

**Titel:**

- Faltbare Handtasche -

**Wettbewerblicher Leistungsschutz für eine Damenhandtasche**

**Normenkette:**

UWG § 4 Nr. 3

**Leitsätze:**

1. Die Gerichte sind nicht an die Auffassung eines Klägers gebunden, welche Merkmale die wettbewerbliche Eigenart seiner Ware begründeten. Es liegt auf der Hand, dass ein Kläger die Berücksichtigung eines tatsächlich markanten Merkmals, das zwar seine Waren, nicht aber die beanstandeten aufweisen, nicht dadurch verhindern kann, dass er es in seiner Merkmalszusammenstellung unbeachtet lässt.

2. Bei der nachschaffenden Übernahme kann die Anbringung von Herkunftskennzeichen die Gefahr einer Herkunftstäuschung ausschließen.

**Schlagwort:**

Nachahmung

**Vorinstanz:**

LG München I, Endurteil vom 16.01.2018 – 33 O 19778/16

**Rechtsmittelinstanz:**

BGH Karlsruhe vom -- – I ZR 159/19

**Fundstellen:**

WRP 2020, 1235

GRUR-RS 2019, 40209

LSK 2019, 40209

**Tenor**

I. Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts München I vom 16. Januar 2018 wird zurückgewiesen.

II. Die Klägerin hat die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.

Dieses Urteil und das Urteil des Landgerichts sind vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 115% des vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht der Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe 115% des zu vollstreckenden Betrags leistet.

**Tatbestand**

A.

1

Die Klägerin stellt Taschen her. Sie vertreibt in Deutschland über eine Tochtergesellschaft seit Mitte der 1990er Jahre die faltbare Handtasche Le Pliage in verschiedenen Farben und Größen sowie zwei Tragegriffängen zum Preis von etwa 60,- €.

2

Ein Modell dieser Tasche (Art. Nr. 2605) ist nachstehend in gefülltem und in gefaltetem Zustand abgebildet:



3

Zur weiteren Darstellung der Tasche legt die Klägerin die nachfolgend wiedergegebene Anlage K 1 vor, wobei sie sich auf die Abbildungen der Artikel mit den Nummern 1621, 1623, 1624, 1625, 2605 und 2724 auf den Seiten 3 und 4 dieser Anlage stützt:



Anlage K 1, Seite 1



Anlage K 1, Seite 2



Anlage K 1, Seite 3



Anlage K1, Seite 4

**4**

Der Beklagte stellt neben Einkaufsrollern auch Taschen her und vertreibt diese über Händler. Unter anderem vertrieb er von 2009 bis 2014 Taschen, die zu Preisen von ca. 25,- € an Endverbraucher verkauft wurden. Zu diesen Taschen legt die Klägerin folgende Abbildungen vor:



**5**

Der Korpus dieser Taschen besteht aus Nylongewebe, die Tragegriffe, der Überschlag und die ohrenartigen Verstärkungen an den beiden Enden des Reißverschlusses aus schwarzem Nylon.

**6**

Das Oberlandesgericht Hamm verurteilte eine gewerbliche Abnehmerin des Beklagten mit Entscheidung vom 16. Juni 2015 - 4 U 32/14, WRP 2015, 1374 - Le Pliage wegen des Angebots solcher Taschen zu Unterlassung sowie Auskunft und stellte deren Verpflichtung zum Schadensersatz fest. Nachdem das Urteil durch Zurückweisung der Nichtzulassungsbeschwerde (BGH, Beschluss vom 12. Mai 2016 - I ZR 179/15) rechtskräftig geworden war, teilte die Abnehmerin am 10. Juni 2016 der Klägerin mit, dass sie die Ware vom Beklagten bezogen habe.

**7**

Der Beklagte gab der Klägerin gegenüber eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab, ohne vorher von ihr abgemahnt worden zu sein. Dagegen wies er die anwaltliche Aufforderung der Klägerin zurück, ihr Auskunft zu erteilen, seine Schadensersatzpflicht anzuerkennen und die Kosten für diese Aufforderung zu tragen.

**8**

Die Klägerin beruft sich darauf, dass ihre Taschen Le Pliage einheitlich über folgende charakteristischen Merkmale verfügten, die ihnen ein Eigentümliches Gepräge verliehen: die Taschen bestünden unter anderem

(1) aus einem aus Nylon oder nylonartigem Material gefertigten Korpus in querformatiger Trapezform; Trapezform bedeute, dass die Oberkante länger als die Unterkante sei, die Unterkante der Tasche laufe bis zur ersten Ecke des Bodens der Tasche im flachen Zustand;

(2) auf dessen Oberfläche Tragegriffe sowie ein zwischen diesen befindlicher Überschlag angebracht seien, die jeweils im Kontrast zum Korpus aus Leder gefertigt seien;

(3) außerdem seien die Taschen faltbar, wobei der gefaltete Zustand mit dem zwischen den Henkeln befindlichen Überschlag und einem auf der Rückseite des Korpus unten befindlichen Druckknopf fixiert werden könne.

