BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 169/05

Verkündet am:
5. Juni 2008
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

POST

MarkenG § 23 Nr. 2, §§ 50, 54

a) Ist eine im patentamtlichen Löschungsverfahren wegen Vorliegens eines absoluten Schutzhindernisses nach §§ 50, 54 MarkenG ergangene Löschungsanordnung noch nicht rechtskräftig, ist im Verletzungsrechtsstreit bis zur Rechtskraft der Entscheidung weiter vom Bestand der Marke auszugehen.

b) Besteht eine Marke aus einem die geschützten Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Begriff (hier: POST), stellt dessen Benutzung durch einen Dritten als Bestandteil eines Kennzeichens (hier: Die Neue Post) für entsprechende Waren oder Dienstleistungen keinen Verstoß gegen die guten Sitten i.S. von § 23 MarkenG dar, wenn der Dritte nach Wegfall des Monopols des Markeninhabers ein besonderes Interesse an der Verwendung dieses Begriffs hat. Erforderlich ist allerdings, dass das Drittkennzeichen sich durch Zusätze vom Markenwort abhebt und sich nicht an weitere Kennzeichen des Markeninhabers (hier: Posthorn, Farbe Gelb) anlehnt.

BGH, Urt. v. 5. Juni 2008 - I ZR 169/05 - OLG Naumburg
LG Magdeburg

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 19. März 2008 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Pokrant, Prof. Dr. Büscher, Dr. Kirchhoff und Dr. Koch

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 10. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Naumburg vom 19. August 2005 im Kostenpunkt und im Umfang der Zulassung der Revision aufgehoben.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 7. Zivilkammer des Landgerichts Magdeburg vom 20. Januar 2005 auch im Umfang der Aufhebung abgeändert.

Die Klage wird mit den Klageanträgen zu 1 a und b (Verbotsanträge "Die Neue Post" und "die-neue-post.de"), den hierauf bezogenen Klageanträgen zu 2 und 4 (Auskunft und Feststellung der Schadensersatzverpflichtung) und dem Klageantrag zu 3 (Einwilligung in die Löschung des Domain-Namens) abgewiesen.

Die Kosten erster und zweiter Instanz werden gegeneinander aufgehoben.

Die Gerichtskosten des Nichtzulassungsbeschwerdeverfahrens fallen der Beklagten und die Gerichtskosten des Revisionsverfahrens der Klägerin zur Last.

Die außergerichtlichen Kosten des Nichtzulassungsbeschwerdeverfahrens und des Revisionsverfahrens tragen die Klägerin zu 2/3 und die Beklagte zu 1/3.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Klägerin, die Deutsche Post AG, ist eines der weltweit größten Brief-, Paket- und Kurierdienstleistungsunternehmen. Sie ist Inhaberin der mit Priorität vom 22. Februar 2000 aufgrund Verkehrsdurchsetzung eingetragenen Wortmarke Nr. 300 12 966 "POST", die für die Dienstleistungen "Beförderung und Zustellung von Gütern, Briefen, Paketen und Päckchen" Schutz genießt. Sie ist weiterhin Inhaberin zahlreicher Marken, die mit dem Bestandteil "Post" gebildet sind. Zugunsten der Klägerin sind außerdem als Bildmarke ein schwarzes Posthorn und als Farbmarke die Farbe "Gelb" (RAL Nr. 1032) eingetragen.

2 Die Beklagte betreibt seit August 2002 ein Unternehmen für Kurierdienste und Postdienstleistungen für die Bereiche Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg. Sie firmiert unter "Die Neue Post". Bei ihrem in den Klageanträgen wiedergegebenen Internet-Auftritt verwendet sie die Internet-Adresse "die-neue-post.de".

3 Die Klägerin hat geltend gemacht, ihre Wortmarke "POST" und ihr Unternehmenskennzeichen würden durch die Verwendung der Bezeichnungen

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS

"Die Neue Post" und die Farbe Gelb sowie das stilisierte Posthorn durch die Beklagte verletzt.

4 Sie hat beantragt,

1. die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im Geschäftsverkehr die Kennzeichnungen,

