Angabe „Germany“ bei in China hergestellten Produkten kann irreführend sein

Oberlandesgericht Frankfurt am Main

Urteil vom 15.10.2015

Az.: 6 U 161/14

Tenor

Die Berufung der Beklagten gegen das am 17.07.2014 verkündete Urteil der 3. Zivilkammer des Landgerichts Frankfurt wird auf ihre Kosten zurückgewiesen.

Dieses Urteil und das angefochtene Urteil sind ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar. Die Beklagten können die Zwangsvollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 120.000,00 € abwenden, wenn nicht die Klägerin Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Entscheidungsgründe

I.

Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Gebiet der Werkzeugherstellung. Die Beklagte zu 1 ist Inhaberin der Europäischen Gemeinschaftsbildmarke Nr. 000229567, die für handbetätigte Werkzeuge und Messwerkzeuge eingetragen ist:

[Abbildung]

Diese Marke verwendet sie auf Produktverpackungen und auf einem im Klageantrag zu 1.2 wiedergegebenen Hologramm-Sticker, der dazu dienen soll, Originalware der Beklagten von Plagiaten

zu unterscheiden. Der Beklagte zu 2 ist der Geschäftsführer der Komplementärin der Beklagten zu 1.

Die Klägerin bestellte über ein Handelsunternehmen die aus der Anlage K2 ersichtlichen Produkte der Beklagten. In den Rechnungen ist als Ursprungsland der Werkzeuge China angegeben. Die Klägerin ließ die Beklagten unter dem 2.9.2013 anwaltlich abmahnen. Sie ist der Ansicht, die Angabe „Germany“ in dem Logo der Beklagten werde vom Verkehr als Hinweis darauf verstanden, dass Deutschland der Herstellungsort der Werkzeuge ist.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts und hinsichtlich der erstinstanzlich gestellten Anträge wird gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO auf die tatsächlichen Feststellungen in dem angefochtenen Urteil verwiesen.

Das Landgericht hat die Beklagten verurteilt, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen,

1.1 in Deutschland markenmäßig mit dem nachfolgend wiedergegebenen Logo

[Abbildung]

I.

zu werben, wenn dies in einer Aufmachung wie in den Abbildungen der Anlage K2 geschieht und wenn die Produkte nicht in Deutschland hergestellt sind;

und/oder

1.2 in Deutschland markenmäßig mit dem nachfolgend wiedergegebenen Logo

[Abbildung]

zu werben, wenn dies in einer Aufmachung geschieht, wie in den Abbildungen der Anlage K2 – mit Ausnahme der Abbildung Anlage

K2, S. 2, untere Abbildung – gezeigt und wenn die Produkte nicht in Deutschland hergestellt sind.

Außerdem hat es die Beklagten zur Erstattung von Abmahnkosten in Höhe von jeweils € 445,05 verurteilt.

Gegen diese Beurteilung wenden sich die Beklagten mit der Berufung. Im Berufungsrechtszug wiederholen und vertiefen die Parteien ihr Vorbringen.

Die Beklagten beantragen,

das angefochtene Urteil abzuändern und die Klage abzuweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Wegen des weiteren Parteivorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst deren Anlagen Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg.

1. Die Unterlassungsanträge sind hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 II Nr. 2 ZPO. Sie enthalten jeweils eine abstrakte Umschreibung der verbotenen Kernaussage und nehmen auf die konkrete Verletzungsform Bezug.

a) Entgegen der Ansicht der Beklagten muss im Antrag nicht näher definiert werden, was mit „in Deutschland hergestellt“ gemeint ist (vgl. dazu BGH GRUR-RR 2015, 209 Rn. 15, 16 – KONDOME Made in Germany). Es ist unstrittig, dass die streitgegenständlichen, aus der Anlage K2 ersichtlichen Produkte nicht in Deutschland, sondern vollständig in China hergestellt wurden. Nur solche Produkte sind Gegenstand des beantragten und vom Landgericht ausgesprochenen Verbots. Es kommt deshalb nicht darauf an, dass die Beklagte nach ihrem Vortrag weitere Produkte anbietet, die zum Teil noch in