## 9

Das im Rechtsstreit angegriffene Taschenmodell des Beklagten stelle eine unlautere Nachahmung ihrer Taschen Le Pliage dar.

## 10

Die Klägerin hat mit ihrer am 29. Dezember 2016 zugestellten Klage, welcher der Beklagte entgegengetreten ist, Ansprüche auf Schadensersatz, Auskunft und Ersatz ihrer vorgerichtlichen Anwaltskosten für das Aufforderungsschreiben sowie - im Wege einer am 27. September 2017 zugestellten Klageerweiterung - Ersatz noch offener Restkosten aus anwaltlichen Abmahnungen anderer gewerblicher Abnehmer des Beklagten, jeweils nebst Zinsen, geltend gemacht.

## 11

Mit Urteil vom 16. Januar 2018, auf dessen tatsächliche Feststellungen ergänzend Bezug genommen wird, hat das Landgericht die Klage abgewiesen.

## 12

Hiergegen wendet sich die Klägerin mit ihrer Berufung. Sie wiederholt und vertieft ihr Vorbringen aus dem ersten Rechtszug und beantragt, das landgerichtliche Urteil aufzuheben und

I. festzustellen, dass der Beklagte ihr jeden Schaden zu ersetzen hat, der dieser dadurch entstanden ist und noch entstehen wird, dass er nachfolgend abgebildete Taschen im geschäftlichen Verkehr in Deutschland bewarb, verkaufte oder sonst anbot oder bewerben, verkaufen oder sonst anbieten ließ:



II. den Beklagten zu verurteilen, ihr schriftlich Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen über die Herkunft und den Umfang des Vertriebs der von ihm in Deutschland angebotenen Taschen gemäß Ziff. I und zwar unter Angabe

1. von wem er die Taschen bezogen hat, unter Angabe von Namen und Anschrift(en) des/der Lieferanten bzw. ob er die Taschen selbst hergestellt hat oder herstellen ließ,

2. an welche gewerbliche Abnehmer er diese Taschen in Deutschland neben Frau K. F., D., der L1. B. GmbH, L., sowie Herrn F1 Sch., Z., geliefert hat, unter Angabe von Namen und Anschrift(en) dieser Kunden,

3. welche Stückzahl er insgesamt erworben hat und welche Einkaufspreise er hierfür bezahlt hat bzw. wie viele er insgesamt hergestellt hat oder herstellen ließ und welche Kosten er für die Produktion aufgewendet hat,

4. welche Stückzahl er insgesamt in Deutschland verkauft hat und welche Verkaufspreise er hiermit erzielt hat, wobei

5. sämtliche Angaben zu Ziff. 1 bis Ziff. 4 in einer geordneten Aufstellung unter Angabe der jeweiligen Artikelnummern und den Zeitpunkten der Lieferung zu erfolgen hätten und durch Vorlage von Rechnungen und Lieferscheinen als Nachweis zu belegen seien;

III. den Beklagten zu verurteilen,

an sie 1.642,40 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit zu bezahlen;

IV. den Beklagten zu verurteilen,

an sie weitere 3.306,81 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von fünf Prozentpunkten jährlich über dem Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit zu zahlen.

**13**

Der Beklagte verteidigt das angegriffene Urteil und beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

**14**

In der mündlichen Verhandlung am 13. Dezember 2018 hat der Senat im Rahmen der Erörterung der Sachlage unter anderem eine Tasche Le Pliage der Klägerin und eine angegriffene Tasche des Beklagten, die jeweils vom Beklagten vorgelegt worden waren, in Augenschein genommen.

**15**

Im Übrigen wird auf die im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 13. Dezember 2018 Bezug genommen.

## **Entscheidungsgründe**

B.

**16**

Die zulässige Berufung ist unbegründet. Der Klägerin stehen die geltend gemachten lauterkeitsrechtlichen Ansprüche nicht zu.

I.

**17**

Es kann dahin stehen, ob die Klägerin gemäß § 9 Satz 1 UWG als Mitbewerberin i. S. d. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG aktivlegitimiert ist. Den Bedenken, die sich daraus ergeben, dass sie selbst vorträgt (vgl. S. 5 d. Klageschrift), die Taschen in Deutschland über eine Tochtergesellschaft zu vertreiben, und das zur Folge haben könnte, dass im Inland nicht sie selbst, sondern nur ihre Tochtergesellschaft in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis zum Beklagten steht, braucht nicht nachgegangen zu werden, weil die Anspruchsvoraussetzungen jedenfalls im Übrigen nicht vorliegen.

