

Titel:

Verletzung der Wortmarke „Empire“ durch die Bezeichnung „Empire Shisha Cocktail Bar“

Normenkette:

MarkenG § 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5, § 140 Abs. 2

Leitsätze:

1. Bei dem Zeichen „Empire Shisha Cocktail Bar“ wird der Bestandteil „Empire“ wegen seiner Voranstellung – anders als bei einer Verwendung am Ende einer Wortkette – nicht als Sachaussage zu einem besonders großen Umfang des entsprechenden Angebots verstanden, sondern als herkunftshinweisend.
2. Der Umstand, dass die angesprochenen Verkehrskreise mit der Bezeichnung „Empire“ eine gewisse Sachaussage – etwa, dass man sich dort wie ein Kaiser oder Herrscher eines Reichs fühlen darf, weil das Ambiente und oder das Angebot so luxuriös und bequem ist – verbinden dürften, führt nicht dazu, dass diese als glatt beschreibend anzusehen wäre.

Schlagworte:

Markenverletzung, Verwechslungsgefahr, Kennzeichnungskraft, Markenmäßige Benutzung, Eventorganisation, Unterlassungsanspruch, Gastronomiebetrieb, Dienstleistungsmarke, Zeichenähnlichkeit

Vorinstanz:

LG Nürnberg-Fürth, Beschluss vom 22.11.2024 – 19 O 6333/24

Fundstelle:

GRUR-RS 2025, 12685

Tenor

I. Auf die Berufung des Verfügungsklägers wird die Verfügungsbeklagte, in teilweiser Abänderung des Beschlusses des Landgerichts Nürnberg-Fürth vom 22. November 2024, Az. 19 O 6333/24, verurteilt,

1. das Zeichen



selbst oder durch Dritte im geschäftlichen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland für die Kennzeichnung und Bewerbung der Dienstleistungen eines Gaststättenbetriebes einschließlich dort abgehaltener Veranstaltungen zu benutzen, wenn dies geschieht, wie

a) in Gestalt des Firmenschilds am Gebäude der Betriebsstätte der Verfügungsbeklagten in [...]:



b) in Gestalt einer Speise- und Getränkekarte:



2. das Zeichen „Empire Shisha Cocktail Bar“ selbst oder durch Dritte im geschäftlichen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland für die Kennzeichnung und Bewerbung der Dienstleistungen eines Gaststättenbetriebes einschließlich dort abgehaltener Veranstaltungen zu benutzen, wenn dies geschieht, wie

a) auf dem F.-Profil der Verfügungsbeklagten, abrufbar unter der URL [https://www...com\[...\]](https://www...com[...]): [...]

b) auf dem I.-Profil der Verfügungsbeklagten, abrufbar unter der URL [https://www...com/\[...\]de](https://www...com/[...]de): [...]

II. Im Übrigen wird das Rechtsmittel des Verfügungsklägers zurückgewiesen.

III. Von den Kosten des Verfügungsverfahrens tragen der Verfügungskläger 1/10 und die Verfügungsbeklagte 9/10.

Beschluss

Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf 75.000,00 € festgesetzt.

Entscheidungsgründe

I.

1

Die Parteien streiten darum, ob die Verfügungsbeklagte für ihren gastronomischen Betrieb in S., wie zumindest in der Vergangenheit geschehen, die Bezeichnung „Empire Shisha Cocktail Bar“ – als Wortfolge und als grafische Anordnung mit einem Löwen – verwenden darf.

2

Für den Verfügungskläger sind seit 2015 die Wortmarke DE 302015061488 „Empire“ für Waren bzw. Dienstleistungen die Nizza-Klassen 25, 35, 41 und 43 sowie die Wort-Bild-Marke DE 302015052774 „Empires B.“ (mit Krone) für die Nizza-Klassen 25, 41 und 43 in das Markenregister beim DPMA eingetragen. Die Verfügungsbeklagte, eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, hat jedenfalls in der Vergangenheit in S. eine Shisha- und Cocktail-Bar betrieben, in der sie auch Veranstaltungen wie „Romanian Party Night“, „Albanian Saturday Party“, „Turkey Night“ oder „Valentines Romanian Party“ abhielt. Sie verwendet dazu das im Tenor wiedergegebene grafische Zeichen u.a. auf dem Gebäude und den ausliegenden Speisekarten sowie den Veranstaltungshinweisen und die Bezeichnung „Empire Shisha Cocktail Bar“ in ihren Auftritten auf F. und I.

3

Der Verfügungskläger behauptet, seit Oktober 2015 einen Club und Eventlocation „Empire“ in B. eröffnet zu haben, dessen Betrieb im Zuge der Corona-Pandemie eingestellt wurde. Seit September 2021 veranstalte er unter der Bezeichnung „Empires Events“ Partys und Events in Gestalt entsprechender Veranstaltungsreihen in anderen Locations. Er sieht darin, dass die Verfügungsbeklagte ihre Betriebsstätte und ihre Speisekarten mit dem aus der Wortfolge und dem Löwen bestehenden Zeichen versieht (Klageantrag 1.) und ihren Gaststättenbetrieb auch im Übrigen im Internet mit „Empire Shisha Cocktail Bar“ bezeichnet und bewirbt (Klageantrag 2.), eine Verletzung seiner Markenrechte, die er primär auf die Wortmarke DE 302015061488, hilfsweise auf die Wort-Bild-Marke DE 302015052774 stützt.

4

Die Verfügungsbeklagte ist dem Unterlassungsbegehren in vielfacher Weise entgegengetreten. Die Marke sei nicht schutzfähig und damit löschungsreif; sie hat ferner den Einwand der Nichtbenutzung erhoben. Es gebe bundesweit zahlreiche andere Bars, Diskotheken usw., die die Bezeichnung „Empire“ führen. Infolge der Einreichung des Verfügungsantrags beim unzuständigen Landgericht Regensburg sei der Verfügungsgrund zu verneinen.

