LG München I, Endurteil v. 30.07.2024 – 33 O 6608/23

Titel:

Markenrechtliche Ansprüche gegen die Verwendung des Zeichens „M-LOOK“ für Stoßstangen

Normenkette:

UMV Art. 9 Abs. 2 lit. b, Art. 15 Abs. 1

Leitsatz:

Auch Zeichen, die ausschließlich aus einem einzigen Buchstaben bestehen, ist die Kennzeichnungskraft nicht von vornherein abzusprechen. Der Buchstabe „M“ in Alleinstellung hat für die hier geschützten Waren „Fahrzeuge und deren Teile“ keinen beschreibenden Aussagehalt. Das Zeichen ist daher geeignet, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, welches die in Rede stehenden Waren als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet. (Rn. 34) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagwort:

Unionsmarke

Fundstellen:

MittdtPatA 2025, 133
GRUR-RS 2024, 22100
LSK 2024, 22100

Tenor

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes von bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in der Union das Zeichen „M-LOOK“ für Fahrzeugteile zu benutzen, insbesondere wie nachstehend abgebildet:



II. Es wird festgestellt, dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin sämtlichen Schaden zu ersetzen, der ihr durch Handlungen gemäß Ziffer I. entstanden ist und/oder noch entstehen wird.

III. Die Beklagte wird verurteilt, Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen über den Umfang der Verletzungshandlungen gemäß Ziffer I durch Vorlage eines verbindlich unterzeichneten Verzeichnisses, das Angaben und Belege, namentlich Rechnungen zu enthalten hat über den Umfang der Handlungen.

IV. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin einen Betrag in Höhe von € 6.340,92 (brutto) nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 22.06.2023 zu zahlen, Zug um Zug gegen Überlassung einer Rechnung zur Abmahnung vom 12.04.2023 im Namen der Klägerin an die Beklagte.

V. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 5.000,- nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszinssatz seit dem 22.06.2023 zu bezahlen.

VI. Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

VII. Das Urteil ist in Ziffer I. vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 200.000,00 €, in Ziffer III. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 50.000,00 € und in Ziffer IV., V. und VI. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrags.

Tatbestand

1
Die Klägerin macht gegen die Beklagte markenrechtliche Ansprüche auf Unterlassung, Schadensersatz, Auskunftserteilung und Erstattung vorgerichtlicher Rechtsanwaltskosten sowie einen Anspruch auf Zahlung einer Vertragsstrafe geltend.

2
Die Klägerin ist Inhaberin der Unionsbildmarke Nr. 004319844



, die am 02.03.2005 angemeldet und am 22.05.2006 unter anderem in Klasse 12 für „Fahrzeuge und deren Teile“ eingetragen wurde (vgl. Registerauszug in Anlage K1).

3
Die Klägerin ist darüber hinaus Inhaberin der Unionswortmarke Nr. 007134158 „M“, die am 05.08.2008 angemeldet und am 24.11.2009 in Klasse 12 ebenfalls unter anderem für „Kraftfahrzeuge und deren Teile“ eingetragen wurde (vgl. Registerauszug in Anlage K2).

4
Die Klägerin benutzt seit Jahrzehnten das „M-Logo“, beziehungsweise „M“ als Dachmarke ihrer „M“ Markenfamilie zur Kennzeichnung von Fahrzeugen quer durch alle Baureihen, die sich grob in die drei Hauptgruppen „M“ Ausstattung, „M“ Sportwagenserie und „M“ Performance Automobile einteilen lassen.

5
Allein die Produktionszahlen der Fahrzeuge mit „M“ Ausstattung, die serienmäßig mit dem „M“ Logo u.a. an den vorderen Seitenwänden gekennzeichnet sind, sind seit Jahren äußerst hoch und steigen ständig (vgl. zu den Produktionszahlen seit 1997: S. 5/6 der Klageschrift vom 25.05.2023).

6
Die Beklagte gab am 03.11.2021 eine Unterlassungserklärung ab, in der sie sich verpflichtete, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für Ersatzteile, welche keine Originalteile sind, die Bezeichnung „BMW“ bzw. „Paket M-Look“ ohne Hinweis „passend für“ zu benutzen (vgl. Anlage B1).

7
Die Beklagte vertrieb nach Abgabe der Unterlassungserklärung über ihren gewerblichen e...-Account „lackladen2010“ Stoßstangen für Fahrzeuge der Marke „BMW“, die sie im Rahmen der Produktbezeichnung „Stoßstange hinten M-LOOK LACKIERT passend für BMW E46 Coupe Cabrio 1999-2007“ mit dem Zeichen „MLOOK“ kennzeichnete (vgl. Angebot in Anlage K5).

