

# Werbung mit ®-Symbol ohne Markeneintragung ist unzulässig

Landgericht Köln

Urteil von 29.11.2016

Az.: 33 0 64/15

## Tenor

1. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin einen Betrag von 984,60 EUR zuzüglich Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 19.09.2014 zu zahlen. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.
2. Die Kosten des Rechtsstreits tragen die Klägerin zu 45 % und die Beklagte zu 55 %.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Beide Parteien können die Zwangsvollstreckung gegen Sicherheitsleistung i.H.v. 110 % des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht die jeweils andere Seite vor der Vollstreckung Sicherheit i.H.v. 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

## Tatbestand

Bei der Klägerin handelt es sich um ein in L ansässiges Unternehmen. Der Schwerpunkt der Tätigkeit der Klägerin ist die Herstellung und der Vertrieb des hochwertigen und weltberühmten Ler Porzellans.

Die Beklagte ist ein ebenfalls in L ansässiges Unternehmen. Sie vertreibt Fliesen zur Einrichtung von Bädern, Küchen und

Wohnräumen.

Die Beklagte bietet nach eigenen – und von der Klägerin mit Nichtwissen bestrittenen – Angaben unter anderem Fliesen an, die mit einer besonderen Lasur überzogen sind, in der Nanopartikel aus Edelmetall, d.h. Silberionen, eingearbeitet sind. Diese Silberionen sind nach den Angaben der Beklagten antibakteriell und wirken zudem gegen Pilz- und Schimmelbefall. Diese Art von Fliesen bietet sie unter der Bezeichnung „AB“ an, für die auch eine EU-Wortmarke zu ihren Gunsten eingetragen ist, was die Klägerin ebenfalls mit Nichtwissen bestreiten.

Im Jahr 2013 führten die Parteien eine markenrechtliche Auseinandersetzung miteinander. Im selben Jahr versuchte die Klägerin im Rahmen eines einstweiligen Verfügungsverfahrens, der Beklagten einen Slogan aus deren damals aktuellen Katalog zu verbieten. Aktuell werden von der Klägerin in einem weiteren Parallelverfahren ebenfalls Abmahnkosten eingeklagt (vgl. Az.: 33 O 65/15).

Im Katalog der Beklagten aus dem Jahr 2014, der unter anderem auch im Internet heruntergeladen werden konnte, waren die Bezeichnungen „AB“ und „BA“ jeweils mit dem ®-Symbol gekennzeichnet.

Mit Schreiben vom 17.03.2014 ließ die Klägerin durch ihre anwaltlichen Vertreter eine Berechtigungsanfrage an die Beklagte richten (vgl. Anlage LS 5).

Mit Schreiben ihrer anwaltlichen Vertreter vom 24.03.2014 (vgl. Anlage LS 6) räumte die Beklagte ein, in Bezug auf die Bezeichnung „BA“ nicht über einen Schutz als eingetragene Marke zu verfügen und gab folgende Unterlassungserklärung ab:

Auch wenn Ansprüche ihrer Mandantin nicht bestehen, erklären wir – ohne Präjudiz – namens unserer Mandantin, dass diese sich gegenüber ihrer Mandantin verpflichtet, ohne Anerkennung einer Rechtspflicht aber gleichwohl rechtsverbindlich, es bei

Vermeidung einer für jeden Fall schuldhafter Zuwiderhandlung fälligen Vertragsstrafe, deren Höhe von der Staatlichen Porzellan-Manufaktur L GmbH nach billigem Ermessen festzusetzen und im Streitfall von dem zuständigen Landgericht zu überprüfen ist, zu unterlassen, im Zusammenhang mit „AB® „ die Bezeichnung „BA®“ zu verwenden. Ausgenommen von dieser Unterlassungspflicht ist die Verwendung der bereits gedruckten Exemplare des Katalogs 2014 bis Ende November 2014.

Die Klägerin, die diese Unterlassungserklärung für ungeeignet hielt, um die Wiederholungsgefahr auszuräumen, ließ die Beklagte mit Schreiben vom 07.04.2014 abmahnen und zur Abgabe einer uneingeschränkten, strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung dahingehend auffordern, die Bezeichnung „BA“ nicht i.V.m. dem ®-Symbol zu benutzen, sofern dieses Zeichen nicht als eingetragene Marke geschützt ist (vgl. Anlage LS 7).