5

Das Landgericht hat im angegriffenen Beschluss vom 22. November 2024 den Verfügungsantrag zurückgewiesen. Die Verfügungsbeklagte verwende das Wort „Empire“ nicht isoliert, sondern nur in Kombination mit „Shisha Cocktail Bar“ und dem symbolisierten Löwen, sodass eine Zeichenidentität nicht gegeben sei. Hinzugefügte Bestandteile könnten auch dann, wenn sie glatt beschreibend sind, einer Identität entgegenstehen, wenn sie dem Durchschnittsverbraucher nicht entgehen; hiervon sei vorliegend auszugehen. Die Bestandteile bildeten eine Einheit, welche durch die Schreibung der Worte in Großbuchstaben und das Löwensymbol hergestellt werde; eine Abtrennung durch Komma, Bindestrich o.Ä. sei dagegen nicht vorhanden. Dies schließe eine Verwechslungsgefahr aus, weil diese unter Berücksichtigung der Wechselwirkung zu beurteilen sei. Zwar sei eine Identität der Waren bzw. Dienstleistungen anzunehmen. Das Wort „Empire“ besitze aber nur eine unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft. Die Rechtsprechung des BPatG, dass die inländischen Verkehrskreise das Wort „Empire“ als bloßen Hinweis auf ein besonders umfassendes Angebot verstehen gelte auch im vorliegenden Fall; es sei daher als beschreibend anzusehen. Die Kennzeichnungskraft werde zudem dadurch verringert, dass zahlreiche andere Gaststätten dieser Art sich so nennen. Daher seien nur geringe Anforderungen an den Markenabstand zu stellen, um eine Verwechslungsgefahr auszuschließen.

6

Hiergegen wendet sich die sofortige Beschwerde des Verfügungsklägers, mit der er sein ursprüngliches Begehren weiterverfolgt. Mit der Entscheidung des BPatG könne vorliegend nicht argumentiert werden, weil dort „empire“ am Ende der Wortkette stand und bei einer Voranstellung das Wort nicht als Hinweis auf den Umfang des Angebots verstanden werde. Vorliegend stehe „Empire“ im Mittelpunkt und werde daher herkunftshinweisend verstanden. Die Kennzeichnungskraft sei produktbezogen festzustellen. Der Umstand, dass ein Zeichen an beschreibende Zeichen angelehnt ist, schließe eine Zeichenähnlichkeit nicht aus; überdies sei ein beschreibender Charakter für die vorliegend erfassten Waren und Dienstleistungen nicht zu erkennen. An den Schwächungseinwand seien hohe Anforderungen zu stellen, denen die Beklagte mit den vorgelegten Screenshots etc. mangels Darlegungen dazu, wofür die Marken jeweils verwendet wurden und inwieweit sie benutzt wurden, nicht genügt habe. Im Übrigen treffe den Markeninhaber keine allgemeine Marktbeobachtungspflicht. Soweit die mitgeteilten Fälle dem Verfügungskläger bekannt gewesen seien, sei er entweder gegen die Benutzungen vorgegangen oder sei der Betrieb bereits eingestellt gewesen. Überdies genüge auch eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn; diese bestehe, weil vorliegend beide Parteien discoartige Partys anböten, wie sie von der Nizza-Klasse 43 erfasst werden.

7

Das Landgericht hat der Beschwerde nicht abgeholfen (Beschluss vom 9. Dezember 2024). Das Wort „Empire“ sei nicht nur dem Bestandteil „Shisha“, sondern der Kette „Shisha Cocktail Bar“ vorangestellt, sodass es dabei bleibe, dass es als Hinweis auf ein umfassendes Angebot verstanden werde. Die von der Verfügungsbeklagten vorgelegten Anlagen ließen durchaus erkennen, welche Zeichennutzung durch die Dritten vorgelegen habe, sodass der Einwand hinreichend substantiiert sei. Umgekehrt sei das Vorbringen des Verfügungsklägers unsubstantiiert, weil nicht klar werde, gegen wen er bereits in der Vergangenheit vorgegangen sei. Zu berücksichtigen sei auch, dass „Empire“ eine Allerwärtsbezeichnung darstelle wie z.B. „Goldener Löwe“, sodass für das Publikum klar sei, dass nicht alle Angebote vom selben Unternehmen stammten. Es müsse als unstreitig angesehen werden, dass eine Vielzahl entsprechender Etablissements sich „Empire“ nennt.

8

Der Kläger und Verfügungskläger beantragt,

II. Der Beschluss des Landgerichts Nürnberg-Fürth vom einen 22.11.2014 zum Aktenzeichen 19 O 6333/24 wird aufgehoben.

III. Der Antragsgegnerin wird bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an der Geschäftsführung untersagt,

1. das nachfolgend wiedergegebene und in Anlage AS 1 beigefügte Zeichen



selbst oder durch Dritte für die Kennzeichnung und Bewerbung eines Gaststättenbetriebes, sowie der dazugehörigen Waren und Dienstleistungen in der Bundesrepublik Deutschland zu benutzen, wenn dies geschieht, wie

a) in Gestalt des nachfolgend Mittels Foto wiedergegebenen Firmenschildes am Gebäude der Betriebsstätte der Antragsgegnerin in [...]:



b) in Gestalt der nachfolgend Mittels Foto wiedergegebenen Speise- und Getränkekarte:



2. das Zeichen „Empire Shisha Cocktail Bar“ selbst oder durch Dritte für die Bewerbung eines Gaststättenbetriebes, sowie der dazugehörigen Waren und Dienstleistungen in der Bundesrepublik Deutschland zu benutzen, wenn dies geschieht, wie

a) in dem nachfolgend mittels eines Screenshots wiedergegebenen beispielhaften Beitrag aus dem F. Profil der Antragsgegnerin, abrufbar unter der URL [https://www.facebook.com\[...\]: \[...\]](https://www.facebook.com[...]: [...])

b) in dem nachfolgend mittels eines Screenshots wiedergegebenen beispielhaften Beitrag aus dem I. Profil der Antragsgegnerin, abrufbar unter der URL [https://www.instagram.com\[...\]: \[...\]](https://www.instagram.com[...]: [...])

