

Titel:

Keine selbständige Prägung durch Bildbestandteil

Normenketten:

ZPO § 253 Abs. 2 Nr. 2

UMV Art. 9 Abs. 2 lit. b, c

Leitsätze:

1. Ist das beantragte Verbot der Verwendung eines Zeichens auf eine abgebildete konkrete Verletzungsform bezogen, in der das angegriffene Zeichen soweit erkennbar gar nicht wiedergegeben ist, ist das Rechtsschutzziel nicht hinreichend bestimmt und der Antrag gemäß § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO unzulässig.
2. Wird der Bildbestandteil eines Zeichens durch einen mittig und dominant angebrachten Wortbestandteil in zwei Teile unterteilt, tritt der Bildbestandteil nicht als Ganzer selbständig hervor und wirkt nicht selbständig kennzeichnend.
3. Dass das auf den Fahrzeugen angebrachte Logo eines Automobilherstellers auf weite Entfernung oder in schneller Bewegung aufgrund der Ähnlichkeit in der geometrischen Grundform von dem Logo eines anderen Herstellers nicht gut unterscheidbar ist, reicht für die Annahme einer Zeichenähnlichkeit nicht aus.

Schlagwort:

Klageschrift

Vorinstanz:

LG München I, Urteil vom 28.04.2020 – 33 O 17154/18

Fundstellen:

MitttdtPatA 2021, 37

GRUR-RR 2021, 20

LSK 2020, 32517

GRUR-RS 2020, 32517

Tenor

I. Auf die Berufung der Beklagten werden das Urteil des Landgerichts München I vom 28.04.2020 aufgehoben und die Klage abgewiesen.

II. Die Anschlussberufung der Klägerin wird zurückgewiesen.

III. Die Klägerin hat die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen zu tragen.

IV. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 115% des vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 115% des zu vollstreckenden Betrags leistet.

Der Streitwert des Berufungsverfahrens wird auf 1.000.000 € festgesetzt.

Tatbestand

I.

1

Die Klägerin macht gegen die Beklagte markenrechtliche Unterlassungs- und Folgeansprüche wegen Verletzung ihrer Rechte im Hinblick auf den „Renault-Diamanten“ geltend.

2

Die Klägerin ist ein global agierender Automobilhersteller. Sie kennzeichnet die von ihr hergestellten Automobile seit 2004 mit folgendem



von ihr als „Renault-Diaman von ihr als „Renault-Diamanten“ bezeichneten Zeichen.

3

Die Klägerin ist Inhaberin der Unionsbildmarke Nr. 008535213



die am die am 08.09.2009 angemeldet und am 10.05.2010 u.a. für Waren der Klasse 12, nämlich „Fahrzeuge, Apparate zur Beförderung auf dem Lande und insbesondere Kraftfahrzeuge“ eingetragen wurde (vgl. Registerauszug, Anlage K 2; im Folgenden: Klagemarke 1).

4

Außerdem ist die Klägerin Inhaberin der Unionsbildmarke Nr. 000089813



die 01.04.1996 angemeldet und am 29.05.2000 im Register eingetragen wurde. Das Zeichen beansprucht ebenfalls Schutz für Waren der Klasse 12, u.a. „Fahrzeuge und Apparate zur Beförderung auf dem Land, in der Luft oder auf dem Wasser; Automobile, Kraftfahrzeuge für den Transport von Personen und/oder Waren an Land“ (vgl. Registerauszug, Anlage K 30; im Folgenden: Klagemarke 2).

5

Die Klägerin stützt ihre geltend gemachten Ansprüche in erster Linie auf die Klagemarke 1, hilfsweise auf die Klagemarke 2.

6

Die Beklagte ist ein im Jahr 2014 gegründetes Unternehmen mit Sitz in Stuttgart. Sie bewirbt auf der Website www.borgward.com/de drei verschiedene Fahrzeug-Modelle mit den Bezeichnungen BX5, BX7 sowie BX7 TS Limited Edition. Auf allen vorgenannten Modellen ist das nachfolgende Logo



angebracht (vgl. Anlagen K 21 - K 24). In der Werbung angebracht (vgl. Anlagen K 21 - K 24). In der Werbung (vgl. Anlagen K 21- K 24) und auch auf Fahrzeugen wird das Logo in folgender Form verwendet



7

Laut der Website der Beklagten wird das Modell BX7 TS Limited Edition bereits in Deutschland und Europa seit Ende Juni 2018 verkauft und der Verkaufsstart für die Modelle BX5 und BX7 in Deutschland und Europa vorbereitet.

8

Die B. T. H. GmbH, eine 100%ige Tochter der Beklagten, ist Inhaberin der Unionsbildmarke Nr. 004311551



, die am 23.03.2005 angemeldet und am 17.07.2006 u.a. für die Waren „Fahrzeuge, Insbesondere Privatwagen“ eingetragen wurde.

9

Die Klägerin behauptet, die Klagemarke 1 genieße infolge Benutzung jedenfalls in Deutschland eine überragende Bekanntheit.