**18**

Aus demselben Grund kann dahin stehen, ob der Beklagte für die in den Berufungsanträgen wiedergegebenen Angebotshandlungen Schadensersatz zu leisten haben kann, obwohl er selbst die Taschen in dieser Weise nicht anbot; die Abbildungen in den Berufungsanträgen zeigen vielmehr Angebotshandlungen der - vom Oberlandesgericht Hamm unter Verwendung eben dieser Abbildungen verurteilten - Abnehmerin des Beklagten.

II.

**19**

Der Klägerin stehen die mit den Berufungsanträgen Ziffern I., III. und IV. geltend gemachten Schadensersatzansprüche aus § 9 Satz 1 UWG nicht zu.

**20**

1. In der für die Entstehung der geltend gemachten Schadensersatzansprüche maßgeblichen Zeit der Handlungen des Beklagten bis 2014 war der lauterkeitsrechtliche Nachahmungsschutz in § 4 Nr. 9 UWG in der bis zum 9. Dezember 2015 geltenden Fassung geregelt. Mit Wirkung ab dem 10. Dezember 2015 ist das Lauterkeitsrecht durch das Zweite Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 2. Dezember 2015 (BGBl. I, S. 2158) novelliert worden. Eine Änderung der Rechtslage folgt daraus jedoch nicht. Der bisher in § 4 Nr. 9 Buchst. a) bis c) UWG a. F. geregelte lauterkeitsrechtliche Nachahmungsschutz findet sich nunmehr ohne inhaltliche Änderung in der Bestimmung des § 4 Nr. 3 Buchst. a) bis c) UWG (vgl. BGH GRUR 2019, 196, - Industrienähmaschinen Rn. 7 m. w. N.). Deshalb kann im Folgenden der aktuelle Gesetzestext zugrunde gelegt werden.

**21**

2. Der Vertrieb einer Nachahmung kann nach § 4 Nr. 3 UWG unlauter sein, wenn das nachgeahmte Produkt wettbewerbliche Eigenart aufweist und besondere Umstände - wie eine vermeidbare Täuschung über die betriebliche Herkunft (Buchst. a)) oder eine unangemessene Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Wertschätzung des nachgeahmten Produkts (Buchst. b)) - hinzutreten, aus denen die Unlauterkeit folgt. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen dem Grad der wettbewerblichen Eigenart, der Art und Weise

und der Intensität der Übernahme sowie den besonderen wettbewerblichen Umständen. Je größer die wettbewerbliche Eigenart und je höher der Grad der Übernahme sind, desto geringere Anforderungen sind an die besonderen Umstände zu stellen, die die Unlauterkeit der Nachahmung begründen und umgekehrt (vgl. BGH, a. a. O., - Industrienähmaschinen Rn. 11 m. w. N.). So sind bei einer (nahezu) unmittelbaren Übernahme geringere Anforderungen an die Unlauterkeitskriterien zu stellen als bei einer lediglich nachschaffenden Übernahme (vgl. BGH GRUR 2017, 79 - Segmentstruktur Rn. 64 m. w. N.).

## 22

a) Den klägerischen Taschen kommt hohe wettbewerbliche Eigenart zu.

## 23

aa) Ein Erzeugnis besitzt wettbewerbliche Eigenart, wenn die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des Erzeugnisses geeignet sind, die interessierten Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen. Ein Erzeugnis hat keine wettbewerbliche Eigenart, wenn der angesprochene Verkehr die prägenden Gestaltungsmerkmale des Erzeugnisses nicht einem bestimmten Hersteller oder einer bestimmten Ware zuordnet (vgl. BGH GRUR 2018, 311 - Handfugerpistole Rn. 14 m. w. N.).

## 24

Für die Bestimmung der wettbewerblichen Eigenart ist der Gesamteindruck des nachgeahmten Erzeugnisses maßgebend (vgl. BGH, a. a. O., - Handfugerpistole Rn. 16). Deshalb sind die wesentlichen Besonderheiten zu berücksichtigen, die das Produkt als Ganzes ausmachen (vgl. BGH GRUR 2018, 832 - Ballerinaschuh Rn. 51). Der Gesamteindruck eines Erzeugnisses kann durch Gestaltungsmerkmale bestimmt oder mitbestimmt werden, die für sich genommen nicht geeignet sind, im Verkehr auf dessen Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen hinzuweisen. Derartige Gestaltungsmerkmale können in ihrem Zusammenwirken eine wettbewerbliche Eigenart verstärken oder begründen, da diese von dem Gesamteindruck abhängt, den die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des jeweiligen Erzeugnisses vermitteln (vgl. BGH, a. a. O., - Ballerinaschuh Rn. 51 m. w. N.).

## 25

Der Grad der wettbewerblichen Eigenart eines Erzeugnisses kann durch seine tatsächliche Bekanntheit im Verkehr verstärkt werden (vgl. BGH, a. a. O., - Segmentstruktur Rn. 55 m. w. N.).

## 26

bb) Nach diesen Grundsätzen kommt der Gestaltung der klägerischen Taschen hohe wettbewerbliche Eigenart zu.