8
Das streitgegenständliche Angebot beinhaltet die Angabe „Zulieferer-Neuteil“. Als „Hersteller“ wird das „Lackiercenter Weischlitz“ angegeben.

9
Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 12.04.2023 erneut ab (vgl. Anlage K6). Eine Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung gab die Beklagte nicht ab.

10
Die Klägerin bestreitet, dass es sich bei den angebotenen Stoßstangen um Originalteile handele. Sie trägt vor, dass sie kein Produkt und keine Stoßstangen unter der Bezeichnung „M-LOOK“ vertreibe.

Insbesondere sei das in der Anlage B2 abgebildete Tretauto nicht von der Klägerin mit der Bezeichnung „M-Look“ gekennzeichnet worden.

11
Die Klägerin ist der Auffassung, das angerufene Gericht sei nach Art. 125 Abs. 1 UMV international und nach Art. 129 Abs. 3 UMV i. V. m. § 32 ZPO örtlich zuständig. Die örtliche Zuständigkeit folge aus § 32 ZPO, weil die Angebote der Beklagten über e... bestimmungsgemäß gerade auch im Gerichtsbezirk des Landgerichts München I abrufbar waren. Ein Unterlassungsanspruch folge aus Art. 9 Abs. 2 lit. b) i. V. m. Art. 130 Abs. 1 UMV. Bei den Stoßstangen handele es sich um identische Waren zu Fahrzeugteilen. Es bestehe eine stark gesteigerte Kennzeichnungskraft der „M“ Marken. Darüber hinaus sei eine hohe klangliche Zeichenähnlichkeit wegen der Identität im allein prägenden Bestandteil „M“ gegeben. Der Bestandteil „LOOK“ sei demgegenüber glatt beschreibend für das Design oder den Stil. Der Bestandteil „M“ präge den Gesamteindruck des Zeichens „M-LOOK“ auch aufgrund der gesteigerten Kennzeichnungskraft und Bekanntheit des „M“ Logos bzw. „M“. Eine Erschöpfung sei nicht eingetreten. Auch bei vermeintlicher Originalware sei es der Beklagten keinesfalls gestattet gewesen, eigenmächtig aus Marken der Klägerin neue Kennzeichnen wie „M-Look“ zu kreieren und im Markt zu präsentieren. Dies sei allein Sache der Klägerin. Die Beklagte habe die Stoßstange auch neu lackiert und damit nach Art. 15 Abs. 2 UMV verändert. Darüber hinaus bestehe eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne, da der Verkehr jedenfalls irrig davon ausgehe, dass die Klägerin mit der Beklagten im Bereich der Fahrzeugteile kooperiere. Der Unterlassungsanspruch ergebe sich des Weiteren aus Art. 9 Abs. 2 lit. c) UMV, da die „M“ – Marken jeweils im Kfz-Bereich sehr bekannte Marken seien. Eine gedankliche Verknüpfung sei wegen der hochgradig ähnlichen Zeichen und der Warenidentität ohne weiteres zu bejahen. Die Beklagte habe sich mit der angegriffenen Verletzungsform in den Sogbereich der bekannten „M“ Marken begeben. Das Image der mit dem „M“ Logo und „M“ gekennzeichneten Fahrzeuge aus dem Hause der Klägerin als exklusiv und hochwertig werde auf die Stoßstangen übertragen. Die Benutzung erfolge auch ohne jeden rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise, da es nicht gestattet sei, eine fremde Marke zu verfremden und für eigene Zwecke markenmäßig zu verwenden. Der Anspruch auf Feststellung der Schadensersatzpflicht folge aus §§ 14 Abs. 6, 119 Nr. 2 MarkenG i. V. m. Art. 130 Abs. 2 UMV. Die Ansprüche auf Auskunft und Rechnungslegung bestünden nach Art. 130 Abs. 2 UMV i. V. m. §§ 119 Nr. 2, 19, 19d MarkenG, § 242 BGB. Die Höhe der Vertragsstrafe sei mit 5000,- € moderat bemessen. Der erneute Verstoß durch die Benutzung von „M-LOOK“ sei kerngleich mit der gemäß Ziffer 1 der Unterwerfungserklärung (vgl. Anlage K 4) zu unterlassenden Benutzung des Zeichens „Paket M-Look“, weil „Paket“ glatt beschreibend auf das Angebot mehrerer Tuningteile hinweise. Allein das Weglassen oder Hinzufügen von glatt beschreibenden Bestandteilen führe nicht aus dem Verbotsumfang heraus. Ein Vertretenmüssen der Beklagten werde nach § 280 Abs. 1 S. 2 BGB vermutet.