10

Nach Auffassung der Klägerin hat sie beide Klagemarken rechtserhaltend benutzt. Die Benutzungen der Klagemarke 1 würden gleichzeitig Benutzungshandlungen des älteren Zeichenrechts aus der Klagemarke 2 darstellen.

11

Sie ist weiter der Auffassung, ihr Logo, der „Renault-Diamant“, genieße auf dem Markt eine Alleinstellung. Es sei unter sämtlichen in der Fahrzeugbranche vertretenen Logos das einzige, das die charakteristische Diamantform aufweise. Der Verkehr nehme das Zeichen auch als Raute und nicht als Sechseck wahr.

12

Die Klägerin ist der Auffassung, die angegriffenen Zeichenverwendungen stellten unter mehreren Gesichtspunkten einen Eingriff in die Rechte aus der Klagemarke 1 dar. Der Klägerin stehe zum einen ein Unterlassungsanspruch wegen Verwechslungsgefahr nach Maßgabe des Art. 9 Abs. 2 lit b) UMV zu. Aufgrund der bestehenden Warenidentität und der aufgrund intensiver Benutzung hohen Kennzeichnungskraft der Klagemarke 1 müssten die angegriffenen Zeichen einen deutlichen Abstand zur Klagemarke 1 einhalten, der vorliegend nicht gewahrt sei. Zwischen der Klagemarke 1 und den angegriffenen Zeichen bestehe auf bildlicher Ebene hohe Zeichenähnlichkeit. In diesem Zusammenhang komme den Bildelementen der angegriffenen Zeichen eine selbständig kennzeichnende Stellung zu. Im Zusammenhang mit Kraftfahrzeugen sei von einem normalen Aufmerksamkeitsgrad der angesprochenen Verkehrskreise auszugehen. Relevant seien nicht nur die Zeichenwahrnehmungen im Zeitpunkt der Kaufentscheidung, sondern auch solche im Rahmen des bestimmungsgemäßen Gebrauchs der Ware. Die Fahrzeuge würden vor allem im öffentlichen Raum wahrgenommen. Dort sei aber das Logo der Beklagten von dem Zeichen der Klagemarke bereits aus wenigen Metern Entfernung nicht mehr zu unterscheiden.

13

Nach Auffassung der Klägerin stehen ihr die geltend gemachten Ansprüche weiter wegen Verletzung ihrer bekannten Marke aus Art. 9 Abs. 2 lit c) UMV zu. Die Klagemarke 1 stelle eine bekannte Marke im Sinne der Vorschrift dar. Ferner seien die Voraussetzungen der Zeichenähnlichkeit und gedanklichen Verknüpfung mit der Klagemarke gegeben. Durch die Verwendung der angegriffenen Zeichen nutze die Beklagte die Unterscheidungskraft und Wertschätzung der Marke in unlauterer Weise aus.

14

Nach Auffassung der Beklagten ist die Klage bereits deshalb unbegründet, weil die Beklagte den Rechten aus der Klagemarke 1 ein älteres Zeichenrecht aus der Unionsmarke Nr. 004122551 entgegenhalten könne. Zudem könne selbst eine hier nicht vorliegende hohe Kennzeichnungskraft über die offensichtlich fehlende Zeichenähnlichkeit nicht hinweghelfen. Im Rahmen des Zeichenvergleichs sei den Bildelementen innerhalb der von der Beklagten benutzten Zeichen keine selbständig kennzeichnende Stellung zuzuerkennen. Soweit zwischen den Zeichen überhaupt irgendeine Gemeinsamkeit angenommen werden könne, erschöpfe sich diese darin, dass sich die Zeichen der Beklagten dem Umriss einer Raute bedienten, die sich in dem älteren Zeichen in der Aussparung in der Mitte befinde. Insoweit könne sich die Klägerin aber nicht auf eine Zeichenähnlichkeit berufen, weil sich die Vergleichbarkeit in einer simplen geometrischen Grundform erschöpfe, die für sich genommen nicht als Herkunftshinweis dienen könne und folglich nicht schutzfähig sei.

15

Im Hinblick auf die Klagemarke 2 erhebt die Beklagte überdies die Einrede der fehlenden rechtserhaltenden Benutzung.

16

Das Landgericht hat der Klage durch Urteil vom 28.04.2020, auf dessen tatsächliche Feststellungen ergänzend Bezug genommen wird, vollumfänglich stattgegeben und wie folgt erkannt:

I. Der Beklagten wird unter Androhung eines Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,00 € für jeden Fall der Zuwiderhandlung, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall von Ordnungshaft bis zu zwei Jahren, die Ordnungshaft zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten,

verboten, ohne Zustimmung der Klägerin im geschäftlichen Verkehr in der Europäischen Union mit Ausnahme Frankreichs, Belgiens, Niederlande und Luxemburgs die Zeichen



und/oder



auf Kraftfahrzeugen anzubringen, anbringen zu lassen, unter diesem Zeichen Kraftfahrzeuge anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen, anbieten zu lassen, in den Verkehr bringen zu lassen, herzustellen, herstellen zu lassen, einzuführen, einführen zu lassen, auszuführen, ausführen zu lassen und/oder diese Zeichen in Geschäftspapieren oder in der Werbung für Kraftfahrzeuge zu benutzen und/oder benutzen zu lassen, wenn dies geschieht wie nachfolgend abgebildet:



II. Die Beklagte wird verurteilt, schriftlich Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen, in welchem Umfang sie die in Ziffer I. genannten Handlungen begangen hat, durch Vorlage eines verbindlich unterzeichneten Verzeichnisses, das Angaben und Belege zu enthalten hat über:

1. Liefermengen, Lieferzeiten, Lieferpreise und gewerbliche Abnehmer sowie den erzielten Umsatz;
2. Angebotsmengen, Angebotszeiten, Angebotspreise und Angebotsempfänger;
3. die nach den einzelnen Kostenfaktoren aufgeschlüsselten Gestehungskosten und den erzielten Gewinn;
4. die betriebene Werbung, unter Angabe der Werbemedien, der Auflagenhöhe von Werbeprospekten und der für die Werbung aufgewandten Kosten;
5. Namen und Anschrift der Hersteller, Lieferanten und anderer Vorbesitzer der Waren;
6. Namen und Anschrift der gewerblichen Abnehmer und Verkaufsstellen, für die sie bestimmt waren.

III. Es wird festgestellt, dass die Beklagte der Klägerin zum Ersatz aller Schäden verpflichtet ist, die der Klägerin durch die unter Ziffer I. genannten Handlungen entstanden sind und zukünftig entstehen werden.

IV. Die Beklagte wird verurteilt, die nach Ziffer I. gekennzeichneten Waren und Werbematerialien gegenüber Abnehmern zurückzurufen.

V. Die Beklagte wird verurteilt, die nach Ziffer I. gekennzeichneten Waren und Werbematerialien zu vernichten.

VI. [Kosten]

VII. [vorläufige Vollstreckbarkeit] Gegen dieses Urteil wendet sich die Beklagte unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrags mit ihrer Berufung.

17

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichts München vom 28. April 2020 aufzuheben und die Klage abzuweisen;

hilfsweise es der Beklagten nachzulassen, die Zwangsvollstreckung ohne Rücksicht auf eine Sicherheitsleistung der Klägerin durch eine selbstschuldnerische, unbefristete und unwiderrufliche Bankbürgschaft einer deutschen Großbank, Sparkasse oder Raiffeisenbank abzuwenden.

18

Die Klägerin beantragt,

1. Die Berufung der Beklagten wird zurückgewiesen.
2. Der Vollstreckungsschutzantrag der Beklagten wird zurückgewiesen.

Hilfsweise, für den Fall, dass das Gericht die Kombination von Antrag 1. a) mit 1.1. für unzulässig hält und deshalb auf die Berufung der Beklagten das landgerichtliche Urteil aufheben sollte, wird Anschlussberufung eingelegt und beantragt,

1. Der Beklagten wird unter Androhung eines Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,00 € für jeden Fall der Zuwiderhandlung, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall von Ordnungshaft bis zu zwei Jahren, die Ordnungshaft zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten,

verboten, ohne Zustimmung der Klägerin im geschäftlichen Verkehr in der Europäischen Union mit Ausnahme Frankreichs, Belgiens, Niederlande und Luxemburgs das Zeichen



auf PKW in der Form von SUV („Sports Utility Vehicles“) anzubringen, anbringen zu lassen, unter diesem Zeichen PKW in der Form von SUV („Sports Utility Vehicles“) anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen, anbieten zu lassen, in den Verkehr bringen zu lassen, herzustellen, herstellen zu lassen, einzuführen, einführen zu lassen, auszuführen, ausführen zu lassen und/oder dieses Zeichen in Geschäftspapieren oder in der Werbung für PKW in der Form von SUV („Sports Utility Vehicles“) zu benutzen und/oder benutzen zu lassen.

2. Die Beklagte wird verurteilt, schriftlich Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen, in welchem Umfang sie die in Ziffer 1. genannten Handlungen begangen hat, durch Vorlage eines verbindlich unterzeichneten Verzeichnisses, das Angaben und Belege zu enthalten hat über:

- a) Liefermengen, Lieferzeiten, Lieferpreise und gewerbliche Abnehmer sowie den erzielten Umsatz;
- b) Angebotsmengen, Angebotszeiten, Angebotspreise und Angebotsempfänger;
- c) die nach den einzelnen Kostenfaktoren aufgeschlüsselten Gestehungskosten und den erzielten Gewinn;
- d) die betriebene Werbung, unter Angabe der Werbemedien, der Auflagenhöhe von Werbeprospekten und der für die Werbung aufgewandten Kosten;
- e) Namen und Anschrift der Hersteller, Lieferanten und anderer Vorbesitzer der Waren;
- f) Namen und Anschrift der gewerblichen Abnehmer und Verkaufsstellen, für die sie bestimmt waren.

3. Es wird festgestellt, dass die Beklagte der Klägerin zum Ersatz aller Schäden verpflichtet ist, die der Klägerin durch die unter Ziffer 1. genannten Handlungen entstanden sind und zukünftig entstehen werden.