Deutschland hergestellt bzw. montiert werden. Derartige Grenzfälle werden von dem Verbotstenor nicht erfasst. Bei den angegriffenen Produkten der Anlage K2 werden keine Produktionsschritte in Deutschland behauptet. Es wird deshalb kein Streit darüber, welche Produktionsschritte in Deutschland erfolgen müssen, ins Vollstreckungsverfahren verlagert.

b) Ohne Erfolg beanstanden die Beklagten auch die Angabe „markenmäßig“ im Antrag. Die Parteien streiten zwar gerade darüber, ob die Beklagten die angegriffenen Bezeichnungen markenmäßig verwendet haben. Jedoch ist der Antrag auf die konkrete Verletzungsform bezogen. Angegriffen ist eine Verwendung des Zeichens „wie“ aus der Anlage K2 ersichtlich. Der Verbotsumfang ist damit hinreichend konkretisiert. Die vorangestellte verallgemeinernde Beschreibung mit dem Begriff „markenmäßig“ ist unter diesen Umständen als eine unschädliche Überbestimmung anzusehen (vgl. Senat, Urt. v. 5.5.2011 – 6 U 41/10; BGH GRUR 2011, 340 [BGH 10.02.2011 – I ZR 183/09] – Irische Butter, Rn. 24). Es bedarf auch keiner ausdrücklichen Klarstellung, dass Produkte, die – abweichend von der Anlage K2 – mit einem Entlokalisierungszusatz (z.B. „Made in China“) versehen sind, nicht unter das Verbot fallen.

2. Der Klägerin steht gegen die Beklagte zu 1 ein Unterlassungsanspruch aus §§ 128, 127 MarkenG und aus § 8 Abs. 1, Abs. 3, § 3 Abs. 2, § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG gegen die Benutzung beider Bezeichnungen (Anträge 1.1 und 1.2) zu.

a) Die Klagebefugnis der Klägerin folgt aus § 128 MarkenG, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG und steht außer Streit.

b) Die angegriffenen logoartigen Gestaltungen beinhalten die Bezeichnung „Germany“. Hierbei handelt es sich um den Namen eines Landes, mithin um eine geografische Herkunftsangabe nach § 126 I MarkenG. Die Angabe ist irreführend, weil sie fälschlich suggeriert, die so gekennzeichneten Produkte seien in Deutschland hergestellt. Es kann dahingestellt bleiben, ob zu den angesprochenen Verkehrskreisen nur Fachleute oder auch

Endverbraucher zu rechnen sind.

aa) Verbraucher sehen in der plakativen Angabe „Vogel Germany“ einen Hinweis darauf, dass die Produkte in Deutschland hergestellt wurden. Bei den in der Anlage K2 abgebildeten Produkten handelt es sich um ein Maßband und um zwei Messgeräte zur Ermittlung des Reifendrucks bzw. der Profiltiefe. Derartige Produkte sind grundsätzlich auch für Endverbraucher von Interesse. Den Verbrauchern in Deutschland ist zwar geläufig, dass heimische Markenartikelhersteller ihre Produkte teilweise in Fernost herstellen lassen. In diesem Fall erwarten sie allerdings, dass auf dem Produkt nicht nur auf den Unternehmenssitz, sondern auch unmissverständlich auf den Herstellungsort mit Angaben wie „Made in China“, etc. hingewiesen wird. Ohne einen solchen ausdrücklichen Hinweis nehmen sie an, dass der Sitz der Firma der Herstellungsstätte entspricht (vgl. BGH GRUR 1995, 65 [BGH 13.10.1994 – I ZR 96/92] – Produktionsstätte, zum dt.-schweiz. Herkunftsabkommen). An einem aufklärenden Hinweis fehlt es bei den angegriffenen Produkten. Es kommt hinzu, dass das „Vogel Germany“-Logo jeweils mit einem ®-Symbol versehen ist und daher als Marke, mithin als Herkunftshinweis des Produktes und nicht nur als Hinweis auf den Unternehmenssitz wahrgenommen wird (vgl. unten bb).