## 27

(1) Der Senat ist nicht an die Auffassung der Klägerin gebunden, welche Merkmale die wettbewerbliche Eigenart der klägerischen Taschen begründeten. Es liegt auf der Hand, dass ein Kläger die Berücksichtigung eines tatsächlich markanten Merkmals, das zwar seine Waren, nicht aber die beanstandeten aufweisen, nicht dadurch verhindern kann, dass er es in seiner Merkmalszusammenstellung unbeachtet lässt.

## 28

Die Aufzählung dreier Merkmalspositionen durch die Klägerin ist zum einen misslungen, weil sie jeweils verschiedene voneinander unabhängige Merkmale unter einem Punkt zusammenfasst. Zum anderen lässt sie tatsächlich den Gesamteindruck beeinflussende Merkmale außer Betracht. Der Senat erachtet auf der Grundlage der unstreitigen Gestaltung der Taschen, wie sie sich aus den von der Klägerin vorgelegten Abbildungen und der vom Beklagten vorgelegten Originaltasche ergibt, folgende auch von der Klägerin angeführte Merkmale als für den Gesamteindruck bedeutsam:

- (1) Die Tasche besteht aus einem aus Nylon oder nylonartigem Material gefertigten Korpus,
- (2) der breiter als hoch ist;
- (3) er ist trapezförmig, wobei seine obere Begrenzungslinie länger ist als die untere;
- (4) an der Außenfläche des Korpus sind Tragegriffe angebracht,
- (5) die aus Leder gefertigt sind und

- (6) im farblichen Kontrast zum Korpus stehen;
- (7) zwischen den Tragegriffen befindet sich ein Überschlag,
- (8) der aus Leder gefertigt ist und
- (9) im selben farblichen Kontrast zum Korpus steht wie die Tragegriffe;
- (10) die Tasche ist faltbar,
- (11) wobei der gefaltete Zustand mit dem zwischen den Henkeln befindlichen Überschlag und einem auf der Korpusrückseite des Korpus unten befindlichen Druckknopf fixiert werden kann.

## **29**

Außerdem sind für den Gesamteindruck folgende von der Klägerin nicht erwähnte Merkmale von Bedeutung:

- (12) Der Korpus ist monochrom;
- (13) an beiden Enden des Reißverschlusses befinden sich ohrenartige Verstärkungen,
- (14) die ebenfalls aus Leder gefertigt sind und
- (15) im selben farblichen Kontrast zum Korpus stehen wie die Tragegriffe und der Überschlag;
- (16) der Reißverschlussanhänger und beide Teile des Druckknopfs am Überschlag und auf der Korpusrückseite sind metallischgoldfarben.

## **30**

Insbesondere ist entgegen der Auffassung der Klägerin die einheitliche Korpusfarbe ein für die wettbewerbliche Eigenart bedeutsames Merkmal, weil sie die Kontrastwirkung zu den Lederteilen beeinflusst. Die Klägerin hat bei der ihr obliegenden detaillierten Beschreibung des Produkts, für das sie Schutz beansprucht (vgl. BGH, a. a. O., - Handfugenhilfe Rn. 17) lediglich auf Abbildungen von Taschen mit monochromen Korpus Bezug genommen. Auch die Farbkodierungen auf Seite 4 der von der Klägerin in Bezug genommenen Anlage K 1 sind nicht gemustert, sondern einfarbig. Entgegen ihrem Vorbringen in der Berufungsbegründung hat die Klägerin in der Klageschrift in den Abschnitten I. b und d) nicht vorgetragen, dass der Korpus auch mehrfarbig sein könne. Unter I. b) der Klageschrift hat sie vielmehr angegeben, dass die Tasche in allen möglichen Farben existiere, und damit lediglich zum Ausdruck gebracht, dass der Korpus nicht immer dieselbe Farbe habe. Unter I. d) der Klageschrift hat sie ausschließlich vorgetragen, dass ihr Taschenmodell immer wieder Gegenstand der Presseberichterstattung sei; entsprechend ist der Umstand, dass sich in der zum Beleg dafür vorgelegten Anlage K 2a die Abbildung einer Tasche mit mehrfarbigem Korpus findet, für den Vortrag dazu ohne Belang, wofür Schutz beansprucht wird.

## **31**

Dagegen erachtet der Senat - anders als das Landgericht - die weißen Sichtnähte an den Lederapplikationen der Taschen als derart wenig auffällig, dass sie allenfalls unwesentlich zum Gesamteindruck beitragen.