4. Die Beklagte wird verurteilt, die nach Ziffer 1. gekennzeichneten Waren und Werbematerialien gegenüber Abnehmern zurückzurufen.

5. Die Beklagte wird verurteilt, die nach Ziffer 1. gekennzeichneten Waren und Werbematerialien zu vernichten.

Hilfsweise, für den Fall, dass das Gericht die Kombination des Antrags 1. b) mit 1.1 oder die Kombination von Antrag 1. b) mit 1.2 für unzulässig halten und deshalb auf die Berufung der Beklagten das landgerichtliche Urteil aufheben sollte, wird Anschlussberufung eingelegt und beantragt,

1. Der Beklagten wird unter Androhung eines Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,00 € für jeden Fall der Zuwiderhandlung, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall von Ordnungshaft bis zu zwei Jahren, die Ordnungshaft zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten,

verboten, ohne Zustimmung der Klägerin im geschäftlichen Verkehr in der Europäischen Union mit Ausnahme Frankreichs, Belgiens, Niederlande und Luxemburgs das Zeichen



auf PKW in der Form von SUV („Sports Utility Vehicles“) anzubringen, anbringen zu lassen, unter diesem Zeichen PKW in der Form von SUV („Sports Utility Vehicles“) anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen, anbieten zu lassen, in den Verkehr bringen zu lassen, herzustellen, herstellen zu lassen, einzuführen, einführen zu lassen, auszuführen, ausführen zu lassen und/oder dieses Zeichen in Geschäftspapieren oder in der Werbung für PKW in der Form von SUV („Sports Utility Vehicles“) zu benutzen und/oder benutzen zu lassen.

2. Die Beklagte wird verurteilt, schriftlich Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen, in welchem Umfang sie die in Ziffer 1. genannten Handlungen begangen hat, durch Vorlage eines verbindlich unterzeichneten Verzeichnisses, das Angaben und Belege zu enthalten hat über:

- a) Liefermengen, Lieferzeiten, Lieferpreise und gewerbliche Abnehmer sowie den erzielten Umsatz;
- b) Angebotsmengen, Angebotszeiten, Angebotspreise und Angebotsempfänger;
- c) die nach den einzelnen Kostenfaktoren aufgeschlüsselten Gestehungskosten und den erzielten Gewinn;
- d) die betriebene Werbung, unter Angabe der Werbemedien, der Auflagenhöhe von Werbeprospekten und der für die Werbung aufgewandten Kosten;
- e) Namen und Anschrift der Hersteller, Lieferanten und anderer Vorbesitzer der Waren;
- f) Namen und Anschrift der gewerblichen Abnehmer und Verkaufsstellen, für die sie bestimmt waren.

3. Es wird festgestellt, dass die Beklagte der Klägerin zum Ersatz aller Schäden verpflichtet ist, die der Klägerin durch die unter Ziffer 1. genannten Handlungen entstanden sind und zukünftig entstehen werden.

4. Die Beklagte wird verurteilt, die nach Ziffer 1. gekennzeichneten Waren und Werbematerialien gegenüber Abnehmern zurückzurufen.

5. Die Beklagte wird verurteilt, die nach Ziffer 1. gekennzeichneten Waren und Werbematerialien zu vernichten.

19

Die Beklagte beantragt,

die Anschlussberufung der Klägerin zurückzuweisen.

20

Im Übrigen wird auf die im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 08.10.2020 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

II.

21

Die Berufung der Beklagten ist zulässig und begründet. Der Klägerin stehen die geltend gemachten markenrechtlichen Ansprüche nicht zu. Soweit über die Hilfsanschlussberufung der Klägerin zu entscheiden war, ist diese zulässig, aber nicht begründet.

I.

22

Die Hauptklageanträge sind in Bezug auf die Abbildung 1.2 wegen mangelnder Bestimmtheit gemäß § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO unzulässig. Sowohl der Unterlassungsantrag 1.a) als auch der Unterlassungsantrag 1.b) wie auch die auf die Unterlassungsanträge rückbezogenen Folgeanträge sind auf die Abbildungen 1.1 und 1.2 als konkrete Verletzungsformen bezogen. Bei dem in der Abbildung 1.2 wiedergegebenen auf dem Fahrzeug angebrachten Zeichen handelt es sich, soweit erkennbar, aber weder um das Zeichen, dessen Verbot der Verwendung die Klägerin mit dem Antrag 1 a) verfolgt, noch um das Zeichen dessen Verwendung die Klägerin mit dem Antrag 1. b) verfolgt, sondern um ein drittes Zeichen, dessen Bildbestandteile in den Farben rot/schwarz/silber gehalten sind und nicht, wie bei den angegriffenen Zeichen in weiß/schwarz/silber (Antrag 1a)) bzw. rot/weiß/silber (Antrag 1b)). Da das Verbot somit hinsichtlich der Abbildung 1.2 auf eine konkrete Verletzungsform bezogen ist, in der die angegriffenen Zeichen gar nicht wiedergegeben werden, ist der Antrag in sich unverständlich und somit das Rechtsschutzziel nicht hinreichend bestimmt.