9

Die Verfügungsbeklagte und Berufungsbeklagte beantragt,

das Rechtsmittel zurückzuweisen.

10

Die Verfügungsbeklagte verteidigt die angegriffene Entscheidung. Sie hat in der mündlichen Verhandlung mitgeteilt, die Bar nunmehr „P.“ zu nennen.

11

Der Senat hat mit Beschluss vom 16. Dezember 2024 entschieden, dass über das Rechtsmittel mündlich zu verhandeln ist. Er hat sodann eine mündliche Verhandlung mit den Parteien durchgeführt. Im Übrigen wird zur Darstellung des Sach- und Streitstands auf den gesamten Akteninhalt, insbesondere die ausgetauschten Schriftsätze samt Anlagen, Bezug genommen.

II.

12

Die als Berufung zu behandelnde sofortige Beschwerde gegen den Beschluss des Landgerichts vom 22. November 2024 hat zum überwiegenden Teil Erfolg.

13

1. Der für den Erlass einer einstweiligen Verfügung erforderliche Verfügungsgrund ist gegeben.

14

a) Nach aktueller Rechtslage wird der Verfügungsgrund im Fall einer Markenverletzung widerleglich vermutet (§ 140 Abs. 2 MarkenG). Der Umstand, dass die Verfügungsbeklagte in der mündlichen Verhandlung erwähnt hat, die Gaststätte heiße nun anders, wäre daher (anders als nach der früheren Rechtslage, vgl. OLG Nürnberg, Beschluss vom 12. Oktober 2018 – 3 W 1932/18, GRUR-RR 2019, 64) nicht geeignet, die Eilbedürftigkeit und damit den Verfügungsgrund entfallen zu lassen.

15

b) Der Verfügungsgrund ist auch nicht nach den Grundsätzen zur Selbstwiderlegung entfallen, weil der Verfügungskläger das Verfahren nicht in der gebotenen Weise betrieben hätte.

16

Der Verfügungskläger hat unwidersprochen vorgebracht und glaubhaft gemacht, dass er am 14. September 2024 von dem Verletzungsfall Kenntnis erlangt und am 16. September 2024 seinen nunmehrigen Prozessbevollmächtigten konsultiert habe. Erst durch die von ihm veranlasste und am 19. September 2024 erhaltene Gewerberegisterauskunft habe die Klägerseite von der Person der Beklagten als Betreiberin der Bar in S. erfahren. Damit hat der Verfügungskläger die notwendigen Recherchen mit der gebotenen Zügigkeit unternommen.

17

Die Abmahnung wurde am 25. September 2004 ausgesprochen, der Verfügungsantrag am 18. Oktober 2024 bei einem Gericht eingereicht. Die Einreichung bei einem infolge der Konzentrationsregelung örtlich unzuständigen Gericht kann für sich genommen nicht als dringlichkeitsschädlich bewertet werden, weil durch derartige Versehen regelmäßig nicht manifestiert wird, man selbst sehe die Angelegenheit nicht als eilbedürftig an. Als dringlichkeitsschädlich anzusehen wäre nur, wenn der Antragsteller auf entsprechende Hinweise nicht umgehend reagiert, um eine Entscheidung durch das zuständige Gericht zu ermöglichen. Vorliegend hat erstmals die Verfügungsbeklagte am 4. November 2024 auf die Zuständigkeitsregelung hingewiesen; der Verweisungsantrag wurde antragstellerseits am Folgetag zunächst mündlich gestellt und ging auch noch an diesem Tag beim Landgericht Regensburg ein. Der Verfügungskläger hat sich damit bemüht, weitere Verzögerungen zu vermeiden, und damit sein Interesse an der Vermeidung von Verzögerungen belegt.

18

2. Der verfolgte Unterlassungsanspruch (Verfügungsanspruch) ergibt sich vorliegend aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 i.V.m. Abs. 5 MarkenG. Es besteht Verwechslungsgefahr zwischen der Wortmarke „Empire“, die für den Verfügungskläger u.a. im Hinblick auf Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen, insbesondere Betrieb einer Bar, und auf die Durchführung von Musik- und Tanzveranstaltungen eingetragen ist, und den von der Verfügungsbeklagten benutzten Bezeichnungen.

19

a) Eine Doppelidentität (vgl. § 14 Abs. 2 Nr. 1 i.V.m. Abs. 5 MarkenG) macht auch der Verfügungskläger nicht geltend.

20

b) Jedoch ist entgegen der Auffassung des Landgerichts im angefochtenen Beschluss der Anspruch aus § 14 Abs. 2 Nr. 2 i.V.m. Abs. 5 MarkenG gegeben.

21

aa) Die Verfügungsbeklagte verwendet das aus einem Löwen, den Worten „Empire“ und – durch einen waagerechten Strich abgetrennt – den Worten „Shisha Cocktail Bar“ bestehende Wort-Bild-Zeichen sowie die entsprechende reine Wortfolge entgegen § 14 Abs. 2 Nr. 2 i.V.m. Abs. 5 MarkenG zur Kennzeichnung ihrer gastronomischen Dienstleistungen in der Bar in S. sowie der dort abgehaltenen Partys etc.

22

(1) Der Unterlassungsanspruch aus § 14 Abs. 5 S. 1 MarkenG richtet sich, wie in der mündlichen Verhandlung erörtert, nur gegen eine „markenmäßige“ Verwendung des Zeichens (BeckOK MarkenR/Mielke, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 14 Rn. 92; A. Nordemann, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 112); ein rein firmenmäßiger Gebrauch stellt danach keine relevante Benutzungshandlung dar (BeckOK MarkenR/ Mielke, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 14 Rn. 93; A. Nordemann, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 165). Jedoch werden die Anforderungen an eine (zumindest auch) markenmäßige Benutzung nicht allzu hoch angesetzt. Es reicht bereits die objektiv nicht völlig fernliegende Möglichkeit aus, dass der Verbraucher in dem streitgegenständlichen Zeichen einen Herkunftshinweis erkennt, um die erforderliche Benutzung für Waren oder Dienstleistungen zu begründen (BeckOK MarkenR/Mielke, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 14 Rn. 94; A. Nordemann, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 144).