12
Die Klägerin stützt Klageantrag I. auf Ansprüche wegen Verwechslungsgefahr und Rufausbeutung/Verwässerung auf die Unionsmarke Nr 04319844 „M“ Logo, hilfsweise auf die Unionsmarke Nr. 007134148 „M“.

13
Die Klägerin beantragt zuletzt,

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes von bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in der Union das Zeichen „M-LOOK“ für Fahrzeugteile zu benutzen, insbesondere wie nachstehend abgebildet:



II. Es wird festgestellt, dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin sämtlichen Schaden zu ersetzen, der ihr durch Handlungen gemäß Ziffer I entstanden ist und/oder noch entstehen wird.

III. Die Beklagte wird verurteilt, Auskunft zu erteilen und Rechnung zu legen über den Umfang der Verletzungshandlungen gemäß Ziffer I durch Vorlage eines verbindlich unterzeichneten Verzeichnisses, das Angaben und Belege, namentlich Rechnungen zu enthalten hat über den Umfang der Handlungen.

IV. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin einen Betrag in Höhe von € 6.340,92 (brutto) nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen, Zug um Zug gegen Überlassung einer Rechnung zur Abmahnung vom 13.04.2023 im Namen der Klägerin an die Beklagte.

V. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 5.000,- nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweils gültigen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

14
Die Beklagte beantragt,

Klageabweisung.

15
Die Beklagte trägt vor, die streitgegenständliche Anzeige beziehe sich auf Originalteile. Die Klägerin benutze die Bezeichnung „M-Look“ selbst. Bei dem in Anlage B2 abgebildeten „Tretauto im BMW-M-Look“ handele es sich um ein offiziell durch die BMW-M-GmbH lizensiertes Spielzeug.

16
Die Beklagte rügt die Zuständigkeit des Landgerichts München I.

17
Die Beklagte ist der Auffassung, das angerufene Gericht sei nicht zuständig, da die Beklagte ihren Sitz in Sachsen habe. Für Wettbewerbsstreitigkeiten sei das LG Leipzig daher ausschließlich zuständig. Eine Erschöpfung sei eingetreten, da sich die von der Klägerin beanstandete Anzeige ausdrücklich auf Originalteile beziehe und es sich bei den angebotenen Stoßstangen um Original-BMW-Teile handele. Die Lackierung ändere nichts an dem Vorliegen eines Originalteils und habe nichts mit Art. 15 Abs. 2 UMV zu tun. Ein Originalteil bleibe ein Originalteil, unabhängig von der Farbe, solange keine technische Veränderung in Form von Anbauten, Umbauten, Verformungen o. ä. erfolge. Ein Verstoß gegen die abgegebene Unterlassungserklärung sei nicht erfolgt.

18
Mit Beschluss vom 13.06.2024 ist mit Zustimmung der Parteien das schriftliche Verfahren angeordnet worden, bei dem als Zeitpunkt, der dem Schluss der mündlichen Verhandlung entspricht, der 02.07.2024 bestimmt wurde. Auf Antrag des Beklagtenvertreters ist diese Frist mit Verfügung vom 03.07.2024 bis zum 09.07.2024 verlängert worden.

19
Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf die wechselseitigen Schriftsätze samt Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

20
Die Klage ist zulässig und vollumfänglich begründet.

A.

21
Die Klage ist zulässig, insbesondere ist das angerufene Gericht für die Entscheidung zuständig.

22
I. Eine internationale Zuständigkeit des angerufenen Gerichts besteht nach Art. 125 Abs. 1 UMV.

23
II. Eine sachliche Zuständigkeit ist gemäß § 140 Abs. 1, Abs. 2 i. V. m. § 43 Nr. 1 GZVJu gegeben.

24
III. Auch eine örtliche Zuständigkeit ist nach Art. 129 Abs. 3 UMV i. V. m. § 32 ZPO zu bejahen. Zwischen den Parteien blieb unstreitig, dass die Beklagte Stoßstangen über ihren gewerblichen e...-Account „lackladen2010“ unter der streitgegenständlichen Kennzeichnung anbot. Das Angebot über e... war unstreitig auch im Gerichtsbezirk des Landgerichts München I abrufbar. Für das Kennzeichenrecht ist der deliktische Gerichtsstand überall dort gegeben, wo der Internetauftritt abrufbar ist (vgl. OLG München GRUR-RR 2013, 388 – Kleine Partysonne).

B.

25
Die Klage ist darüber hinaus vollumfänglich begründet.

26
I. Der Klägerin steht der in Klageantrag I. geltend gemachte Unterlassungsanspruch nach Art. 9 Abs. 2 lit. b) UMV zu aus der primär geltend gemachten Unionsbildmarke Nr. 004319844

 zu.