II.

23

Soweit die Hauptklageanträge auf die Abbildung 1.1 bezogen sind, sind sie zwar zulässig, aber nicht begründet.

24

1. Die geltend gemachten Unterlassungsansprüche ergeben sich nicht aus Art. 130 i.V.m. Art. 9 Abs. 2 lit. b UMV. Zwischen den von der Beklagten benutzten angegriffenen Zeichen und der Klagemarke 1 besteht mangels Zeichenähnlichkeit keine Verwechslungsgefahr.

25

Ob Verwechslungsgefahr i. S. von Art. 9 Abs. 2 lit. b UMV besteht, ist unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen, der Identität oder der Ähnlichkeit der Zeichen und der Kennzeichnungskraft der Marke auszugehen, so dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Zeichen oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt. Bei dieser umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere die unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (BGH GRUR 2013, 1239 Rn. 24 - VOLKSWAGEN/Volks.Inspektion mit zahlreichen Nachweisen).

26

Vorliegend besteht trotz der bestehenden Warenidentität auch bei Annahme einer hohen Kennzeichnungskraft der Klagemarke 1 keine Verwechslungsgefahr, weil zwischen den gegenüberstehenden Zeichen keine Ähnlichkeit im markenrechtlichen Sinne besteht.

27

Die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit im Klang, im (Schrift-)Bild und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Zeichen auf die angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Im Verletzungsverfahren ist auf die eingetragene Form der Klagemarke und die konkrete Fassung der jeweiligen angegriffenen Bezeichnung abzustellen (BGH GRUR 2013, 1239 Rn. 31 - VOLKSWAGEN/Volks.Inspektion mit zahlreichen Nachweisen). Zumindest bei einer Marke, die nicht in einer bestimmten oder charakteristischen Farbe, sondern in schwarzweiß eingetragen ist, beeinflusst die Farbe oder die Farbkombination, in der die Marke in der Folge tatsächlich benutzt wird, die Wirkung, die diese Marke auf den Durchschnittsverbraucher der betreffenden Waren ausübt. Nach Auffassung des EuGH ist diese Farbe oder Farbkombination daher geeignet, die Gefahr einer Verwechslung oder einer gedanklichen Verbindung zwischen der älteren Marke und dem Zeichen, das der Verletzung dieser Marke beschuldigt wird, zu erhöhen (EuGH GRUR 2013, 922 Rn. 37 - Specsavers International Healthcare Ltd u. a./Asda Stores Ltd).

28

Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist von dem das Kennzeichenrecht beherrschenden Grundsatz auszugehen, dass die sich gegenüberstehenden Zeichen als Ganzes zu berücksichtigen sind und es auf den jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Zeichen ankommt. Das schließt nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile eines komplexen Zeichens für den Gesamteindruck prägend sein können, den das Kennzeichen bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorruft. Weiter ist nicht ausgeschlossen, dass ein Zeichen, das als Bestandteil in eine zusammengesetzte Marke oder eine komplexe Kennzeichnung aufgenommen wird, eine selbstständig kennzeichnende Stellung behält, ohne dass es das Erscheinungsbild der zusammengesetzten Marke oder komplexen Kennzeichnung dominiert oder prägt (BGH GRUR 2006, 859 Rn. 18 - Malteserkreuz; BGH GRUR 2013, 1239 Rn. 32 - VOLKSWAGEN/Volks.Inspektion mit zahlreichen Nachweisen). Bei Identität oder Ähnlichkeit dieses selbstständig kennzeichnenden Bestandteils mit einer angemeldeten oder eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang kann das Vorliegen von Verwechslungsgefahr zu bejahen sein, weil dadurch bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen werden kann, dass die fraglichen Waren oder Dienstleistungen zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (vgl. BGH GRUR 2006, 859 Rn. 18 - Malteserkreuz; EuGH GRUR 2005, 1042 Rn. 331 - THOMSON LIFE).

29

a) Es handelt sich bei den Klagemarken um reine Bildmarken ohne Wortbestandteil, so dass vorliegend nur eine Ähnlichkeit in bildlicher Hinsicht in Betracht kommt. Stellt man auf die sich gegenüberstehenden Zeichen als Ganzes ab, liegt keine Zeichenähnlichkeit vor. Die angegriffenen Zeichen werden durch den mittigen und hervortretend dargestellten Wortbestandteil BORGWARD geprägt (vgl. zum BMW-Emblem BGH GRUR 2015, 1009 Rn. 25 - BMW-Emblem). Die Bildbestandteile treten in beiden angegriffenen Zeichen hinter den dominierenden Wortbestandteil zurück. Bei einem Vergleich der Klagemarke 1 mit den angegriffenen Zeichen als Ganzes liegt keine Zeichenähnlichkeit vor und wird zu Recht von der Klägerin auch nicht geltend gemacht.

30

b) Die Bildbestandteile sind in den angegriffenen Zeichen nicht prägend und ihnen kommt vorliegend auch keine selbständig kennzeichnende Stellung zu, so dass sich eine Verwechslungsgefahr nicht aufgrund einer Zeichenähnlichkeit der Klagemarken allein mit den Bildbestandteilen der angegriffenen Zeichen ergeben kann.