Mit Schreiben vom 14.04.2014 (vgl. Anlage LS 8) ließ die Beklagte die geltend gemachten Ansprüche zurückweisen mit der Begründung, die abgegebene, eingeschränkte Unterlassungserklärung habe – entgegen der Ansicht der Klägerin – sehr wohl die Wiederholungsgefahr ausgeräumt. Sie erklärte lediglich, dass die konkrete Verwendungsform (Seite 116 des Jahreskataloges 2014 wie im Vorschlag der Klägerin für die Unterlassungserklärung wiedergegeben, vgl. Bl. 108 d.A.) zum Gegenstand der abgegebenen Unterlassungserklärung gemacht werde. Unabhängig davon fehle es sowohl an der Mitbewerbereigenschaft der Klägerin als auch an einer relevanten Irreführung.

Die Klägerin ist anderer Ansicht und meint, die von der Beklagten abgegebene, eingeschränkte Unterlassungserklärung sei offensichtlich auch nicht ernst gemeint, denn nach der Formulierung der Beklagten sollte von der Unterlassungserklärung lediglich die Druckversion des Kataloges 2014 ausgenommen sein. Beispielsweise am 12.09.2014 habe die Beklagte die Bezeichnung „BA“ aber nach wie vor

i.V.m. dem ®-Symbol sogar in ihrem Internetauftritt unter der Domain www.anonym.de benutzt (vgl. Anlage LS 9).

Die Klägerin ist der Auffassung, ihr stünde ein Anspruch auf Erstattung der geltend gemachten Abmahnkosten gemäß § 12 Absatz 1 S. 2 UWG zu, da die Abmahnung vom 07.04.2014 berechtigt gewesen sei.

Die Parteien seien Mitbewerber im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG, denn die Klägerin stelle auch Fliesen aus Porzellan her, die ebenfalls eine Glasur aufweisen würden. Derartige Fliesen habe sie sowohl zum Abmahnzeitpunkt im Februar/März 2014 als auch bis heute angeboten und vertrieben, was sich insbesondere aus den Unterlagen gem. Anlagen LS 11 – 28 ergebe (bezüglich der weiteren Einzelheiten wird auf den Vortrag der Klägerin im Schriftsatz vom 13.10.2015, Bl. 199 ff d.A. und im Schriftsatz vom 08.09.2016, Bl. 284 ff d.A. verwiesen). Auf die Frage, ob die von den Parteien angebotenen Fliesen im selben Preissegment liegen würden, komme es nicht an. Auch komme es nicht darauf an, ob mit den Fliesen Umsatz erzielt worden sei, entscheidend sei vielmehr, dass die Klägerin die Fliesen in ihrem Werk in L hergestellt habe und auch angeboten habe. Wandbilder, Wandschalen und Wandgemälde seien nichts anderes als hochwertige Wandfliesen. Der Einsatzzweck der sich hier gegenüberstehenden Waren sei also identisch.

Die Beklagte habe die Bezeichnung „BA“ i.V.m. dem ®-Symbol benutzt, ohne in Deutschland oder einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union über ein Schutz als eingetragene Marke zu verfügen. Die angegriffene Werbung stelle daher eine relevante Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise über angeblich bestehende Schutzrechte der Beklagten gemäß § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG dar.

Die Klägerin hatte zunächst unter dem 15.09.2014 einen Mahnbescheid beantragt, der am 16.09.2016 erlassen wurde und der Beklagten am 18.09.2016 zugestellt wurde. Nach Gesamtwiderspruch wurde das Verfahren an das Landgericht Köln

abgegeben (vgl. Bl. 6 ff d.A.).