23

(2) Zudem ist vorliegend zu bedenken, dass die in Rede stehenden Tätigkeiten in gastronomischen Dienstleistungen bestehen, also Dienstleistungen und nicht Waren darstellen. Zwar werden beim Besuch einer Gaststätte oder Bar typischerweise auch Waren in Form von Speisen und Getränken verkauft und übereignet; der Schwerpunkt liegt aber in den damit verbundenen Servicedienstleistungen. Dies gilt erst recht bei diskothekenartigen Veranstaltungen, weil hier die Schaffung einer entsprechenden Atmosphäre und das Abspielen geeigneter Musik einen signifikanten Teil der Leistung bildet.

24

Bei Dienstleistungen ist eine unmittelbare Kennzeichnung durch körperliche Verbindung grundsätzlich nicht möglich (BGH, Urteil vom 2. März 2017 – I ZR 30/16, GRUR 2017, 914 Rn. 46 „Medicon-Apotheke/MediCo Apotheke“; Fezer, MarkenR, 5. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 127b), so dass der Bezug zu ihr anderweitig hergestellt werden muss. Dasselbe gilt für Speisen und Getränke, die wie für Gastronomiebetriebe charakteristisch zum Verzehr unmittelbar an Ort und Stelle angeboten werden. Dieser Aspekt ist auch bei der rechtlichen Beurteilung, ob die Benutzung eines Handelsnamens oder Unternehmenskennzeichens markenmäßig erfolgt, zu berücksichtigen (Fezer, MarkenR, 5. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 127b).

25

Daher kommen bei Dienstleistungsmarken als markenmäßige Benutzungshandlungen die Anbringung der Marke am Geschäftslokal sowie an der Berufskleidung, auf Geschäftspapier oder Werbeträgersachen sowie auf Rechnungen und Preislisten in Betracht (A. Nordemann, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 147, 149; Fezer, MarkenR, 5. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 127b; Berlit, MarkenR, 11. Aufl. 2019, Rn. 241; BGH, Urteil vom 2. März 2017 – I ZR 30/16, GRUR 2017, 914 Rn. 46 „Medicon-Apotheke/MediCo Apotheke“). Voraussetzung ist, dass der Verkehr die konkrete Benutzung des Zeichens zumindest auch als Herkunftshinweis versteht; er muss erkennen können, dass mit der Verwendung der

Bezeichnung nicht nur der Geschäftsbetrieb benannt, sondern auch eine Leistung bezeichnet wird, die aus ihm stammt (BGH, Urteil vom 2. März 2017 – I ZR 30/16, GRUR 2017, 914 Rn. 46 „Medicon-Apotheke/MediCo Apotheke“).

26

(3) Die Verwendung des Zeichens auf den Speisekarten der Verfügungsbeklagten ist daher als markenmäßige Benutzung zu begreifen, ebenso die Bezeichnung des Lokals an der Außenfassade. Dasselbe gilt für die Angaben auf den F.- und I.-Auftritten, da diese ebenfalls dazu dienen, darauf hinzuweisen, wer die zu erbringenden Dienstleistungen verantwortet.

27

bb) Im Hinblick auf die von den Parteien erbrachten und beachtlichen Waren bzw. Dienstleistungen gilt folgendes:

28

(1) Die Wortmarke, auf die sich der Verfügungskläger primär stützt, ist eingetragen und umfasst jedenfalls auch den Betrieb einer Bar und die damit verbundenen Verpflegungs- und Beherbergungsdienstleistungen (Nizza-Klasse 43) sowie die Durchführung und Organisation von Musik- und Tanzveranstaltungen, auch, soweit sie im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Clubs oder einer Diskothek stehen (Nizza-Klasse 41).

29

Der Verfügungskläger hat auch glaubhaft gemacht, dass ihm die Ansprüche ungeachtet der Bestimmungen in § 25 Abs. 1 MarkenG zustehen, und ist insoweit erfolgreich mit den im Verfügungsverfahren zulässigen Mitteln der Nichtbenutzungseinrede nach § 25 Abs. 2 MarkenG entgegengetreten:

30

In seinem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung vom 15. November 2024 hat der Verfügungskläger ausgeführt, im Oktober 2015 in B. einen Club und Eventlocation mit der Bezeichnung „Empire B.“ eröffnet und bis April 2020 betrieben zu haben. Damit liegt im nach § 25 Abs. 1 MarkenG maßgeblichen Zeitraum von 5 Jahren zumindest überhaupt eine Benutzung vor, sodass lediglich zweifelhaft sein könnte, ob diese als ernstlich i.S.v § 26 MarkenG qualifiziert werden kann, nachdem der Verfügungskläger davon abgesehen hat, nach Auslaufen der Corona-Maßnahmen erneut eine Bar oder ein ähnliches Etablissement zur öffnen.

31

Jedenfalls hat der Verfügungskläger durch seine eidesstattliche Versicherung sowie die Vorlage zahlreicher Abbildungen von Werbeanzeigen glaubhaft gemacht, dass er seit Ende 2021 ununterbrochen Themenveranstaltungen organisiert und durchführt, welche diskothekenartigen Charakter besitzen („Turkish Oriental Ladies Night“, „Bodrum Night“, „Spirit of Russian“), und er dabei unter „Empire Events“ auftritt. Die Verwendung des Zusatzes „Events“ schadet dabei wegen § 26 Abs. 3 MarkenG nicht, weil dieser rein beschreibenden Charakter hat; die nachfolgenden Ausführungen gelten insoweit entsprechend.

32

(2) Die Verfügungsbeklagte betreibt eine Bar, in der offensichtlich schwerpunktmäßig der Konsum von Wasserpfeifen und von Cocktails angeboten wird, und führt darin ebenfalls thematisch bezogene Veranstaltungen durch, wie zum Beispiel eine „Romanian Party Night“, „Albanian Saturday Party“, „Turkey Night“ oder „Valentines Romanian Party“. Wie sich aus den vorgelegten Anzeigen ergibt, werden diese Veranstaltung nicht nur durch die Verabreichung von Speisen und Getränken, sondern auch ein entsprechendes thematische Musikprogramm geprägt.