31

Eine selbständig kennzeichnende Stellung kommt in Betracht, wenn der Bestandteil im Gesamtgefüge der jüngeren Marke selbständig hervortritt und wie eine Marke in der Marke erscheint (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl., § 9 Rn. 485). Eine selbständig kennzeichnende Stellung der Bildbestandteile der angegriffenen Zeichen ist zwar nicht schon deshalb ausgeschlossen, weil der Wortbestandteil BORGWARD die angegriffenen Zeichen prägt (vgl. BGH GRUR 2006, 859 Rn. 21 - Malteserkreuz; EuGH GRUR 2005, 1042 Rn. 34 - THOMSON LIFE) und für eine selbständig kennzeichnende Stellung spricht, dass der Verkehr in dem Wortbestandteil BORGWARD eine Unternehmensbezeichnung sieht (vgl. BGH GRUR 2006, 859 Rn. 21 - Malteserkreuz). Durch den mittig über die gesamte Breite der Zeichen angebrachten dominanten Wortbestandteil BORGWARD tritt der Bildbestandteil der angegriffenen Zeichen aber in den Hintergrund und erscheint eher als schmückende Verzierung. Durch den hervorgehobenen Wortbestandteil wird der Bildbestandteil in den angegriffenen Zeichen in zwei Teile unterteilt. Er tritt nicht als Ganzes selbständig hervor und erscheint nicht als Marke in der Marke. Da der Wortbestandteil in den Bildbestandteil der angegriffenen Zeichen zentral und hervorgehoben integriert ist, ist eine zergliedernde Wahrnehmung der Gesamtzeichen durch den Verkehr (vgl. BGH GRUR 2010, 729 Rn. 34 - MIXI) als sich jeweils aus einem Wortbestandteil und einem selbständigen Bildbestandteil zusammensetzenden Zeichen fernliegend. Bei den angegriffenen Zeichen sind die Wort- und Bildbestandteile zu sehr miteinander verwoben, als dass die Bildbestandteile als selbständig kennzeichnend wirken würden.

32

c) Aber selbst wenn man vorliegend von einer selbständig kennzeichnenden Stellung der Bildbestandteile der angegriffenen Zeichen ausgehen würde, läge keine Verwechslungsgefahr vor, da es auch bei Berücksichtigung nur der Bildbestandteile der angegriffenen Zeichen an einer Zeichenähnlichkeit mit der Klagemarke 1 fehlt.

33

Bei der Klagemarke 1 handelt es sich bei einer zweidimensionalen Wahrnehmung um ein Sechseck, bei einer dreidimensionalen Wahrnehmung um zwei miteinander verbundene Quadrate, wobei eine genauere Betrachtung ergibt, dass die bei einer dreidimensionalen Betrachtung sich vermeintlich ergebende Figur so nicht existieren kann, die perspektivische Darstellung somit nicht in sich stimmig ist. Sowohl bei der zweidimensionalen Betrachtung als auch bei einer dreidimensionalen Wahrnehmung wirkt das Zeichen rautenförmig, wobei jedoch auf den ersten Blick erkennbar ist, dass es sich nicht um eine „einfache“ Rautengrundform handelt, sondern die Rautenform abgewandelt/verfremdet ist.

34

Bei den angegriffenen Zeichen handelt es sich dagegen um einfache Rautenformen. Anders als bei der Klagemarke 1 ist der Innenraum der Figuren nicht ausgespart, sondern bildlich gestaltet. Der Rahmen ist in silbermetallisch gehalten und hervortretend verstärkt, ebenso wie der die angegriffenen Zeichen in zwei Teile zerlegende breite Querbalken. Der restliche Teil der Innenflächen der Zeichen ist durch spiegelverkehrt angeordnete farblich kontrastierende (rot/weiß bzw. schwarz/weiß) Dreiecke ausgefüllt.

35

Die sich gegenüberstehenden Zeichen weisen keine Übereinstimmungen auf, die eine Zeichenähnlichkeit begründen könnten. Die Gestaltung der Klagemarke 1 beschränkt sich auf die Darstellung der äußeren Form, des breiten Rahmens der Figur, so dass der Gesamteindruck durch die Form der Figur geprägt wird. Die äußere Form der Bildbestandteile der angegriffenen Zeichen tritt als einfache geometrische Figur dagegen in den Hintergrund. Auffälliger und einprägsamer bei den angegriffenen Zeichen ist dagegen die Gestaltung der Innenfläche der Figur, die bei der Klagemarke gerade ausgespart ist und somit gar keine Gestaltung aufweist. Die einzige Übereinstimmung zwischen der Klagemarke 1 und den Bildbestandteilen der angegriffenen Zeichen liegt darin, dass die geometrische Grundform der angegriffenen Zeichen eine Raute darstellt und die Klagemarke 1 rautenförmig wirkt. Aber selbst die Form der Zeichen ist so verschieden, dass die Unterschiede auch in der Erinnerung nicht verblassen. Die markante und auffällige Gestaltung des Rahmens der Klagemarke 1 stimmt mit der einfachen geometrischen Grundform der angegriffenen Zeichen so wenig überein, dass der hervorgerufene Gesamteindruck zwischen der Klagemarke 1 und den Bildbestandteilen der angegriffenen Zeichen ein gänzlich anderer ist.