bb) Die streitgegenständlichen Angaben werden auch von gewerblichen Abnehmern (Handwerker, Fachbetriebe) als Hinweis auf den Herstellungsort und nicht nur als Hinweis darauf verstanden, dass die Beklagte zu 1 ihren rechtlichen Unternehmenssitz in Deutschland hat. Die notwendigen Feststellungen zum Verständnis des angesprochenen Verkehrs konnte das Landgericht und kann auch der erkennende Senat aus eigener Sachkunde treffen, da nicht ersichtlich ist, dass die in Betracht kommenden gewerblichen Abnehmer von Messgeräten für Reifen besondere Erfahrungen oder Kenntnisse für die Beurteilung der fraglichen Angabe einsetzen müssen (vgl. BGH GRUR 2004, 204 – Marktführerschaft m.w.N.). Das angebotene

Sachverständigengutachten musste daher nicht eingeholt werden.

(1) Dem gewerblich tätigen Abnehmer ist allgemein geläufig, dass in Deutschland ansässige Hersteller von technischen Geräten ihre Erzeugnisse nicht notwendigerweise im Inland produzieren, sondern die Produktion oftmals auch im Ausland vornehmen lassen. Sie werden daher von den Gesamtumständen des Einzelfalls abhängig machen, welchen Aussagewert sie einer ihnen entgegentretenden geographischen Angabe beimessen. Im vorliegenden Fall wird die Angabe „Germany“ in allen von der Klägerin beanstandeten Benutzungsformen als Bestandteil des „Vogel-Germany“-Logos verwendet. Unter diesen Umständen hängt die Frage, ob der Verkehr in der geographischen Angabe einen Hinweis auf die Produktionsstätte des Erzeugnisses oder – wie die Beklagten meinen – lediglich auf den Sitz des für die Herstellung verantwortlichen Unternehmens sehen, entscheidend davon ab, ob das Logo als Marke, d.h. als Herkunftszeichen der Messgeräte oder als Unternehmenskennzeichen, d.h. als Name des Herstellers aufgefasst wird; im ersten Fall stellt der Zusatz „Germany“ eine geographische Herkunftsangabe, im zweiten Fall lediglich einen Hinweis auf den Unternehmenssitz dar (vgl. Senat, Urt. v. 5.5.2011 – 6 U 41/10).

(2) Das Landgericht hat zu Recht angenommen, dass der Verkehr bei den streitgegenständlichen Gestaltungen von einem Produktkennzeichen ausgeht. Dies ergibt sich schon daraus, dass die Produkte neben der logoartigen Gestaltung „Vogel Germany“ mit keiner weiteren Marke versehen sind. Die Angabe enthält außerdem keinen Rechtsformzusatz, was bei einem reinen Unternehmenskennzeichen zu erwarten wäre. Vor allem aber deutet das Symbol „R im Kreis“ für die angesprochenen Fachkreise klar darauf hin, dass hiermit ein Kennzeichenschutz kraft Registrierung beansprucht wird, wie er nur für eine Marke möglich ist. Im Übrigen kann auf die zutreffenden Gründe des angefochtenen Urteils Bezug genommen werden.

c) Nichts anderes gilt auch für das Hologramm-Siegel, das die Angabe „original Vogel ® Germany“ aufweist (Antrag zu 1.2).