Die Klägerin beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, an sie einen Betrag i.H.v. 1.764,50 EUR zuzüglich Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 19.09.2014 zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Ansicht, der Klägerin stünden schon deshalb keine Ansprüche gegen die Beklagte auch nach dem UWG zu, da es bereits an einem konkreten Wettbewerbsverhältnis im Sinne von § 2 Nr. 1 UWG fehle. Die Klägerin stelle künstlerisch gestaltete, handbemalte Porzellanwaren, insbesondere Tisch-Services, Porzellanfiguren und Schmuckstücke aus Porzellan her und vertreibe diese, aber keine Fliesen. Fliesen für den Einbau in Küchen, Wohnraum und Bad auf der einen Seite und künstlerisch gestaltete, handbemalte Porzellanwaren auf der anderen Seite seien keine konkurrierenden Waren. Sie würden unterschiedliche Bedürfnisse der Kunden bedienen und sich daher im Wettbewerb nicht begegnen. Dies gelte insbesondere für den von der Beklagten mit dem konkret gerügten Katalog angesprochenen Fliesenfachhandel, mit dem die Klägerin keinerlei Berührungspunkte aufweise. Es fehle an einem gemeinsamen, sachlich relevanten Markt der Parteien. Die Klägerin habe auch nach ihrem eigenen Vortrag im Zusammenhang mit den Anlagen LS 11 – 23 nie Waren angeboten, die mit den Fliesen der Beklagten aus Verbrauchersicht substituierbar gewesen seien, insbesondere nicht im hier relevanten Zeitraum. Dies ergebe sich u.a. aus den von der Klägerin angesetzten enorm hohen Stück- bzw. Quadratmeterpreisen sowie den Bezeichnungen der Waren als Wandbilder, Wandschalen, Wandgemälde und Wand- und Bodenbekleidung (bezüglich der weiteren Einzelheiten wird auf den Vortrag der Beklagten im Schriftsatz vom 10.11.2015, Bl.

209 ff d.A. und im nachgelassenen Schriftsatz vom 27.09.2016 verwiesen).

Zudem liege in dem beanstandeten Katalogtext auch keine relevante Irreführung gemäß § 3 Abs. 1 UWG i.V.m. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG, denn es handelte sich ersichtlich um ein redaktionelles Versehen, das lediglich eine geringfügige und unerhebliche Abweichung darstelle, nach dem Gesamteindruck der entsprechenden Textpassage aber jedenfalls nicht zu einer relevanten Irreführung des Verkehrs führe.

Ungeachtet dessen sei zum Zeitpunkt der Abmahnung eine – insoweit unterstellte – Wiederholungsgefahr durch Abgabe der Unterlassungserklärung erloschen. Die Abmahnung seitens der Klägern sei zudem missbräuchlich gewesen, denn die Klägerin habe zu keinem Zeitpunkt beabsichtigt, den Unterlassungsanspruch jemals gerichtlich durchzusetzen, geschweige denn in einer Weise, die die Aufbrauchsfrist verkürzt hätte, sondern es sei ihr nur darum gegangen, die Beklagte zu behindern. Zudem bestreitet die Beklagte, dass die Klägerin Aufwendungen in Höhe der Klagesumme für die Abmahnung gehabt habe. Der Gebührensatz einer 1,5 Geschäftsgebühr sei übersetzt (bezüglich der weiteren Einzelheiten wird auf den Vortrag der Beklagten im Schriftsatz vom 26.05.2015, Bl. 150 ff d.A. verwiesen).

Die Klägerin behauptet hierzu, sie habe die weitergehenden Ansprüche auf Unterlassung und Auskunft aus rein wirtschaftlichen Erwägungen nicht weiterverfolgt. Daraus könne kein Rechtsmissbrauch hergeleitet werden.

Bezüglich der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

## **Entscheidungsgründe**

Die Klage ist überwiegend begründet.

I. Der Klägerin steht der geltend gemachte Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten dem Grunde nach zu gem. § 12 Abs. 1 S. 2 UWG, denn die Abmahnung vom 07.04.2014 war berechtigt.

1. Die Parteien sind Mitbewerber. Nach der Legaldefinition in § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG ist Mitbewerber jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht.