33

(3) Damit ergibt sich eine vollständige Überschneidung im Hinblick auf die Durchführung und Organisation von Musik- und Tanzveranstaltungen, soweit sie im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Clubs oder einer Diskothek stehen. Selbst wenn man zugunsten der Verfügungsbeklagten annimmt, der Verfügungskläger habe die Marke in der jüngeren Vergangenheit nicht in der nach § 25 Abs. 1 i.V.m. § 26 MarkenG erforderlichen Intensität für den Betrieb einer „eigenen“ Bar genutzt, ergibt sich ein denkbar enger Zusammenhang mit einem solchen Barbetrieb i.S.d. Nizza-Klasse 43. Beide Tätigkeiten erfordern eine entsprechende Lokalität und beinhalten das Angebot von Speisen und Getränken sowie die Darbietung von Musik; der Unterschied liegt lediglich darin, dass der Barbetrieb i.S.d. Nizza-Klasse 43 mehr oder weniger permanent erfolgt und an alle Publikumsschichten gerichtet ist, während bei Veranstaltungen i.S.d. Nizza-

Klasse 41 ein vordefinierte Personenkreis entweder nur zugelassen wird oder besonders angesprochen werden soll, um während der Veranstaltungszeit die Lokalität aufzusuchen und die Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

34

(4) Der Verfügungskläger hat zum Gegenstand seines Unterlassungsbegehrens auch die Abhaltung von diskothekenartigen Veranstaltungen durch die Verfügungsbeklagte gemacht. Dies ergibt sich jedenfalls aus den Ausführungen in der Beschwerdeschrift vom 6. Dezember 2024, wo er unter Hervorhebung durch Fettschrift und Verweis auf die Glaubhaftmachungsmittel betont, dass beide Parteien unter den streitgegenständlichen Kennzeichen diskothekenartige Partys veranstalten. Mit dem Verfügungsantrag ist dieses Verständnis ohne weiteres zu vereinbaren.

35

cc) Hinsichtlich der verwendeten Zeichen ist festzustellen, dass die Wortmarke „Empire“ im Hinblick auf Gastronomie- und Veranstaltungsdienstleistungen der vorliegend relevanten Art eine (nur schwach) geminderte Kennzeichnungskraft besitzt.

36

(1) Wie der Senat in der mündlichen Verhandlung ausgeführt hat, kann dem Zeichen „Empire“ im vorliegenden Kontext die Unterscheidungskraft nicht vollständig abgesprochen werden. Die Wortmarke ist in das Markenregister beim DPNA eingetragen und noch nicht gelöscht worden, sodass es aus Rechtsgründen ausgeschlossen ist, im Verletzungsprozess eine fehlende Unterscheidungskraft anzunehmen (statt vieler BGH, Urteil vom 6. Februar 2020, I ZR 21719, GRUR 2020, 870 Rn. 49 – INJEKT/INJEX). Der Einwand der Lösungsreife ist hinsichtlich einer nationalen Marke nicht einmal im Hauptsacheverfahren unmittelbar beachtlich und könnte nur Anlass zur Aussetzung wegen eines anhängigen Lösungsverfahrens geben. Im Übrigen gilt:

37

(2) Das Zeichen ist – auch unter Berücksichtigung der Waren und Dienstleistungen, wie sie hier in Rede stehen – nicht glatt beschreibend oder von vornherein stark in seiner Kennzeichnungskraft gemindert. Vielmehr ist von einer originär durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen.

38

Der Senat kann sich für die vorliegende Fallgestaltung nicht der Argumentation des Landgerichts anschließen, die inländischen Verkehrskreise verstünden „empire“ als bloßen Hinweis auf ein besonders umfangreiches Angebot an entsprechenden Waren oder Dienstleistungen. Richtig dürfte zwar sein, dass der durchschnittliche Adressat das Wort adäquat mit „Reich“ oder „Herrschaft“ übersetzt und dann, wenn es am Ende einer Wortkette steht, dieses als entsprechende Sachaussage zu einem besonders großen Umfang des entsprechenden Angebots versteht (wie „Gummibärenland“, „Süßwarenparadies“ etc.). Bei einer Voranstellung vor weiteren, jeweils ersichtlich glatt beschreibenden Begriffen (hier Shisha Cocktail Bar, was klar den Charakter und das hauptsächliche Angebot der Gaststätte beschreibt) drängt sich aber auf, dass das Wort herkunftshinweisend sein soll, weil sich sonst überhaupt keine kennzeichnenden Bestandteile fänden.

39

Richtig ist lediglich, dass die angesprochenen Verkehrskreise mit der Bezeichnung „empire“ eine gewisse Sachaussage – etwa, dass man sich dort wie ein Kaiser oder Herrscher eines Reichs fühlen darf, weil das Ambiente und oder das Angebot so luxuriös und bequem ist – verbinden dürften. Diese ist aber nicht glatt beschreibend im Hinblick auf diese Dienstleistungen, weil sie über deren Art keine unmittelbare Aussage trifft. Das Zeichen ist vielmehr grundsätzlich als Herkunftshinweis geeignet, zumal es nicht selten vorkommt, dass Herkunftskennzeichen eine gewisse (wenn auch nicht rein beschreibende) Sachaussage über die Waren oder Dienstleistungen oder deren Qualität enthalten.

40

Das Landgericht hat auch nicht ausreichend berücksichtigt, dass in dem zusammengesetzten Zeichen das Wort „Empire“ in etwa doppelt so großer Schrifttype gesetzt ist wie die Bestandteile „Shisha Cocktail Bar“ und sie zudem durch einen waagerechten Strich voneinander abgetrennt sind. Insoweit wird eine klare sachliche Trennung zwischen den auf das Angebot hinweisenden Bestandteilen und dem Wort „Empire“ hergestellt, die auch nicht durch den Löwen egalisiert wird. Dies verstärkt den Eindruck, dass die Worte

„Shisha Cocktail Bar“ der Beschreibung dienen, das Wort „Empire“ dagegen die individualisierende Kennzeichnung darstellen soll.