27
1. Die Beklagte hat die streitgegenständliche Bezeichnung „MLook“ im geschäftlichen Verkehr, nämlich im Zusammenhang mit einer auf einen wirtschaftlichen Vorteil gerichteten kommerziellen Tätigkeit und nicht im privaten Bereich (vgl. BGH GRUR 2016, 810 Rdn. 20 – profitbricks.es), verwendet, indem sie über ihren gewerblichen e...-Account „lackladen2010“ das streitgegenständliche Angebot einstellte.

28
2. Die Klägerin ist als Inhaberin der Unionsbildmarke Nr. 004319844 aktivlegitimiert.

29
3. Die Beklagte nutzte die Bezeichnung „M-LOOK“ darüber hinaus markenmäßig.

30
a) Eine „markenmäßige“ Verwendung setzt voraus, dass die Bezeichnung im Rahmen des Waren- oder Leistungsabsatzes jedenfalls auch der Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer dient. Maßgeblich ist insoweit die Sicht der jeweils angesprochenen Verkehrskreise (vgl. Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 3. Auflage, § 14 Rdnr. 132 m.w.N.). Nur wenn das Zeichen zweifelsfrei nicht in diesem Sinne als betriebliches Herkunftszeichen aufgefasst wird, ist ein markenmäßiger Gebrauch zu verneinen (vgl. Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 3. Auflage, § 14 Rdnr. 143 ff.; BGH, GRUR 2019, 522 Rn. 26 – SAM).

31
b) Dies zugrunde gelegt, erkennt der angesprochene Verkehr – dessen Verständnis die Kammer selbst feststellen kann, weil deren Mitglieder als normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher zumindest potenzielle Käufer von Stoßstangen und damit Teil des angesprochenen Verkehrs sind, und die darüber hinaus auf Grund ihrer ständigen Befassung mit Kennzeichen- und Wettbewerbsstreitsachen in der Lage sind, das Verkehrsverständnis anhand ihrer Erfahrungen selbst zu beurteilen (st. Rspr., vgl. nur OLG München GRUR-RR 2016, 270 – Klosterseer), in dem beanstandeten Zeichen in der Artikelüberschrift eines Verkaufsangebots auf der Plattform „e...“ einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der angebotenen Ware. Denn der Durchschnittsverbraucher ist aufgrund der Kennzeichnungsgewohnheiten bei Internetangeboten daran gewöhnt, in der Überschrift eines Produktangebots Hinweise auf die betriebliche Herkunft bzw. den Hersteller der angebotenen Waren zu erhalten.

32

4. Zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen  einerseits und „M-LOOK“ andererseits besteht Verwechslungsgefahr im kennzeichenrechtlichen Sinne.

33
Die Frage, ob Verwechslungsgefahr vorliegt, ist unter Heranziehung aller relevanten Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen, dem Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (stRspr; vgl. nur BGH GRUR 2020, 870 Rn. 25 – INJEKT/INJEX). Die Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit im (Schrift-) Bild, im Klang und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Dabei genügt für die Bejahung der Zeichenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche (BGH GRUR 2016, 382 Rz. 37 – BioGourmet).

34
a) Die klägerische Unionsbildmarke Nr. 004319844 („M“- Logo) verfügt mindestens über durchschnittliche Kennzeichnungskraft. Die originäre Kennzeichnungskraft wird bestimmt durch die Eignung der Marke, sich unabhängig von der jeweiligen Benutzungslage als Unterscheidungsmittel für die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens bei den beteiligten Verkehrskreisen einzuprägen und die Waren und Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Liegen keine konkreten Anhaltspunkte vor, die für eine hohe oder geringe Kennzeichnungskraft sprechen, ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen (BGH GRUR 2012, 930, 932 Rz. 27 – Bogner B/ Barbie B). Auch Zeichen, die ausschließlich aus einem einzigen Buchstaben bestehen, ist die Kennzeichnungskraft nicht von vornherein abzusprechen (vgl. EuGH GRUR Int. 2017, 973 – XKing). Der Buchstabe „M“ in Alleinstellung hat für die hier geschützten Waren „Fahrzeuge und deren Teile“ keinen beschreibenden Aussagehalt (vgl. BPatG GRUR-RR 2013, 288, 290 – M; BPatG BeckRS 2018, 10202) . Das Zeichen ist daher geeignet, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, welches die in Rede stehenden Waren als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet. Ob die Klagemarke „M“-Logo darüber hinaus über gesteigerte Kennzeichnungskraft verfügt, kann dahinstehen, da aufgrund hoher Zeichenähnlichkeit und Warenidentität (hierzu sogleich) bereits bei lediglich durchschnittlicher Kennzeichnungskraft von Verwechslungsgefahr zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen auszugehen ist.