## **32**

(2) Geprägt wird der Gesamteindruck der Taschen der Klägerin von dem Gegensatz zwischen dem wegen seiner großflächigen Einfarbigkeit ruhig wirkenden Stoffkorpus und den Wertigkeit vermittelnden, kontrastierend einfarbigen Lederteilen. Der dadurch begründete Eindruck gediegener minimalistischer Eleganz wird verstärkt durch die Verwendung goldfarbener Metallapplikationen in Gestalt insbesondere des an der Vorderseite angebrachten Druckknopfoberteils und des Reißverschlussanhängers. Diese bleiben wegen ihres Goldglanzes trotz der geringen Größe nicht unbemerkt und unterstreichen gerade dadurch, dass sie nicht protzig auffällig ausgestaltet sind, den Eindruck dezenter Eleganz.

## **33**

(3) Die bereits originär überdurchschnittliche wettbewerbliche Eigenart der klägerischen Taschen wird gesteigert durch deren lang andauernde Marktpräsenz und deren häufige Nennung in den Medien, welche der Beklagte nicht als solche, sondern lediglich in ihrer Bedeutung für den Rechtsstreit bestreitet.

## **34**

b) Die angegriffenen Taschen des Beklagten stellen eine Nachahmung des klägerischen Taschenmodells in Gestalt der nachschaffenden Übernahme dar.

### 35

aa) Eine Nachahmung liegt vor, wenn das angegriffene Produkt dem Originalprodukt so ähnlich ist, dass es sich in ihm wiedererkennen lässt. Hierfür ist zu prüfen, ob das angegriffene Produkt die prägenden Gestaltungsmerkmale des Originalprodukts übernimmt, die dessen wettbewerbliche Eigenart ausmachen. Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit ist auf die Gesamtwirkung der einander gegenüberstehenden Produkte aus Sicht des Durchschnittsverbrauchers abzustellen. Hinsichtlich der Intensität der Nachahmung ist zwischen identischen, nahezu identischen und nachschaffenden Nachahmungen zu unterscheiden. Eine nahezu identische Nachahmung liegt vor, wenn nach dem Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Erzeugnisse die Nachahmung nur geringfügige Abweichungen vom Original aufweist. Eine nachschaffende Übernahme ist gegeben, wenn die fremde Leistung lediglich als Vorbild genutzt wird und eine bloße Annäherung an das Originalprodukt festzustellen ist (vgl. BGH, a. a. O., - Ballerinaschuh Rn. 50 m. w. N.).

### 36

Bei der Beurteilung der sich gegenüberstehenden Erzeugnisse kommt es weniger auf die Unterschiede, sondern mehr auf die Übereinstimmungen der Produkte an, weil der Verkehr diese erfahrungsgemäß nicht gleichzeitig wahrnimmt und miteinander vergleicht, sondern seine Auffassung aufgrund eines Erinnerungseindrucks gewinnt, in dem die übereinstimmenden Merkmale stärker hervortreten als die unterscheidenden. Dabei müssen gerade die übernommenen Gestaltungsmittel diejenigen sein, die die wettbewerbliche Eigenart des Erzeugnisses ausmachen, für das Schutz beansprucht wird (vgl. BGH GRUR 2017, 1135 - Leuchtballon Rn. 29 m. w. N.).

### 37

bb) Danach liegt im Streitfall eine nachschaffende Übernahme vor.

### 38

(1) Für die Beurteilung ist nicht auf die Taschen im gefalteten Zustand abzustellen, weil sie dem Verbraucher regelmäßig auch im ungefalteten Zustand gegenüberstehen. Die Notwendigkeit, die Taschen ungefaltet zu würdigen, ergibt sich im Übrigen bereits aus dem klägerischen Vorbringen, die trapezförmige Korpusgestaltung trage zur wettbewerblichen Eigenart ihrer Taschen bei; denn die Korpusform ist nur im ungefalteten Zustand erkennbar, nicht aber, wenn die Tasche gefaltet ist.

### 39

(2) Die angegriffene Gestaltung übernimmt zwar einige der die wettbewerbliche Eigenart des klägerischen Taschenmodells begründenden Merkmale, aber bei weitem nicht alle, so dass sie insgesamt einen aus Sicht des Durchschnittsverbrauchers deutlich abweichenden Gesamteindruck vermittelt.

### 40

aaa) So weist die angegriffene Gestaltung einen aus Nylon gefertigten Korpus auf (Merkmal [1]), der breiter als hoch ist (Merkmal [2]) und an dessen Außenfläche Tragegriffe angebracht sind (Merkmal [4]), die im farblichen Kontrast zum Korpus stehen (Merkmal [6]). Zwischen den Tragegriffen befindet sich ein Überschlag (Merkmal [7]), der im selben farblichen Kontrast zum Korpus steht wie die Tragegriffe (Merkmal [9]). Die Tasche ist faltbar (Merkmal [10]), wobei der gefaltete Zustand mit dem zwischen den Henkeln befindlichen Überschlag und einem auf der Korpusrückseite des Korpus unten befindlichen Druckknopf fixiert werden kann (Merkmal [11]). An beiden Enden des Reißverschlusses befinden sich ohrenartige Verstärkungen (Merkmal [13]), die im selben farblichen Kontrast zum Korpus stehen wie die Tragegriffe und der Überschlag (Merkmal [15]).