Nach der Rechtsprechung des BGH ist ein konkretes Wettbewerbsverhältnis gegeben, wenn beide Parteien gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen und daher das Wettbewerbsverhalten des einen den anderen beeinträchtigen, d.h. im Absatz behindern oder stören kann. Da im Interesse eines wirksamen lauterkeitsrechtlichen Individualschutzes grundsätzlich keine hohen Anforderungen an das Vorliegen eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses zu stellen sind, reicht es hierfür aus, dass sich der Verletzer durch seine Verletzungshandlung im konkreten Fall in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt. Daher ist ein konkretes Wettbewerbsverhältnis anzunehmen, wenn zwischen den Vorteilen, die die eine Partei durch eine Maßnahme für ihr Unternehmen oder das eines Dritten zu erreichen sucht und den Nachteilen, die die andere Partei dadurch erleidet, eine Wechselwirkung in dem Sinne besteht, dass der eigene Wettbewerb gefördert und der fremde Wettbewerb beeinträchtigt werden kann (vgl. BGH WRP 2015, 1326 – Hotelbewertungsportal).

Diese Auslegung des Begriffs des konkreten Wettbewerbsverhältnisses stellt auf die Substituierbarkeit der von den beteiligten Unternehmen angebotenen Produkte aus Sicht der Endabnehmer, in der Regel also der Verbraucher, ab. Substituierbarkeit ist jedenfalls dann gegeben, wenn für einen nicht unbeträchtlichen Teil der Endabnehmer die angebotenen Produkte in sachlicher, räumlicher und zeitlicher Hinsicht austauschbar sind. Die beteiligten Unternehmen müssen mit

anderen Worten auf demselben sachlich, räumlich und zeitlich relevanten Markt tätig sein. Die Austauschbarkeit ist aber nicht zu abstrakt-typisierend wie im Kartellrecht, sondern anhand der konkreten Werbemaßnahmen zu beurteilen. Maßgebend ist dabei die Sichtweise des Durchschnittsverbrauchers oder des durchschnittlichen Mitglieds der betreffenden Verbrauchergruppe. Für die sachliche Marktabgrenzung kommt es darauf an, ob sich die von den beteiligten Unternehmen angebotenen Waren oder Dienstleistungen nach ihren Eigenschaften, ihrem Verwendungszweck und ihrer Preislage so nahe stehen, dass sie der durchschnittlich informierte, situationsadäquat aufmerksame und verständige Nachfrager als austauschbar ansieht. Ob Austauschbarkeit zu bejahen ist, hängt von den jeweiligen Umständen des Einzelfalls ab. Die Anforderungen an den Grad der Austauschbarkeit dürfen nicht zu hoch angesetzt werden. Es genügt bereits, dass sich die Beeinträchtigung eines anderen Unternehmens aus der irrigen Annahme des Verkehrs von der Substituierbarkeit der angebotenen Güter ergeben kann (Köhler in Köhler/Bornkamm, UWG, 34. Auflage 2016, § 2, Rn. 108 a, 108 b m.w.N.).

Nach Anwendung dieser Grundsätze ist ein konkretes Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien zu bejahen.

Die Angebote beider Parteien richten sich uneingeschränkt zumindest auch an sämtliche Verbraucher, so dass auch die Mitglieder der Kammer zu den angesprochenen Verkehrskreisen zu zählen sind und die Frage des Verkehrsverständnisses aus eigener Anschauung beurteilen können.

Die Produkte der Parteien sind aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise im vorliegenden Fall vergleichbar bzw. substituierbar. Dies ergibt sich aus Folgendem:

Aus den von der Klägerin vorgelegten Unterlagen ergibt sich, dass die Klägerin zum Zeitpunkt der Abmahnung im März/April 2014 künstlerisch gestaltete Wandbilder in Fliesenform angeboten hat, wobei die Abmessungen variierten wie folgt: 42

× 72 cm, 43 × 30 cm, 57 × 116 cm, 78 × 56 cm, 75 × 51 cm, 65 × 65 cm, 51 × 51 cm, 67 × 54 cm, 23 × 23 cm, 20 × 20 cm, 30 × 23 cm, 50 × 30 cm, 29 × 39 cm, 30 × 50 cm, und 70 × 50 cm. Folglich wurden zwar auch großflächige Wandbilder, die allein von den Abmessungen wohl eher nicht mit typischen Badezimmer- oder Küchenfliesen vergleichbar sind, angeboten, jedoch auch solche, bei denen das Erscheinungsbild in Bezug auf die Maße mit dem handelsüblicher Fliesen übereinstimmte (vgl. Abbildungen gem. Anlagen LS 18 und 19). Der Unterschied bestand allein darin, dass diese Fliesen wegen der künstlerisch aufwendigen Gestaltung in einem höheren bis extrem hohen Preissegment lagen. So hat die Klägerin bspw. mit einem Wandbild (Früchte mit Eidechse nach Merian, 49 × 49 cm) einen Umsatz von über 13.000,00 EUR gemacht. Allerdings hat sie offenbar auch sog. Wandplatten mit den Abmessungen 15 × 18 cm für bspw. „nur“ 174,00 EUR das Stück umgesetzt (vgl. hierzu Umsatzliste Wandbilder, Wandschalen, Wandgemälde März/April 2014 gem. Anlage LS 20).