Gerade die Aufbringung dieses Siegels und der Hinweis „original“ erzeugen den Eindruck einer besonderen Qualitätsgarantie durch die Beklagte als deutsches Herstellerunternehmen. Der Verkehr wird auch diese Angabe nicht als bloßen Hinweis auf den Unternehmenssitz verstehen. Ohne Erfolg beanstandet die Berufung die Ausführungen auf S. 12 des landgerichtlichen Urteils. Dort befasst sich das LG mit der Anlage K5, einem sog. Prüfzertifikat der Beklagten, auf dem das Siegel verwendet wird. Auf dem Prüfzertifikat ist auch der vollständige Firmenname („Vogel Germany Messwerkzeugfabrik GmbH & Co. KG“) wiedergegeben. Die Anlage K5 ist nicht Bestandteil des Klageantrags. Entgegen der Ansicht der Beklagten führt die aus der Anlage K5 ersichtliche Gestaltung aber auch nicht zu der Vorstellung des Verkehrs, dass die Angabe „Vogel Germany“ nur den Unternehmenssitz bezeichnet. Vielmehr bestätigt die zusätzliche Firmenangabe den Eindruck, dass die logoartige Gestaltung „Vogel Germany“ eben nicht das Unternehmen, sondern das Produkt kennzeichnet.

d) Die Irreführung wird entgegen der Ansicht der Beklagten nicht dadurch ausgeschlossen, dass sie auf ihren in Deutschland hergestellten Produkten zusätzlich die Bezeichnung „Made in Germany“ verwenden. Denn es kann nicht angenommen werden, dass jedem Interessenten die gesamte Produktpalette der Beklagten geläufig ist und er deshalb die notwendigen Schlussfolgerungen zieht, wenn er auf ein Produkt ohne diese Angabe stößt.

3. Entgegen der Ansicht der Beklagten ist die Annahme einer Irreführungsfahr im Streitfall nicht deshalb ausgeschlossen, weil die angegriffene Bezeichnung als Gemeinschaftsmarke eingetragen ist und den Beklagten ein positives Benutzungsrecht zusteht. Der Senat ist zwar an die Eintragung des Logos „Vogel Germany“ als Gemeinschaftsmarke gebunden (Anlage B4). Dies bedeutet aber nur, dass der Marke nicht jeglicher Schutz abgesprochen werden darf (vgl. BGH GRUR 2007, 780 Rn. 24 [BGH 25.01.2007 – I ZR 22/04] – Pralinenform). Die

Marke verleiht ihrem Inhaber kein Recht für jede denkbare Verwendungsart. Die Eintragungsbehörde (HABM) hat das Fehlen absoluter Schutzhindernisse geprüft und den Markenschutz verbindlich erteilt. Das gilt auch für das Fehlen des Schutzhindernisses nach Art. 7 lit. g), wonach Marken von der Eintragung ausgeschlossen sind, die geeignet sind, das Publikum über die geographische Herkunft der Ware zu täuschen. Insofern ist die Prüfung jedoch auf Fälle beschränkt, bei denen die Marke bei allen üblichen Arten der Benutzung zur Täuschung geeignet ist (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker, aaO, § 8 Rn. 14 zu § 8 II Nr. 4 MarkenG). Ein solcher Fall liegt nicht vor, da die Streitmarke täuschungsfrei für in Deutschland hergestellte Ware verwendet werden kann. Sie kann auch für im Ausland hergestellte Ware täuschungsfrei verwendet werden, wenn klarstellende Zusätze (z.B. „Made in China“) aufgenommen werden.

Ein normativer Ausschluss der Annahme einer Irreführung nach § 127 MarkenG ist im Streitfall auch nicht aus anderen Gründen gegeben. Ohne Erfolg beruft sich die Beklagte in diesem Zusammenhang auf die Entscheidung „Spreewälder Gurken“ des OLG Hamburg (GRUR-RR 2004, 36). Die Entscheidung betrifft einen anderen Sachverhalt. Dort war die Verwendung der Bezeichnung nach der VO 590/99 zum Schutz geografischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel erlaubt. Diese Verordnung findet auf die streitgegenständlichen Produkte keine Anwendung.