### 41

bbb) Dagegen kann die Übernahme der anderen Merkmale nicht festgestellt werden.

### 42

So erlaubt die Darstellung der Klägerin der angegriffenen Taschen, die sich in den unter A. wiedergegebenen drei Abbildungen erschöpft, nicht die Feststellung, dass der Korpus trapezförmig ist, wobei seine obere Begrenzungslinie länger ist als die untere (Merkmal [3]). Sowohl die erste als auch die dritte Abbildung zeigen eine im Wesentlichen rechteckige Umrisslinie, während die zweite Abbildung die Tasche in gefaltetem Zustand zeigt und deshalb insoweit gänzlich unergiebig ist.

**43**

Die Tragegriffe sind ebenso wenig aus Leder gefertigt (Merkmal [5]) wie der Überschlag (Merkmal [8]) oder die ohrenartigen Verstärkungen an beiden Enden des Reißverschlusses (Merkmal [14]).

**44**

Der Korpus ist nicht monochrom (Merkmal [12]), sondern weist kontrastierende horizontale Streifen auf, die zwar nicht sehr breit sind, aber auch aus einiger Entfernung sichtbar sind, wie der dritten von der Klägerin zur Beschreibung der angegriffenen Taschen vorgelegten Abbildung zu entnehmen ist, welche eine typische Schaufensterpräsentation wiedergibt.

**45**

Schließlich weist die angegriffene Gestaltung weder einen goldfarbenen Druckknopf (gar auf der Vorderseite der Tasche) noch einen goldfarbenen Reißverschlussanhänger auf.

**46**

ccc) Der Gesamteindruck, den die angegriffene Gestaltung vermittelt, unterscheidet sich erheblich von dem durch die klägerische Gestaltung vermittelten.

**47**

Zwar nähern sich die einheitliche Färbung von Tragegriffen, Überschlag und ohrenartigen Verstärkungen sowie die Art der Faltbarkeit an das klägerische Taschenmodell an und zeigen, dass dieses als Vorbild für die Gestaltung gedient hat. Der Verzicht auf Lederteile und goldfarbene Applikationen führt indes dazu, dass die Taschen des Beklagten nicht den Eindruck gediegener Eleganz vermitteln, sondern als reine Stofftaschen von robuster Gebrauchstauglichkeit angesehen werden. An dieser Bewertung ändert sich auch dann nichts, wenn auf der Grundlage des vom Beklagten vorgelegten Exemplars seiner Tasche davon ausgegangen wird, dass diese das Merkmal (3) des trapezförmigen Korpus erfüllt.

**48**

c) Die Nachahmung durch den Beklagten ist nicht unlauter.

**49**

Da nur eine nachschaffende Übernahme vorliegt, sind für die Annahme der Unlauterkeit höhere Anforderungen zu stellen als bei der (nahezu) unmittelbaren Übernahme. Diese sind im Streitfall nicht erfüllt.

**50**

aa) Es liegt keine vermeidbare Herkunftstäuschung i. S. d. § 4 Nr. 3 Buchst. a) UWG vor.

**51**

(1) Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt. Dabei ist zwischen einer unmittelbaren Herkunftstäuschung und einer mittelbaren Herkunftstäuschung (einer Herkunftstäuschung im weiteren Sinne) zu unterscheiden. Eine unmittelbare Herkunftstäuschung liegt vor, wenn die angesprochenen Verkehrskreise annehmen, bei der Nachahmung handele es sich um das Originalprodukt. Eine Herkunftstäuschung im weiteren Sinne liegt vor, wenn der Verkehr die Nachahmung für eine neue Serie oder ein unter einer Zweitmarke vertriebenes Produkt des Originalherstellers hält oder wenn er von geschäftlichen oder organisatorischen - wie lizenz- oder gesellschaftsvertraglichen - Beziehungen zwischen den beteiligten Unternehmen ausgeht (vgl. BGH, a. a. O., - Industrienähmaschinen Rn. 15 m. w. N.).

**52**

Eine Herkunftstäuschung ist vermeidbar, wenn sie durch geeignete und zumutbare Maßnahmen verhindert werden kann. Ob und welche Maßnahmen dem Wettbewerber zur Verhinderung einer Herkunftstäuschung zugemutet werden können, ist anhand einer umfassenden Interessenabwägung zu beurteilen (vgl. BGH, a. a. O., - Handfugerpistole Rn. 56 m. w. N.). Dabei sind das Interesse des Herstellers des Originalprodukts an der Vermeidung einer Herkunftstäuschung, das Interesse der Wettbewerber an der Nutzung nicht unter Sonderrechtsschutz stehender Gestaltungselemente sowie das Interesse der Abnehmer an einem Preis- und Leistungswettbewerb zwischen unterschiedlichen Anbietern zu berücksichtigen (vgl. BGH, a. a. O., - Leuchtkugeln Rn. 39 m. w. N.).