35
b) Zwischen den von der Klagemarke geschützten Waren „Fahrzeuge und deren Teile“ und den von der Beklagten unter dem beanstandeten Zeichen angebotenen Stoßstangen besteht Warenidentität.

36
c) Weiterhin besteht zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen eine hohe schriftbildliche wie auch klangliche Ähnlichkeit.

37
(1) Schriftbildlich besteht eine hochgradige Zeichenähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen aufgrund Übereinstimmung im allein prägenden Bestandteil „M“:

38
Das „M“-Logo wird in seiner grafischen Ausgestaltung durch den – für die Ware „Fahrzeuge und deren Teile“ unterscheidungskräftigen (siehe oben) – Buchstaben „M“ geprägt. Dabei ist von dem Erfahrungssatz auszugehen, dass der Verkehr sich bei einer Kombination von Wort und Bild regelmäßig an dem Wortbestandteil orientiert, wenn er kennzeichnungskräftig ist, weil der Wortbestandteil einer solchen Marke

die einfachste Möglichkeit der Benennung bietet (vgl. BGH GRUR 2009, 1055, 1057 Rz. 28 – airdsl). Dies gilt im vorliegenden Fall auch für den Einzelbuchstaben „M“, der im „M“-Logo ohne weiters als solcher erkennbar ist und durch Fettdruck im Gesamtzeichen nochmals besonders in den Vordergrund gerückt wird. Auch in dem beanstandeten Zeichen „M-LOOK“ prägt der auch insoweit allein unterscheidungskräftige Buchstabe „M“. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der angesprochene Verkehr dem Wortanfang regelmäßig eine größere Bedeutung beimessen wird (Ingerl/Rohnke/Nordemann/Boddien, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 864 m.w.Nachw.). Erst recht gilt dies, wenn dem nachfolgenden Zeichenbestandteil für die angebotenen Waren – wie hier – keine eigene Kennzeichnungskraft zukommt. Denn dem englischen Wort „LOOK“, das dem angesprochenen Verkehr als englischer Alltagsbegriff für „Aussehen/Design“ geläufig und daher glatt beschreibend ist, kommt im Gesamteindruck des Zeichens ohnehin eine nur sehr untergeordnete Bedeutung zu. Der im beanstandeten Zeichen im Übrigen verwendete Bindestrich wird vom Verkehr lediglich als zeichenmäßige Trennung zu „LOOK“ wahrgenommen und fällt schriftbildlich daher nicht ins Gewicht. Daneben sind auch die weiteren, in der beanstandeten Produktbezeichnung genutzten Zusätze rein beschreibend. Allein prägend in dem angegriffenen Zeichen ist daher der in Bezug auf Fahrzeugteile unterscheidungskräftige Buchstabe „M“. Mithin sind die sich gegenüberstehendenden Zeichen im jeweils dominierenden Bestandteil „M“ identisch. Auch unter Berücksichtigung des Gesamteindrucks des beanstandeten Zeichens ist damit hochgradige Zeichenähnlichkeit zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen gegeben.

39
(2) Darüber hinaus besteht auch eine klangliche Zeichenähnlichkeit. Eine solche scheidet nicht deshalb von vornherein aus, weil das Klagezeichen nicht benannt wird, wie dies etwa bei Bildzeichen regelmäßig der Fall ist (vgl. BGH GRUR 2012, 930, 934 Rz. 47 – Bogner B/ Barbie B). Die Klagemarke wird mit dem Buchstaben „M“ benannt, welcher das Klagezeichen prägt (siehe oben). Bei der Beurteilung des klanglichen Gesamteindrucks ist zu berücksichtigen, dass Konsonanten phonetisch regelmäßig um Vokale ergänzt werden, um sie leichter aussprechen zu können (BGH GRUR 2015, 1004, 1007 Rz. 42 – IPS/ISP). Die Klagemarke wird deshalb mit dem Lautwert „em“, die angegriffenen Zeichen „em-look“ ausgesprochen. Auch klanglich stimmen die sich gegenüberstehenden Zeichen im prägenden Bestandteil „em“ daher überein.

40
d) Aufgrund der hochgradigen Zeichenähnlichkeit bei Warenidentität und durchschnittlicher originärer Kennzeichnungskraft liegt Verwechslungsgefahr im kennzeichenrechtlichen Sinne vor.