41

(3) Grundsätzlich richtig erscheinen dagegen die Ausführungen im Nichtabhilfebeschluss des Landgerichts, dass „Empire“ eine Allerweltsbezeichnung für eine Vielzahl von Unternehmen, Betriebsstätten, Waren und Dienstleistungen darstellt und deshalb die Kennzeichnungskraft gemindert ist.

42

Dafür, dass die Marke durch ihre Verwendung oder intensive Werbung in der Vergangenheit – jedenfalls über B. hinaus – Bekanntheit gewonnen habe und so die Kennzeichnungskraft gesteigert worden sei, ist weder vorgetragen noch sonst etwas ersichtlich.

43

(4) Umgekehrt wirkt sich mindernd auf die Kennzeichnungskraft aus, dass sich auch im Bereich der Gastronomie und Eventorganisation zahlreiche andere Kennzeichen dieser Art finden. Die Kennzeichnungskraft ist insoweit geschwächt (vgl. BGH, Urteil vom 24. Februar 2011, I ZR 154/09, GRUR 2011, 826 Rn. 18 – Enzymax/Enzymix)

44

Zutreffend hat das Landgericht angenommen, die beklagenseits vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten anderer Personen, die mit Zusammensetzung von „Empire“ Gastro- und Eventorganisationsleistungen anbieten, ließen ausreichend erkennen, was deren Geschäftsgegenstand ist. Es ist jedenfalls zweifelsfrei zu erkennen, dass diese Unternehmen Cocktail- und/oder Shisha-Bars betreiben oder zumindest diskothekenartige Partys oder Events organisieren. Die Erwiderungen des Antragstellers, Verfügungsklägers und Berufungsführers sind demgegenüber tatsächlich wenig spezifiziert, da offen bleibt, welche der drei angeführten Gründe (Kenntniserlangung erst im Zuge des Schwächungseinwandes, Rechtsverfolgung gegen die Anbieter oder zwischenzeitliche Einstellung des Betriebs) für welches der anderen Lokale gelten soll. Hierauf kommt es aber auch nicht entscheidend an. Maßgeblich ist, dass die Bezeichnung von einer Vielzahl von Barbetrieben mit vergleichbarer Ausrichtung und Zielgruppe verwendet wurde, ohne dass ersichtlich ein Zusammenhang in der Art eines gemeinsamen Betriebs gegeben ist.

45

dd) Hieraus resultiert eine Verwechslungsgefahr.

46

(1) Ob Verwechslungsgefahr besteht, 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 (statt vieler BGH, Urteil vom 6. Februar 2020, I ZR 21719, GRUR 2020, 870 Rn. 25 – INJEKT/INJEX; BGH, Urteil vom 24. Februar 2011, I ZR 154/09, GRUR 2011, 826 Rn. 11 – Enzymax/Enzymix; BGH, Urteil vom 20. März 2003 – I ZR 60/01, GRUR 2003, 963, 964 – AntiVir/AntiVirus).

47

Bei schutzunfähigen, aber eingetragenen Zeichen sind wegen ihrer schwachen Kennzeichnungskraft höhere Anforderungen an das Vorliegen einer Verletzungsgefahr zu stellen (statt vieler BGH, Urteil vom 6. Februar 2020, I ZR 21719, GRUR 2020, 870 Rn. 51 – INJEKT/INJEX; Nordemann/Boddien, in: Ingerl/Rohnke, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1075b). Daher kann bei wenig kennzeichnungskräftigen Zeichen bereits ein geringer Abstand der Zeichen ausreichen, um die Verwechslungsgefahr auszuräumen.

48

Da es für die Verwechslungsgefahr auf den Eindruck ankommt, den die Zeichen als Ganzes hervorrufen, dürfen beschreibende und deshalb schutzunfähige Bestandteile nicht von vornherein bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit dem Vergleich entzogen werden (statt vieler BGH, Urteil vom 6. Februar 2020, I ZR 21719, GRUR 2020, 870 Rn. 69 – INJEKT/INJEX; BGH, Beschluss vom 26. November 2020 – I ZB 6/20, GRUR 2021, 482 Rn. 31 – RETOLYMPICS; Fezer, MarkenR, 5. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 577a). Entscheidend ist der Gesamteindruck (statt vieler BGH, Urteil vom 6. Februar 2020, I ZR 21719, GRUR

2020, 870 Rn. 70 – INJEKT/INJEX), bei dem allerdings insbesondere die unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (statt vieler BGH, Urteil vom 6. Februar 2020, I ZR 21719, GRUR 2020, 870 Rn. 72 – INJEKT/INJEX). Dies schließt es aber nicht aus, dass einer oder mehrere Bestandteile einer zusammengesetzten Marke bzw. eines komplexen Zeichens für den Gesamteindruck prägend sein können, den das Kennzeichen im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorruft (Nordemann/Boddien, in: Ingerl/Rohnke, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1015 m.w.N.; BGH, Beschluss vom 26. November 2020 – I ZB 6/20, GRUR 2021, 482 Rn. 31 – RETOLYMPICS). Zu einer solchen Prägung sind auch fremdsprachige Wortbestandteile geeignet, zumal der Verkehr sich an sie gewöhnt hat und sie möglicherweise stärker die Aufmerksamkeit auf sich lenken als abgegriffene deutschsprachige Wörtern (Nordemann/Boddien, in: Ingerl/Rohnke, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1090).