Daneben ergibt sich aus dem als Anlage LS 23 vorgelegten Auszug der Februar/März 2014-Ausgabe der Zeitschrift „Places of Spirit“, die ausweislich des Titelblattes zu diesem Zeitpunkt u.a. auch in Deutschland erschienen ist, dass die Klägerin im Zeitraum der Abmahnung Porzellanfliesen angeboten hat. Dort heißt es:

Bevor die Pioniere der Moderne allem Zierrat am Bau abschworen, weil sie es lieber schmucklos mochten, wurden Wände oft vollflächig in Kunstwerke verwandelt. In diesem Sinne setzt die Porzellanmanufaktur L Zeichen: Mit dem „Y“ entstand 1907 das größte Keramikformat der Welt. An die hohe Tradition der Wandveredelung knüpft das Unternehmen nun mit seinem Porzellanfliesen an (Vorderseite). Die zwischen matt und glänzend changierenden Platinoberflächen schimmern mit dem Ler „X“ -Tafelporzellan um die Wette. Kein Wunder, schließlich wurden die Teller, Tassen und Kannen vom historischen Silberservice inspiriert.

Die Fliesen wurden dort auch bildlich dargestellt und unterscheiden sich optisch keineswegs von „normalen“ matt bis silbrig glänzenden Badezimmerfliesen. Die Kammer verkennt dabei nicht, dass es natürlich ein Unterschied ist, ob eine Fliese mit Platin beschichtet bzw. mit einem Kunstwerk versehen ist oder ob lediglich eine „normale“ schmutzabweisende Beschichtung vorhanden ist. Jedoch werden von beiden Parteien – und wurden auch zum Zeitpunkt der Abmahnung – alle Verbraucher angesprochen, die eine Lösung für die Verkleidung der unterschiedlichen Wände ihrer Wohnräume suchten.

Wollten diese ihr Bad bspw. komplett mit den platinbeschichteten Fliesen der Klägerin ausstatten, so hätten sie dazu zwar ohne Zweifel viel Geld investieren müssen, jedoch kann nach Überzeugung der Kammer der nicht zu leugnende Preisunterschied allein nicht das ausschlaggebende Kriterium sein. Denn es ist durchaus vorstellbar, dass Verbraucher – zumindest vereinzelt – auch Fliesen der Klägerin verwenden, um bspw. auf diese Weise ihr Bad aufzuwerten, ohne dass dies gleich völlig utopische Kosten verursachen müsste. Umgekehrt liegt es auch nicht fernab aller Lebenserfahrung, dass sich ein potentieller Kunde der Klägerin, der ursprünglich vorhatte und finanziell auch in der Lage wäre, sein Bad überwiegend mit Meissner-Fliesen auszustatten, von der angeblich besonderen Beschichtung der Fliesen der Beklagten beeindruckt lässt und größere Flächen damit fliesen lässt und folglich weniger von den teureren Fliesen der Klägerin verwendet. Dies führt dazu, dass nach der erforderlichen Gesamtabwägung im vorliegenden Fall eine Substituierbarkeit der Waren der Parteien – trotz der offensichtlichen Preisunterschiede – im Ergebnis noch zu bejahen ist.