41
5. Die Nutzung der beanstandeten Zeichen, insbesondere des Zeichens „M-LOOK“, erfolgte auch nicht lediglich als Hinweis auf die Bestimmung der Ware, etwa als Zubehör oder Ersatzteil, im Sinne des Art. 14 c) UMV. Das Zeichen wurde in der hier beanstandeten Bezeichnung bereits markenmäßig und nicht als bloßer Hinweis auf die Eignung der angebotenen Ware verwendet (vgl. Ströbele/ Hacker/ Thiering, MarkenG, 13. Auflage, § 23 Rn. 132). Insbesondere erblickt der angesprochene Verkehr in der konkreten Verwendung der klägerischen Marke einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Ware (siehe oben unter B.I.3.). So fehlt in der beanstandeten Produktüberschrift jegliche Kenntlichmachung des beanstandeten Zeichens als bloße Bestimmungsangabe („passend für“). Zwar findet sich in der beanstandeten Produktüberschrift die Bezeichnung „passend für BMW“. Diese Angabe vermag jedoch keine Kenntlichmachung der Bezeichnung „M-LOOK“ als bloße Bestimmungsangabe zu begründen.

42
6. Soweit die Beklagte sich durch die Behauptung, bei dem angebotenen Produkt habe es sich um Originalware gehandelt, auf Erschöpfung beruft, kann dem nicht gefolgt werden.

43
a) Nach Art. 15 Abs. 1 UMV hat der Inhaber einer Marke zwar nicht das Recht, die Benutzung der Marke für Waren zu untersagen, die unter dieser Marke von ihm oder mit seiner Zustimmung im Europäischen Wirtschaftsraum in den Verkehr gebracht worden sind. Handelt es sich bei den in Rede stehenden Waren um Produktfälschungen, scheidet eine Erschöpfung jedoch von vornherein aus, da diese weder durch den Markeninhaber selbst noch mit seiner Zustimmung in den Verkehr gebracht worden sind (BeckOK UMV/Müller, 26. Ed. 15.2.2022, UMV Art. 15 Rn. 15). Die Darlegungs- und Beweislast für die Voraussetzungen der Erschöpfung trägt grundsätzlich die als Verletzer in Anspruch genommene Beklagte,

da es sich insoweit um eine Einwendung gegen die Ansprüche des Markeninhabers handelt (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering/Thiering, MarkenG, 14. Auflage 2023, § 24 Rdnr. 56).

44
Zwar hat die Beklagte behauptet, dass es sich bei den angebotenen Stoßstangen und Originalware der Klägerin gehandelt habe, wobei sie sich darauf berufen hat, dass der Bezug auf Originalteile an der begrenzten Zahl der verfügbaren Stoßstangen deutlich werde. Zum Beweis dieser Tatsache bot die Beklagte die Einholung eines Sachverständigengutachtens an. Nachdem eine Erschöpfung jedoch bereits aus anderen Gründen ausscheidet, kam es an dieser Stelle auf das Vorliegen eines Originalteils nicht an (hierzu sogleich). Es steht des Weiteren im Widerspruch zu der in dem Angebot enthaltenen Angabe, es handele sich um Zuliefererteil.

45
b) Vorliegend scheidet eine Erschöpfung jedenfalls deshalb aus, weil die von der Beklagten verwendete Bezeichnung derart abgewandelt worden wäre, dass sie nicht mehr der Form des Inverkehrbringens durch die Klägerin – eine solche unterstellt – entspräche. Die Klägerin trug insoweit – unbestritten – vor, dass sie keine Stoßstangen unter der Bezeichnung „M-LOOK“ vertreibe. Soweit die Beklagte geltend macht, bei dem in der Anlage B2 dargestellten „Tretauto im BMW-M-Look“ handele es sich um ein offiziell durch die BMW-M-GmbH lizenziertes Spielzeug, ist zu beachten, dass die erwähnte BMW-M-GmbH eine von der Klägerin abweichende Gesellschaft darstellt. Dass die Klägerin die streitgegenständlichen Stoßstangen unter der Bezeichnung „M-LOOK“ vertreibe, wurde seitens der Beklagten nicht behauptet. Die Wirkungen der Erschöpfung beschränken sich jedoch grundsätzlich auf die konkreten Warenexemplare, für welche die Voraussetzungen der Erschöpfung vorliegen. Eine Benutzung für andere – möglicherweise auch identische oder ähnliche und sogar von demselben Markeninhaber stammende – Waren ist von der Erschöpfung dagegen nicht abgedeckt (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering/Thiering, MarkenG, 14. Auflage, Rdnr. 72). Die Wirkung der Erschöpfung beschränkt sich darüber hinaus auch auf das konkrete Zeichen in der Form, in welcher es von dem Markeninhaber beim Inverkehrbringen verwendet wurde. Selbst geringfügige Änderungen des Zeichens sind daher unzulässig (Ströbele/Hacker/Thiering/Thiering, MarkenG, 14. Auflage, Rdnr. 80).