**53**

Einem Wettbewerber ist es regelmäßig nicht zuzumuten, auf eine angemessene technische Lösung zu verzichten, um die Gefahr einer Herkunftstäuschung oder einer Rufausnutzung zu vermeiden. Nur bei einer (nahezu) identischen Übernahme kann sich der Nachahmer grundsätzlich nicht darauf berufen, er habe lediglich eine nicht unter Sonderrechtsschutz stehende angemessene technische Lösung übernommen; in einem solchen Fall ist es einem Wettbewerber regelmäßig zuzumuten, auf eine andere angemessene technische Lösung auszuweichen, wenn er der Gefahr einer Herkunftstäuschung nicht auf andere Weise - etwa durch eine (unterscheidende) Kennzeichnung seiner Produkte - entgegenwirken kann (vgl. BGH, GRUR 2017, 734 - Bodendübel Rn. 54 m. w. N.). Dagegen ist die Übernahme ästhetischer Gestaltungsmerkmale, mit denen die angesprochenen Verkehrskreise Herkunftsvorstellungen verbinden, regelmäßig nicht sachlich gerechtfertigt, weil den Wettbewerbern in aller Regel ein Ausweichen auf andere Gestaltungsformen und damit ein Abstand zum Original möglich und zumutbar ist (vgl. BGH, a. a. O., - Leuchtballon Rn. 39 m. w. N.).

**54**

(2) Danach liegt im Streitfall keine vermeidbare Herkunftstäuschung vor.

**55**

aaa) Schon angesichts der deutlichen Unterschiede im Gesamteindruck besteht keine Gefahr, dass die angesprochenen Verkehrskreise annehmen, bei der Nachahmung handele es sich um das Originalprodukt.

**56**

bbb) Auch eine Herkunftstäuschung im weiteren Sinn kann nicht angenommen werden.

**57**

Werden Produkte unter verschiedenen Herstellermarken und zu unterschiedlichen Preisen angeboten, besteht - wenn es sich bei dem angesprochenen Verkehr um den Endverbraucher handelt - regelmäßig keine Veranlassung anzunehmen, dass die Produkte vom selben Hersteller stammen, selbst wenn die Produkte identisch sind. Da es die Funktion der Marke ist, dem Verkehr die Ursprungsidentität des damit gekennzeichneten Produkts zu garantieren, wird der Verkehr vielmehr annehmen, dass verschiedene Marken auf eine unterschiedliche betriebliche Herkunft der entsprechend gekennzeichneten Produkte hinweisen (vgl. BGH GRUR 2016, 720 - Hot Sox Rn. 26). Ob der Verkehr bei verschiedener Kennzeichnung davon ausgeht, es handele sich bei dem beanstandeten Produkt um eine neue Serie oder eine Zweitmarke des Originalherstellers oder es bestünden zu ihm zumindest lizenz- oder gesellschaftsvertragliche Beziehungen, hängt von den relevanten Umständen des Einzelfalls ab (vgl. BGH, a. a. O., - Hot Sox Rn. 27 m. w. N.).

**58**

Im Streitfall sind die Taschen der Klägerin mit der Herstellerangabe Longchamp gekennzeichnet. Dass die Kennzeichnung nur wenig auffällig durch eine Lederprägung erfolgt, hindert nicht die Annahme, dass sie vom Verkehr wahrgenommen wird, zumal es gerade die Funktion einer solchen Angabe ist, sich an den an der Ware Interessierten zu wenden. Die dezente Gestaltung der Herstellerangabe unterstreicht lediglich, dass die Taschen insgesamt den Eindruck unaufdringlicher Eleganz vermitteln sollen.

**59**

Die Taschen der Beklagten sind auf der Vorderseite mit der Angabe Scorlan by ANDERSEN gekennzeichnet. Die Angabe ist für den Durchschnittsverbraucher insgesamt - also auch deren in kleinerer Schrift gehaltene Teil by ANDERSEN - ausreichend lesbar. Dass die Klägerin lediglich unpräzise Abbildungen der Taschen vorlegt, auf denen die Kennzeichnung nicht mehr lesbar ist, hat bei der Prüfung, ob durch die Herstellerangabe die Herkunftstäuschung tatsächlich ausgeräumt ist, außer Betracht zu bleiben.

**60**

Die Angaben auf den Taschen der Beklagten enthalten keinerlei Hinweis auf die Klägerin, sondern unterscheiden sich vollständig von den Angaben auf den Taschen der Klägerin. Das führt zusammen mit den verschiedenen Gesamteindrücken, welche die Taschen vermitteln, dazu, dass der angesprochene Verkehr keinerlei Veranlassung hat, lizenz- oder gesellschaftsvertragliche Beziehungen zwischen den Parteien zu vermuten.