36

Eine Zeichenähnlichkeit ergibt sich auch nicht daraus, dass die Klägerin ihre Klagemarke, die in schwarzweiß Schattierungen eingetragen ist, silbermetallfarben verwendet und auch die angegriffenen Logos silbermetallfarben eingerahmt sind (vgl. EuGH GRUR 2013, 922 Rn. 32, 41- Specsavers International Healthcare Ltd u.a./Asda Stores Ltd). Silbermetall ist die vorrangig verwendete Farbe bei den Logos in der Automobilbranche (vgl. Ablichtungen etlicher Logos der Automobilhersteller S. 14, 15 der Berufungsbegründung, Bl. 255, 256 der Akten) und wird vom Verkehr nicht speziell mit der Klägerin in Verbindung gebracht.

37

Eine Zeichenähnlichkeit liegt unabhängig davon nicht vor, ob von einem gesteigerten Grad der Aufmerksamkeit des maßgeblichen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. § 9 Rn. 251 m.w.N.) auszugehen ist, weil es auf den Zeitpunkt des Kaufs ankommt (vgl. EuGH 2006, 237 Tz. 41 f. - PICASSO) und davon auszugehen ist, dass die Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers beim Kauf eines Autos als nicht alltäglichem Geschäft gesteigert ist, oder auch sonstige Situationen, bei denen der Verbraucher die Logos bei deren bestimmungsgemäßen Gebrauch wahrnimmt und nicht von einer gesteigerten Aufmerksamkeit auszugehen ist, zu berücksichtigen sind. Der Zeichenabstand ist vorliegend so groß, dass auch bei einem nicht gesteigerten Aufmerksamkeitsgrad eine Verwechslungsgefahr aufgrund des ganz anderen Gesamteindrucks auch nur der Bildbestandteile mit der Klagemarke 1 nicht besteht.

38

Etwas anderes gilt nur für den Fall, dass der Verkehr das Zeichen nur nach seinem Umriss und auch insoweit nur ungenau erkennen kann, etwa bei einem sehr schnell vorbeifahrenden oder weit entfernt stehenden Fahrzeug. Dass die Zeichen auf weite Entfernung oder in schneller Bewegung nicht gut unterscheidbar sind, reicht aber für die Annahme einer Zeichenähnlichkeit nicht aus. Die Logos der Automobilhersteller sind aus weiter Entfernung oder in schneller Bewegung weitgehend kaum unterscheidbar, weil die Grundform der geometrischen Figuren der Logos oft identisch ist oder sich jedenfalls ähnelt (vgl. die Abbildungen der Logos der Automobilbranche sortiert nach ihren geometrischen Grundformen als Kreis, Oval, Wappenschild oder Flügel, S. 12 der Berufungsbegründung, Bl. 253 der Akten). Auf eine weite Entfernung bzw. in schneller Bewegung lässt sich der für den Zeichenvergleich maßgebliche Gesamteindruck eines relativ kleinen Zeichens gar nicht feststellen, sondern allenfalls dessen Grundform und eine Ähnlichkeit allein in der Grundform bei Hervorrufung eines anderen Gesamteindrucks bei Erkennbarkeit des gesamten Zeichens reicht für eine Zeichenähnlichkeit bei Logos in der Automobilbranche nicht aus. Die Klägerin kann somit die Grundform der Raute und rautenähnlicher Formen nicht für sich monopolisieren, nur weil ihr Zeichen auf große Entfernung oder in schneller Bewegung von anderen rautenähnlich geformten Logos nur schwer unterscheidbar ist.

39

d) Verwechslungsgefahr gemäß Art. 9 Abs. 2 lit. b) UMV liegt aber selbst dann nicht vor, wenn man nicht nur eine selbständig kennzeichnende Stellung der Bildbestandteile der angegriffenen Logos, sondern auch eine geringe Zeichenähnlichkeit der zwischen den selbständig kennzeichnenden Bestandteilen und der Klagemarke 1 aufgrund der Ähnlichkeit bezüglich der Grundform der Zeichen annähme, wobei dahinstehen kann, ob eine selbständig kennzeichnende Stellung bei nur geringer Zeichenähnlichkeit des betreffenden

Bestandteils des angegriffenen Zeichens mit der Klagemarke überhaupt in Betracht kommt oder zumindest eine hochgradige Ähnlichkeit vorliegen muss (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. § 9 Rn. 480). Denn eine auf einer Ähnlichkeit der Grundform der Zeichen beruhende geringe Zeichenähnlichkeit der selbständig kennzeichnenden Bestandteile der angegriffenen Zeichen mit der Klagemarke 1 führt vorliegend nicht dazu, dass bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen wird, dass die Waren zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen.