46
c) Im Übrigen stellt die unstreitig erfolgte Neulackierung der Stoßstangen auch eine nach Art. 15 Abs. 2 UMV relevante Veränderung dar.

47
7. Auf die nur hilfsweise geltend gemachte Verletzung der Unionswortmarke Nr. 007134158 „M“ kam es daneben nicht mehr an.

48
8. Durch die erfolgte Verletzungshandlung ist die für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr gegeben. Insbesondere begründet der – nach Abgabe der strafbewehrten Unterlassungserklärung vom 03.11.2021 erfolgte – weitere Verstoß eine neue Wiederholungsgefahr.

49
II. Als Folge der kennzeichenrechtlichen Verletzungshandlung des Beklagten bestehen auch die geltend gemachten Folgeansprüche auf Auskunftserteilung und Schadensersatzfeststellung gegen den zumindest fahrlässig handelnden Beklagten (vgl. zu den im Kennzeichenrecht anzulegenden strengen Maßstäben Ingerl/Rohnke/Nordemann, Markengesetz, 4. Auflage, Vor §§ 14 – 19d Rdnr. 279). Der Schadensersatzanspruch folgt insoweit aus § 14 Abs. 6 MarkenG i.V.m. Art. 129 Abs. 2 UMV, § 119 Nr. 2 MarkenG, der Anspruch auf Auskunftserteilung aus § 19 MarkenG und § 242 BGB i. V. m. Art. 9 Abs. 2 lit. b), 129 UMV, § 119 Nr. 2 MarkenG.

50
III. Die Klägerin kann darüber hinaus Ersatz ihrer außergerichtlichen Rechtsanwaltskosten für das Abmahnschreiben vom 12.04.2023 (vgl. Anlage K6) in Höhe von 6.340,92 € verlangen. Der Anspruch auf Erstattung folgt aus §§ 683 S. 1, 670, 677 BGB.

51

1. Die Abmahnungen waren berechtigt, denn sie waren erforderlich, um dem Schuldner einen Weg zu weisen, die Gläubigerin ohne Inanspruchnahme der Gerichte klaglos zu stellen (vgl. BGH GRUR 2010, 354 – Kräutertee).

52
2. Die Abmahnungen waren auch jeweils begründet. Wie unter Ziffer I. und II. festgestellt, bestand der mit der Abmahnung jeweils geltend gemachte Unterlassungsanspruch der Klägerin gegen den Beklagten nach Art. 9 Abs. 2 lit. b) UMV wegen der Verletzung des „M“-Logos der Klägerin. Soweit sich die Klägerin in ihrer Abmahnung zusätzlich auf die Verletzung der Unionsmarken Nr. 0091835 „BMW“ und Nr. 007134158 „M“ stützt, kann es dahinstehen, ob auch diesbezüglich eine Markenrechtsverletzung gegeben ist. Denn es genügt, wenn der geltend gemachte Unterlassungsanspruch sich nur aus einem der geltend gemachten Schutzrechte als begründet erweist (BGH GRUR 2016, 1300 – Kinderstube).

53
3. Der Ansatz einer 1,5 Geschäftsgebühr bei einem Gegenstandswert von 500.000,00 € ist angesichts der streitgegenständlichen Verletzung einer langjährig eingetragenen, bekannten und intensiv genutzten Marke im Internet nicht zu beanstanden.

54
4. Der zuerkannte Anspruch auf Prozesszinsen folgt aus §§ 288, 291 BGB.

55
IV. Die Klägerin kann darüber hinaus Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 5.000,- € auf Grundlage der Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung vom 03.11.2021 verlangen, da die Beklagte die Vertragsstrafe durch den unter Ziffer I. festgestellten neuerlichen Verstoß verwirkt hat.

56
1. Zwischen den Parteien kam ein Unterlassungsvertrag mit dem in Anlage K4 dargestellten Inhalt zustande, wobei die dem Vertrag zugrunde liegenden Tatsachen unstreitig geblieben sind. Nach Ziffer 1. dieses Vertrags verpflichtete sich die Beklagte, es in Zukunft zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für Ersatzteile, welche keine Originalteile sind, die Bezeichnung „BMW“ bzw. „Paket M-Look“ ohne Hinweis „passend für“ zu benutzen. Nach Ziffer 2. des Vertrags sollte die Beklagte für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen Ziffer 1. eine angemessene und im Streitfall über die Angemessenheit durch das zuständige Landgericht zu überprüfende Vertragsstrafe an die Klägerin zu zahlen.

57
2. Die Beklagte hat gegen diesen Unterlassungsvertrag verstoßen.