4. Das Verbot der Verwendung der Bezeichnung „Germany“ in der im Tenor beschriebenen Art und Weise ist nicht unverhältnismäßig. Das Verbot aus § 127 I MarkenG steht unter dem Vorbehalt der Verhältnismäßigkeit. Insoweit bedarf es einer Interessenabwägung (BGH GRUR 1999, 252, 255 [BGH 02.07.1998 – I ZR 55/96] – Warsteiner II). Ein schutzwürdiges Interesse der Beklagten, ihre Marke in der dargestellten Art zu verwenden, ist nicht ersichtlich. Insbesondere sind die Beklagten nicht von der Verwendung ihrer Marke für im Ausland

hergestellte Erzeugnisse ausgeschlossen. Denn sie können die Irreführung problemlos durch klarstellende, entlokalisierende Zusätze (z.B. „Made in China“) vermeiden. Die rechtserhaltende Benutzung ihrer Marke ist ebenfalls nicht gefährdet. Da sich das Verbot nur gegen die konkrete Verletzungsform richtet, hält es sich im Rahmen des Erforderlichen und Zumutbaren.

5. Die Ansprüche sind nicht verjährt. Insoweit kann auf die zutreffende Begründung des angefochtenen Urteils Bezug genommen werden. Die Ansprüche sind auch nicht verwirkt. Die Beklagte behauptet, die Klägerin habe seit 2009 Kenntnis von den Verletzungshandlungen. Bis zur Klageeinreichung im November 2013 sind danach maximal vier Jahre vergangen. Besondere Umstände, die die Anspruchsverfolgung bereits innerhalb eines solch kurzen Zeitraums als treuwidrig erscheinen lassen, sind nicht ersichtlich. Es fehlt auch an der Darlegung eines schutzwürdigen Besitzstandes an der Verwendung der Zeichen in der konkret angegriffenen Form. Ein widersprüchliches Verhalten kann der Klägerin insbesondere auch nicht deshalb vorgeworfen werden, weil sie in dem Verfahren vor dem Senat 6 U 41/10, in dem sie wegen einer ähnlichen Bezeichnung von einem Mitbewerber verklagt wurde, eine Irreführungsgefahr in Abrede gestellt hat. Dieses Verhalten diene der Rechtsverteidigung. Es nicht missbräuchlich, wenn die Klägerin nach ihrer Verurteilung beansprucht, dass auch die Mitbewerber vergleichbare Irreführungen unterlassen.

6. Der Beklagte zu 2 haftet als Geschäftsführer der die Beklagte zu 1 vertretenden Verwaltungs GmbH. Es kann dahingestellt bleiben, ob die sog. Störerhaftung bei der irreführenden Verwendung geografischer Herkunftsangaben nach § 126 I MarkenG noch Anwendung findet. Ein Geschäftsführer haftet jedenfalls dann für unlautere Handlungen der von ihm vertretenen Gesellschaft persönlich, wenn er daran entweder durch positives Tun beteiligt war oder wenn er sie aufgrund einer nach allgemeinen Grundsätzen des Deliktsrechts

begründeten Garantenstellung hätte verhindern müssen (vgl. BGH GRUR 2014, 883 Rn. 17 [BGH 18.06.2014 – I ZR 242/12] – Geschäftsführerhaftung). So liegt es im Streitfall. Der Beklagte zu 2 hatte nicht nur – entsprechend der unangegriffenen Feststellung des Landgerichts – Kenntnis von den vorgeworfenen Handlungen. Die Kennzeichnung der Produkte mit der Hausmarke der Beklagten zu 1 gehört auch zu den Vorgängen, über die typischerweise auf Geschäftsführungsebene entschieden wird.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

IV.

Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision (§ 543 Abs. 2 ZPO) sind nicht erfüllt. Die Entscheidung beruht auf einer Würdigung der konkreten Umstände des Einzelfalls. Rechtsfragen von grundsätzlicher Bedeutung stellen sich nicht. Es besteht auch keine Divergenz mit der Entscheidung „Spreewälder Gurken“ des OLG Hamburg (GRUR-RR 2004, 36).

vorgehend:

LG Frankfurt am Main – 17.07.2014 – AZ: 2-3 0 439/13