2. Der Klägerin stand ein Unterlassungsanspruch wegen der beanstandeten Formulierungen im Produktkatalog der Beklagten gem. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG zu. Denn die Beklagte hat unstreitig die Bezeichnung „BA“ i.V.m. dem ® -Symbol benutzt,

ohne in Deutschland oder einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union über ein Schutz als eingetragene Marke hinsichtlich dieser Bezeichnung zu verfügen. Die angegriffene Werbung stellt auch eine relevante Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise über angeblich bestehende Schutzrechte der Beklagten gemäß § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG dar, denn nach der Rechtsprechung des BGH führt derjenige, der ein Zeichen mit dem Zusatz ® verwendet, ohne Inhaber dieser Marke oder einer Lizenz an dieser Marke zu sein, den Verkehr regelmäßig in wettbewerbsrechtlich relevanter Weise in die Irre. Der Verkehr erwarte, wenn einem Zeichen der Zusatz ® beigefügt werde, dass dieses Zeichen für den Verwender als Marke eingetragen sei oder dass ihm der Markeninhaber eine Lizenz erteilt habe. Es liege auch auf der Hand, dass sich ein Unternehmen, das in dieser Weise den falschen Eindruck erwecke, Rechte an einem bestimmten Zeichen zu besitzen, sich hiervon einen Vorteil gegenüber den Abnehmern verspreche. Es sei ureigenste Aufgabe des Irreführungsverbotes, die Werbung mit der Unwahrheit im geschäftlichen Verkehr zu unterbinden (vgl. BGH GRUR 2009, 888 – Thermoroll). Auch wenn es zutreffen sollte, dass – wie die Beklagte vorträgt – der Katalog nur für die Fachkreise bestimmt gewesen sein sollte, so ändert dies nichts, denn auch die Fachkreise können insoweit einem Irrtum unterliegen, der relevante Auswirkungen auf die jeweilige Kaufentscheidung haben kann. Ob es sich vorliegend tatsächlich nur um ein Redaktionsversehen handelt, wie die Beklagte behauptet, kann offenbleiben, da es auf Fragen des Verschuldens im Rahmen des § 5 UWG nicht ankommt.

3. Entgegen der Ansicht der Beklagten war zum Zeitpunkt der Abmahnung die Wiederholungsgefahr auch nicht bereits durch die Unterlassungserklärung der Beklagten vom 24.03.2014 ausgeräumt, denn diese wurde nicht uneingeschränkt und bedingungslos, sondern nur unter der Einschränkung abgegeben, dass von dieser Unterlassungspflicht die Verwendung der bereits gedruckten Exemplare des Katalogs 2014 bis Ende November 2014 ausgenommen werden sollte. Die Klägerin war

nicht verpflichtet, eine derart eingeschränkte Unterlassungsverpflichtungserklärung der Beklagten anzunehmen. Zudem teilt die Kammer die Zweifel der Klägerin an der Ernsthaftigkeit dieser Erklärung vor dem Hintergrund, dass die beanstandete Handlung offenbar noch im September 2014 auf der Internetseite der Beklagten fortgesetzt wurde (vgl. Anlage LS 9, Screenshot vom 12.09.2014, Bl. 112 d. A.). Soweit die Beklagte bestreitet, eine solche Handlung im September 2014 begangen zu haben und in diesem Zusammenhang behauptet, die Anlage LS 9 sei insoweit nicht aussagekräftig, da davon auszugehen sei, dass sie unter Rückgriff auf einen „Cache“ zustande gekommen sei, so ist dieser Vortrag ohne jede Substanz und mithin das Bestreiten insgesamt nicht substantiiert genug. Die Beklagte hätte an dieser Stelle vielmehr konkret darlegen können und müssen, wie die Internetseite zu diesem Zeitpunkt denn ansonsten gestaltet war.

4. Ein rechtsmissbräuchliches Vorgehen der Klägerin gemäß § 8 Abs. 4 UWG ist vorliegend nicht erkennbar. Rechtsmissbrauch liegt vor, wenn der Anspruchsberechtigte mit der Geltendmachung des Anspruchs überwiegend sachfremde, für sich gesehen nicht schutzwürdige Interessen und Ziele verfolgt und diese als eigentliche Triebfeder und das beherrschende Motiv der Verfahrenseinleitung erscheinen (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm, UWG, 34. Auflage 2016, § 8, Rn. 4.10 m.w.N.). Dass die Parteien im Jahr 2013 unstreitig über Markenrechte stritten und die Klägerin – ebenfalls in 2013 – im Rahmen eines einstweiligen Verfügungsverfahrens versuchte, einen Slogan aus dem damals aktuellen Katalog der Beklagten zu verbieten, und aktuell in einem einzigen Parallelverfahren ebenfalls Abmahnkosten eingeklagt werden (vgl. Az.: 33 O 65/15), reicht nicht für die Annahme, dass die Beklagten nur sachfremde und für sich gesehen nicht schutzwürdige Interessen und Ziele verfolgt. Dass die Klägerin den Unterlassungsanspruch später nicht weiter verfolgt hat, bedeutet ebenfalls nicht automatisch Rechtsmissbrauch. Da die