58
a) Zwar ist zwischen den Parteien streitig, ob es sich bei den von der Beklagten angebotenen Stoßstangen um Originalteile handelt. Die Darlegungs- und Beweislast für das Vorliegens eines Verstoßes gegen die Unterlassungserklärung trifft die Klägerin (vgl. Ströbele7Hacker/Thiering/Thiering, MarkenG, 14. Auflage 2023, § 14 Rdnr. 589). Vorliegend ist in dem in der Anlage K5 vorgelegten Angebot ausgeführt, dass es sich um ein „Zulieferer-Teil“ handele. Zudem wird als „Hersteller“ das „Lackiercenter Weischlitz“ angegeben. Angesichts dieser Angaben bestehen erhebliche Zweifel bezüglich des Vorliegens eines Originalteils der Klägerin. Die Beklagte verwies insoweit lediglich darauf, dass das Vorliegen eines Originalteils an der begrenzten Zahl der verfügbaren Stoßstangen deutlich werde und bot zum Beweis der Tatsache, dass es sich um Originalteile handelte, die Einholung eines Sachverständigengutachtens an. Aufgrund der sich aus der Anlage K5 ergebenden Indizien, die gegen das Vorliegen eines Originalteils sprechen, reichte der Vortrag der Beklagten jedoch für eine notwendig werdende Beweiserhebung nicht aus, sodass mangels hinreichenden Bestreitens der klägerische Vortrag als zugestanden anzusehen ist.

59
b) Der Vertrag ist auch dahingehend auszulegen (§ 133, 157 BGB), dass sowohl für die Bezeichnung „BMW“ als auch für „Paket M-Look“ jeweils eine eigene Angabe „passend für“ erforderlich werden sollte. Eine solche Angabe ist vor der Bezeichnung „M-LOOK“ im Rahmen des streitgegenständlichen Angebots nicht erfolgt.

60

c) Die Beklagte hat durch die Verwendung der Bezeichnung „M-Look“ gegen die Unterlassungserklärung verstoßen, da es sich um einen zu der Verwendung des Zeichens „Paket M-Look“ kerngleichen Verstoß handelte. Auch in dem Zeichen „Paket M-Look“ ist der Bestandteil „M“ aufgrund der übrigen beschreibenden Angaben als prägend anzusehen. Nach dem unbestritten gebliebenen Vortrag der Klägerin wies der Bestandteil „Paket“ auf das Angebot mehrerer Tuning-Teile hin, sodass auch dieser Teil des Zeichens als glatt beschreibend zu werten ist. Setzt sich das verletzende Zeichen aus einem allein kollisionsbegründenden, prägenden Bestandteil sowie einem für den Gesamteindruck zu vernachlässigenden beschreibenden Zusatz zusammen, kann die Verwendung des kollisionsbegründenden Bestandteils mit anderen beschreibenden, für die Kollision ebenso bedeutungslosen Zusätzen noch als kerngleich zu erachten sein (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering/Thiering, MarkenG, 14. Auflage 2023, § 14 Rdnr. 574).

61
3. Die Beklagte trifft an diesem Verstoß auch ein Verschulden i. S.d. § 276 BGB i.V. mit § 339 Abs. 1 S. 2 BGB. Die Beklagte handelte jedenfalls fahrlässig, indem sie auch nach Abgabe der Unterlassungserklärung das beanstandete Zeichen auf ihrem e...-Account zum Angebot von Fahrzeugteilen nutzte.

62
4. Die Kammer geht von einer angemessenen Vertragsstrafe in Höhe von 5.000,00 € aus. Bei der Bemessung der Vertragsstrafe kommt es in erster Linie auf den Sanktionscharakter der Vertragsstrafe und deren Funktion, weitere Zuwiderhandlungen zu verhüten, auf Schwere und Ausmaß der Zuwiderhandlung und ihre Gefährlichkeit für den Gläubiger, auf das Verschulden des Verletzers und auf die Funktion der Vertragsstrafe als pauschalierten Schadensersatz an (BGH GRUR 2009, 181 – Kinderwärmekissen). Angesichts der Benutzung des beanstandeten Zeichens im Internet und der Verletzung einer seit Jahrzehnten intensiv genutzten Unionsmarke erscheint eine Vertragsstrafe in Höhe von 5.000,00 € angemessen, aber aufgrund des erstmaligen Verstoßes auch ausreichend.

C.

63
Die Änderung in Ziffer IV. des Tenors bezüglich des Datums der Abmahnung, das aus der vorgelegten Anlage K6 folgt, war rein redaktioneller Natur.

D.

64
Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO.

E.

65
Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit beruht auf § 709 S. 1, S. 2 ZPO.