49

(2) Eine solche Prägung ist für den Bestandteil „Empire“ anzunehmen, zumal der Verkehr zu Verkürzungen neigt (vgl. Nordemann/Boddien, in: Ingerl/Rohnke, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1032). Bestandteile, die als beschreibende Angaben verstanden werden, haben in der Regel keinen prägenden Einfluss auf den Gesamteindruck (Nordemann/Boddien, in: Ingerl/Rohnke, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1075). Im Gegenteil sind, wenn eine Gesamtbezeichnung selbständige Zeichen enthält, nur diese in den Zeichenvergleich einzustellen. Dies kann der Fall sein, wenn es sich bei den anderen Bestandteilen der Gesamtbezeichnung um glatt beschreibende Elemente handelt (vgl. BGH, Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 108/18, GRUR 2019, 1289 Rn. 18 – Damen Hose MO).

50

Dies führt zu einer ganz erheblichen Zeichenähnlichkeit.

51

(3) Im Hinblick auf die Dienstleistungen besteht eine vollständige Identität zwischen der Durchführung und Organisation disothekenartiger Veranstaltungen, welche von beiden Parteien erbracht werden. Dasselbe würde für den Betrieb einer Bar gelten. Selbst wenn man wegen einer möglichen Nichtbenutzung in der jüngeren Vergangenheit diese Dienstleistung ausblendet, bestünde zwischen dem von dem Verfügungskläger fortlaufend unternommenen Betrieb entsprechender Veranstaltungen und dem Betrieb einer Bar eine besonders enge Verbindung. Wie ausgeführt, bedarf die Abhaltung einer Veranstaltung der verfahrensgegenständlichen Art einer Räumlichkeit und Sachausstattung, wie sie in einer Bar regelmäßig anzutreffen ist, mag sie auch kurzfristig in anderen Räumlichkeiten herzustellen sein. Es ist auch keineswegs unüblich, sondern durchaus verbreitet, dass die Betreiber von Bars oder vergleichbaren Gaststätten Veranstaltungen mit bestimmter thematischer Ausrichtung abhalten, um den Umsatz der eigenen Gaststätte punktuell zu steigern und diese auch langfristig einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Umgekehrt entspricht es nicht der Erfahrung, dass die Organisation entsprechender Veranstaltungen und der Betrieb entsprechender Bars von unterschiedlichen Personen unternommen werden. Es ist mindestens ebenso oft der Fall, dass der Barbetreiber derartige Veranstaltungen organisiert, als Unternehmen lediglich die Organisation übernehmen und hierzu Räumlichkeiten, insbesondere Gaststätten, anmieten.

52

Nicht ausgeblendet werden darf umgekehrt, dass im Bereich der Gastronomie und Eventorganisation die Bildung von überörtlich tätigen Ketten seit einiger Zeit verbreitet ist und voranschreitet. Es ist daher nicht von vornherein fernliegend, dass ein Anbieter in der Stadt A derselbe ist wie in der Stadt B, oder jedenfalls beide zusammengehören, durch ein einheitliches Franchise-System verbunden sind usw. Die glatt beschreibenden Bestandteile werden damit als Hinweis auf die Örtlichkeit oder die genaue Ausrichtung des einzelnen Betriebs verstanden, die aber auf einem gemeinsamen Konzept und Geschäftsmodell beruhen. Umgekehrt ist die Bezeichnung „Empire“ nicht derart für Gaststätten und damit zusammenhängende Tätigkeiten etabliert wie klassische Gaststättenbezeichnungen wie „Zur Krone“, „Roter Ochse“ usw., bei denen allgemein bekannt ist, dass sich an zahlreichen Orten ohne irgendwelche wirtschaftlichen oder obligatorischen Verbindungen Betriebe mit solchen Benennungen finden.

53

(4) Die Abweichungen bei der Zeichenbildung, insbesondere aufgrund der weiteren Zusätze, können den so erweckten Anschein, die Dienstleistungen stammten von derselben Person, nicht in ausreichendem Maß zerstören. Vielmehr liegt nahe, dass der angesprochene Verkehr – eine Kenntnis des Zeichens „Empire“

unterstellt – annehmen wird, eine so benannte Shisha- und Cocktailbar stelle einen Ort dar, in dem das Unternehmen „Empire“ seine Dienstleistungen erbringt, mag diese dort auch außerhalb solcher Veranstaltungen einen „gewöhnlichen“ Barbetrieb unterhalten.

54

(5) Selbst wenn man – woran es aber bereits fehlt – annehmen würde, dass das Zeichen „Empire“ einer beschreibenden Angabe nahekommt, würde sich keine weitere Einschränkung der Kennzeichnungskraft und des Schutzzumfangs ergeben. Die Einschränkung des Schutzzumfangs eines Zeichens, das einer beschreibenden Angabe nahekommt, lediglich den ungehinderten Gebrauch der im Hintergrund stehenden freihaltebedürftigen Angabe selbst (und u.U. ähnlicher Begriffe) sicherstellen, weshalb sie nur in Betracht kommt, wenn die angegriffene Kennzeichnung eine solche ist, bei der die beschreibende Angabe unmittelbar oder nur mit geringfügigen Abwandlungen gebraucht wird (BGH, Urteil vom 20. März 2003 – I ZR 60/01, GRUR 2003, 963, 965 – AntiVir/AntiVirus), nicht aber dann, wenn dies nur eine an den beschreibenden oder freizuhaltenden Begriff anlehrende und ihn verfremdende Bezeichnung ist. Lehnen sich somit beide Bezeichnungen in gleicher Weise an eine Sachaussage an, kommt es im Verhältnis gegeneinander nicht zu einer besonderen Beschränkung des Schutzzumfangs (Nordemann/Wirtz, in: Ingerl/Rohnke, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 560; BeckOK MarkenR/Thalmaier, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 14 Rn. 295; BGH, Urteil vom 14. Februar 2008, I ZR 162/05, GRUR 2008, 803 – HEITEC, Tz. 22 für Unternehmenskennzeichen; BGH, Urteil vom 24. Februar 2011, I ZR 154/09, GRUR 2011, 826 Rn. 17, 29 – Enzymax/Enzymix für Marken; zuvor BGH, Urteil vom 29. September 1994 – I ZR 114/84, GRUR 1995, 50 (53) für Warenzeichen).

