daher auch durch eine von der Beurteilung durch das Landgericht abweichende Aufteilung nicht mehr beeinflusst werden könnte (vgl. BGH, Beschl. v. 30.7.2008 – I ZB 40/07 = MDR 2008, 1292).

Für eine Zulassung der Rechtsbeschwerde (§ 574 ZPO) ist im Streitwertfestsetzungsverfahren kein Raum (§§ 68 I 5 i.V.m. 66 III 3 GKG).