Beklagte die Verstöße abgestellt hatte, erscheint es vielmehr durchaus nachvollziehbar, dass die Klägerin ihre Entscheidung insoweit mit wirtschaftlichen Überlegungen begründet.

5. Soweit die Beklagte bestreitet, dass die Klägerin überhaupt Aufwendungen in Höhe der Klagesumme für die Abmahnung gehabt habe, so ist auch dies unbeachtlich, denn der Klägerin stünde für den Fall, dass sie den Betrag noch nicht an ihre Prozessvertreter gezahlt hätte, ein Freistellungsanspruch gegenüber der Beklagten zu, der sich bei Weigerung der Zahlung – wie hier – in einen Zahlungsanspruch verwandelt hätte (vgl. hierzu bspw. OLG Hamm, GRUR-RR 2014, 133 – zitiert nach juris).

II. Der Höhe nach war der Anspruch allerdings auf eine 1,3 Geschäftsgebühr aus 20.000,00 EUR zuzüglich Auslagenpauschale zu reduzieren. Nach Auffassung der Kammer ist ein Streitwert von 20.00,00 EUR für den gerügten Verstoß angemessen, denn es ist zu berücksichtigen, dass dieser ausweislich der Abbildung gem. Anlage LS 4 (Bl. 89 d.A.) an untergeordneter Stelle in wenig plakativer und eher unauffälliger Weise erfolgte. Die Klägerin kann daher nur einen Betrag in Höhe von 984,60 EUR geltend machen.

Der Anspruch auf die Zinsen folgt aus §§ 286 Abs. 1 S. 2, 288 Abs. 1 BGB. Gem. § 286 Abs. 1 S. 2 BGB steht einer verzugsbegründenden Mahnung die Erhebung der Klage auf Leistung sowie die Zustellung eines Mahnbescheids im Mahnverfahren gleich. Vorliegend ist der Beklagten der Mahnbescheid vom 16.09.2014 am 18.09.2014 zugestellt worden, so dass die Beklagte seit dem 19.09.2014 in Verzug war. Gemäß § 288 Abs. 1 BGB ist eine Geldschuld während des Verzuges mit einem Verzugszinssatz von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu verzinsen.

III. Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit resultiert aus §§ 708 Nr.11, 711 ZPO.

Streitwert: 1.764,50 EUR

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen dieses Urteil ist das Rechtsmittel der Berufung für jeden zulässig, der durch dieses Urteil in seinen Rechten benachteiligt ist,

1. wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 600,00 EUR übersteigt oder

2. wenn die Berufung in dem Urteil durch das Landgericht zugelassen worden ist.

Die Berufung muss innerhalb einer Notfrist von einem Monat nach Zustellung dieses Urteils schriftlich bei dem Oberlandesgericht Köln, Reichenspergerplatz 1, 50670 Köln, eingegangen sein. Die Berufungsschrift muss die Bezeichnung des Urteils (Datum des Urteils, Geschäftsnummer und Parteien) gegen das die Berufung gerichtet wird, sowie die Erklärung, dass gegen dieses Urteil Berufung eingelegt werde, enthalten.

Die Berufung ist, sofern nicht bereits in der Berufungsschrift erfolgt, binnen zwei Monaten nach Zustellung dieses Urteils schriftlich gegenüber dem Oberlandesgericht Köln zu begründen.

Die Parteien müssen sich vor dem Oberlandesgericht Köln durch einen Rechtsanwalt vertreten lassen, insbesondere müssen die Berufungs- und die Berufungsbegründungsschrift von einem solchen unterzeichnet sein.

Mit der Berufungsschrift soll eine Ausfertigung oder beglaubigte Abschrift des angefochtenen Urteils vorgelegt werden.