55

(6) Somit liegt Identität oder jedenfalls ganz erhebliche Nähe der Dienstleistungen und eine sehr hohe Ähnlichkeit der Zeichen bei lediglich geminderter Kennzeichnungskraft, d.h. unterdurchschnittlicher Unterscheidungskraft der Marken, vor. Dies führt dazu, dass für das vorliegende Verfügungsverfahren eine Verwechslungsgefahr anzunehmen ist (vgl. zu einer insoweit ähnlichen Konstellation BGH, Urteil vom 24. Februar 2011, I ZR 154/09, GRUR 2011, 826 Rn. 31 – Enzymax/Enzymix).

56

(7) Ob eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn gegeben wäre, kann daher dahinstehen. Für eine solche spräche, dass die dazu erforderliche gedankliche Verbindung insbesondere in einer Situation wie der vorliegenden angenommen werden kann, in der eine Marke in ein zusammengesetztes Kennzeichen übernommen wird, in dem das übernommene Zeichen neben einem Unternehmenskennzeichen oder einer Serienmarke eine selbständig kennzeichnende Stellung behält (BGH, Beschluss vom 26. November 2020 – I ZB 6/20, GRUR 2921, 482 Rn. 50 – RETROLYMPICS; Nordemann-Schiffel, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1222, 1231 m.w.N.; BeckOK MarkenR/Thalmaier, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 14 Rn. 530). Diese gedankliche Verbindung dürfte nicht über eine bloße Assoziation hinausgehen und müsste zur Annahme führen, die fraglichen Waren/Dienstleistungen stammten zumindest aus miteinander (zB lizenz-) vertraglich, (zB konzern-) organisatorisch oder in sonstiger Weise wirtschaftlich verbundenen Unternehmen (vgl. BGH, Beschluss vom 26. November 2020 – I ZB 6/20, GRUR 2921, 482 Rn. 50 – RETROLYMPICS; BGH, Urteil vom 11. April 2013 – I ZR 214/11, GRUR 2013, 1239 Rn. 45 – VOLKSWAGEN/Volks.Inspektion; Nordemann-Schiffel, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1222, 1226; BeckOK MarkenR/Thalmaier, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 14 Rn. 528). Die für eine Verletzungsgefahr im weiteren Sinne zu fordernde deutlich überdurchschnittliche Ähnlichkeit der maßgeblichen Vergleichszeichen (BPatG, Beschluss vom 23. Januar 2020 – 25 W (pat) 4/18, GRUR-RS 2020, 8696, Rn. 46) wäre zu attestieren. Fraglich könnte damit lediglich sein, ob auch in dieser Konstellation gewisse Kenntnisse bzw. Überlegungen des Verkehrs erforderlich sind und deshalb eine originäre Kennzeichnungsschwäche des älteren Zeichens tendenziell gegen eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn spricht, wenn sie nicht durch eine Verkehrsbekanntheit kompensiert wird (BPatG, Beschluss vom 23. Januar 2020 – 25 W (pat) 4/18, GRUR-RS 2020, 8696, Rn. 46; Nordemann-Schiffel, in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Aufl. 2023, MarkenG § 14 Rn. 1229).

57

c) Der Senat fast den Ausspruch abweichend vom Antrag des Verfügungsklägers.

58

Hierdurch trägt er zum einen dem Umstand Rechnung, dass sich der markenrechtliche Anspruch nicht auf einen firmenmäßigen Gebrauch, d.h. eine Verwendung als Unternehmenskennzeichen i.S.v. § 5, § 15 MarkenG, erstreckt; die vorgeschlagene Antragsfassung hätte insoweit Zweifel aufgeworfen. Zum anderen war der Ausspruch dahin zu präzisieren, dass die Verwendung des Zeichens nicht nur im Zusammenhang mit dem Betrieb einer Bar als solcher untersagt wird, sondern auch mit entsprechenden Veranstaltungen.

59

3. Die Kostenentscheidung ergibt sich aus § 92 Abs. 1 ZPO.

60

Die gegenüber den Verfügungsanträgen abweichend gefassten und geringfügig eingeschränkten Unterlassungsaussprüche wertet der Senat als ein 10%-iges Unterliegen des Verfügungsklägers. Der Senat hält an seiner Auffassung, der Klageantrag erfasse auch eine firmenmäßige Benutzung, weshalb eine teilweise Abweisung vorliegt, ungeachtet der Ausführungen des Verfügungsklägers im Schriftsatz vom 21. Januar 2025 fest; insbesondere stellt die vom Verfügungskläger gewählte Formulierung den „Gaststättenbetrieb“ in einer Weise in den Vordergrund, dass auch ein rein firmenmäßiger Gebrauch von dem Gebot erfasst sein würde.

61

Der Streitwert war, entsprechend den Überlegungen des Landgerichts, mit 75.000,00 € festzusetzen. Für Streitigkeiten wegen einer Markenverletzung werden, wenn die Marke benutzt wird und nicht völlig unbedeutend ist, inzwischen Streitwerte von 100.000,00 € und höher angesetzt. Dieser Betrag ist, da vorliegend nur ein Verfügungsverfahren betrieben wird, zwar einerseits entsprechend zu reduzieren, wobei der Senat hier einen Abschlag von 1/3 für angemessen hält. Andererseits ist eine gewisse Erhöhung geboten, weil die Ansprüche aus zwei Marken erhoben wurden und vom Gericht zu prüfen waren, mögen diese auch erhebliche Überschneidungen aufweisen. Soweit nämlich die Ansprüche auch eine firmenmäßige Nutzung umfassten, konnten diese nicht auf die Wortmarke gestützt werden, sodass die hilfsweise eingeführte Wort-Bild-Marke heranzuziehen war, ebenfalls mit negativem Ergebnis. Da auf diese aber nur in diesem beschränkten Umfang zurückzugreifen war, fällt der Aufschlag entsprechend niedrig aus.

62

Eines Ausspruchs zur vorläufigen Vollstreckbarkeit bedurfte es nicht, weil die vorliegende Entscheidung der Verfügungsverfahren rechtskräftig abschließt.