**61**

Da nur eine nachschaffende Übernahme vorliegt, vermag die geringe Gefahr, dass trotz der Herstellerangabe auf den Taschen des Beklagten ein Verbraucher wegen der Assoziation mit den Taschen der Klägerin einer Herkunftstäuschung unterliegt, die Unlauterkeit der Gestaltung auch unter Berücksichtigung des hohen Maßes der wettbewerblichen Eigenart des klägerischen Taschenmodells nicht zu begründen.

#### **62**

bb) Der Beklagte nutzte auch die Wertschätzung der klägerischen Taschen nicht unangemessen i. S. d. § 4 Nr. 3 Buchst. b) UWG aus.

#### **63**

(1) Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt. Eine unlautere Rufausnutzung kann nicht nur auf einer Täuschung der angesprochenen Verkehrskreise über die betriebliche Herkunft der Nachahmung, sondern auch auf einer Anlehnung an die fremde Leistung beruhen, die eine erkennbare Bezugnahme auf den Mitbewerber oder seine Produkte erfordert. Die Frage, ob hierdurch eine Gütevorstellung i. S. d. § 4 Nr. 3 Buchst. b) Fall 1 UWG unangemessen ausgenutzt wird, ist im Wege einer Gesamtwürdigung zu beantworten, bei der alle relevanten Umstände des Einzelfalls, insbesondere der Grad der Anlehnung sowie die Stärke des Rufs des nachgeahmten Produkts, zu berücksichtigen sind. Dabei kann grundsätzlich schon die Annäherung an die verkehrsbekannt Merkmale eines fremden Produkts als solche zu einer für die Annahme einer Rufausbeutung erforderlichen Übertragung der Gütevorstellung führen. Bei einer identischen Nachahmung gilt insofern ein strenger Maßstab. Allerdings reicht es für eine Rufausbeutung nicht aus, wenn lediglich Assoziationen an ein fremdes Produkt und damit Aufmerksamkeit erweckt werden (vgl. BGH, a. a. O., - Industrienähmaschinen Rn. 23 m. w. N.).

#### **64**

(2) Im Streitfall ist aus den Gründen, die die wettbewerbliche Eigenart der klägerischen Taschen gesteigert haben, davon auszugehen, dass diese eine ausreichende Wertschätzung genießen.

#### **65**

Da die Taschen des Beklagten lediglich eine nachschaffende Übernahme der klägerischen Taschen darstellen, bedarf es einer - im Vergleich zu einer (fast) identischen Übernahme - erhöhten Annäherung an die Taschen der Klägerin. Übernommen sind aber nur eine angemessene technische Lösung für das Problem der Faltpbarkeit einer Tasche und einige, den Gesamteindruck der klägerischen Taschen nicht entscheidend beeinflussende Merkmale. Wegen des trotz dieser Übernahmen anderen Gesamteindrucks reichen die bloße Erkennbarkeit, dass die klägerischen Taschen Gestaltungsvorbild waren, und die dadurch begründete Assoziation mit diesen auch unter Berücksichtigung des hohen Maßes der wettbewerblichen Eigenart des klägerischen Taschenmodells nicht aus, eine unangemessene Ausnutzung der Wertschätzung und damit die Unlauterkeit der Gestaltung des Beklagten anzunehmen.

#### **III.**

#### **66**

Da der Klägerin kein Schadensersatzanspruch zusteht, kann sie auch die für eine Schadensberechnung erforderliche Auskunft (Berufungsantrag Ziffer II.) nicht verlangen.

#### **C.**

#### **67**

Die Entscheidung über die Kosten beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

#### **68**

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

#### **69**

Die Revision ist nicht zuzulassen. Die Rechtssache hat keine grundsätzliche Bedeutung (§ 543 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO) und auch die Voraussetzungen des § 543 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 ZPO liegen nicht vor; die Rechtssache erfordert, wie die Ausführungen unter B. zeigen, lediglich die Anwendung gesicherter Rechtsprechungsgrundsätze auf den Einzelfall. Insbesondere beruht es lediglich auf einer anderen

Sachverhaltswürdigung, dass der Senat die angegriffene Gestaltung anders beurteilt als das Oberlandesgericht Hamm in dessen Urteil vom 16. Juni 2015 - 4 U 32/14; das vermag die Zulassung der Revision nicht zu rechtfertigen (vgl. BGH NJW-RR 2012, 124 Rn. 13; Ball in: Musielak/Voit, ZPO, 16. Aufl. 2019, Reichold in: Thomas/Putzo, ZPO, 40. Aufl. 2019, § 543 Rn. 4b; § 543 Rn. 8a; Bacher in: Ceph/Voß, Prozesskommentar zum Gewerblichen Rechtsschutz, 2. Aufl. 2018, § 543 Rn. 17a; jeweils m. w. N.).