40

Ob Verwechslungsgefahr vorliegt, ist stets unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR 2013, 922 Rn. 44 - Specsavers International Healthcare Ltd u.a./Asda Stores Ltd). Trotz der vorliegenden Warenidentität und auch bei Annahme einer hohen Kennzeichnungskraft der Klagemarke 1 genügt eine aufgrund der Ähnlichkeit der Grundformen angenommene geringe Zeichenähnlichkeit der vermeintlich selbständig kennzeichnenden Bildbestandteile der angegriffenen Zeichen mit der Klagemarke 1 nicht, um den Eindruck hervorzurufen, die Waren stammten zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen, weil der Verkehr aus Übereinstimmungen in der Grundform der Logos in der Automobilbranche nicht auf wirtschaftliche Verflechtungen der Unternehmen schließt. Zwar ist der Durchschnittsverbraucher nicht in der Lage, die verschiedenen Logos jeweils zweifelsfrei den einzelnen Autokonzernen zuzuordnen, und dem Durchschnittsverbraucher ist auch nicht im Einzelnen bekannt, welche Unternehmen zu welchem Konzern gehören. Dem Durchschnittsverbraucher ist aber bekannt, dass die Grundformen der Logos in der Automobilbranche trotz unterschiedlicher Konzernzugehörigkeit oft identisch oder ähnlich sind, wie etwa die kreisförmigen Logos von BMW, VW oder Mercedes und oder die wappenförmigen Logos von Porsche, Lamborghini oder Tesla (vgl. Abbildungen S. 12 der Berufungsbegründung, Bl. 253 der Akten) und umgekehrt unterschiedliche Grundformen der Logos kein Hinweis auf eine nicht gegebene Konzernzusammengehörigkeit sind (vgl. Abbildungen der unterschiedlichen Konzernlogos S. 13 der Berufungsbegründung, Bl. 254 der Akten). In der Automobilbranche sieht der Verkehr in Übereinstimmungen in der Grundform der Logos somit keinen Hinweis auf eine wirtschaftliche Verflechtung, so dass eine sich darin erschöpfende Zeichenähnlichkeit eines selbständig kennzeichnenden Zeichenbestandteils nicht zu einer Verwechslungsgefahr führen kann.

41

2. Die Unterlassungsansprüche ergeben sich auch nicht aus Art. 9 Abs. 2 lit. c) UMV. Es kann dahinstehen, ob es sich bei der Klagemarke 1 um eine bekannte Marke handelt. Die Ansprüche sind jedenfalls nicht gegeben, weil der angesprochene Verkehr die angegriffenen Zeichen nicht gedanklich mit der Klagemarke 1 verknüpft (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl., § 14 Rn. 353 m.w.N.). Wie ausgeführt, verknüpft der Verkehr die Grundform eines Logos grundsätzlich nicht mit der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Konzern. Dass der Verkehr vorliegend eine gedankliche Verknüpfung der Zeichen vornimmt, obwohl die Klagemarke 1 allein aus der einer Raute ähnelnden ungewöhnlichen Figur besteht, während die angegriffenen Zeichen durch ihren Wortbestandteil geprägt werden und der Bildbestandteil mit der einfachen Form einer Raute in den Hintergrund tritt, ist fernliegend.

42

3. Für die Klagemarke 2 gilt nichts anderes. Da der Zeichenabstand der Klagemarke 2 zu den angegriffenen Logos noch größer ist als bei der Klagemarke 1, ist eine Zeichenähnlichkeit mit dieser erst recht nicht gegeben. Bei der Klagemarke 2 tritt die für die Zeichenähnlichkeit ohnehin nicht ausreichende Rautenähnlichkeit weniger deutlich hervor als bei der Klagemarke 1). Auf die Frage, ob die Beklagte bezüglich dieser Marke erfolgreich die Einrede der Nichtbenutzung erheben kann, kommt es daher nicht an.

43

4. Da eine Rechtsverletzung nicht vorliegt, sind auch die Folgeansprüche nicht gegeben.

44

5. Hinsichtlich des Hauptklageantrags 1. a) ist die Bedingung für die Entscheidung über die Hilfsanschlussberufung nicht eingetreten. Die Klägerin hat im Termin zur mündlichen Verhandlung vor dem Senat klargestellt, dass hinsichtlich des Klageantrags 1. a) über die Hilfsanschlussberufung nur zu entscheiden ist, wenn der Senat den Hauptantrag 1. a) in Kombination mit der Abbildung 1.1 für unzulässig ansieht. Nach Auffassung des Senats ist der Hauptantrag 1. a) in Kombination mit der Abbildung 1.1 jedoch zulässig und nur in Kombination mit der Abbildung 1.2 unzulässig.

45

6. Hinsichtlich des Hauptantrags 1. b) ist die Bedingung für die Entscheidung über die Hilfsanschlussberufung dagegen teilweise eingetreten, nämlich im Hinblick auf die Kombination des Antrags 1. b) mit der Abbildung 1.2.

46

Die Hilfsanschlussberufung ist insoweit zulässig, jedoch aus den vorstehend dargestellten Gründen mangels Markenverletzung nicht begründet.

III.

47

1. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

48

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

49

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.