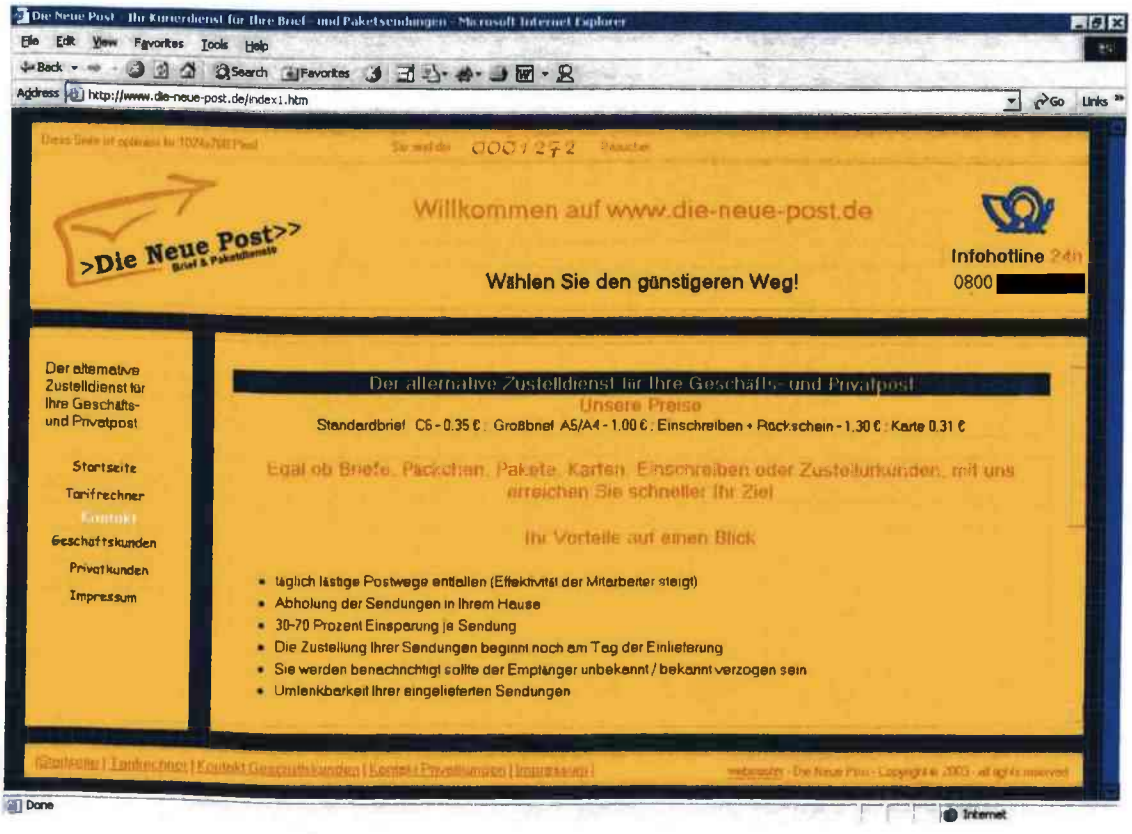
   a) "Die Neue Post" und/oder

   b) "die-neue-post.de" und/oder

   c) die Farbe "Gelb" und/oder

   d) das stilisierte Posthorn

   wie nachfolgend abgebildet (es folgen acht Internet-Seiten, von denen nachstehend beispielhaft eine wiedergegeben ist):



> zum Anbieten und/oder Erbringen der folgenden Dienstleistungen und/oder in Geschäftspapieren und/oder zum Bewerben für diese Dienstleistungen zu benutzen und/oder benutzen zu lassen:
>
> Auslieferung von Paketen, Briefen und/oder Karten; Austragen (Verteilen) von Zeitungen; Kurierdienste (Nachrichten oder Waren); Nachrichtenüberbringung (Botendienst); Transport von Wertsachen; Warenauslieferung; Zustellung (Auslieferung) von Versandhandelsware und/oder gewerbsmäßige Beförderung von Briefsendungen.

5 Die Klägerin hat die Beklagte weiter auf Auskunftserteilung und Einwilligung in die Löschung des Domain-Namens in Anspruch genommen und die Feststellung der Schadensersatzverpflichtung begehrt.

6 Das Landgericht hat die Beklagte mit Ausnahme des Klageantrags zu 1 d und der darauf bezogenen Auskunfts- und Schadensersatzansprüche antragsgemäß verurteilt (LG Magdeburg GRUR-RR 2005, 158).

7 Das Berufungsgericht hat die Berufung der Beklagten zurückgewiesen und sie auf die Anschlussberufung der Klägerin auch nach dem Klageantrag zu 1 d und den damit im Zusammenhang stehenden Klageanträgen (Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzverpflichtung) verurteilt (OLG Naumburg GRUR-RR 2006, 256).

8 Der Senat hat die Revision beschränkt auf die Verurteilung nach den Klageanträgen zu 1 a und b, auf die hierauf bezogene Verurteilung zur Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzverpflichtung sowie auf die Verurteilung zur Einwilligung in die Löschung des Domain-Namens zugelassen.

9 Die Beklagte beantragt, die Klage in dem Umfang, in dem die Revision zugelassen worden ist, abzuweisen. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

10 I. Das Berufungsgericht hat die mit den Klageanträgen zu 1 a und b, den hierauf bezogenen Klageanträgen auf Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzverpflichtung und dem Klageantrag zu 3 verfolgten Ansprüche aufgrund einer Verletzung der Wortmarke "POST" der Klägerin i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bejaht. Zur Begründung hat es ausgeführt:

11 Die Beklagte benutze die angegriffenen Bezeichnungen markenmäßig; die angesprochenen Verkehrskreise sähen in den Bezeichnungen einen Herkunftshinweis und keinen bloßen Sachhinweis. Zwischen der Wortmarke "POST" der Klägerin und den von der Beklagten benutzten Bezeichnungen bestehe Verwechslungsgefahr nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Parteien böten identische Dienstleistungen unter den Kollisionszeichen an. Die Klagemarke sei als verkehrsdurchgesetztes Zeichen vom Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen worden. Als kraft Verkehrsdurchsetzung registriert sei die Wortmarke der Klägerin normal kennzeichnungskräftig. Der Grad der Zeichenähnlichkeit zwischen den Kollisionszeichen sei hoch. Der Bestandteil "Post" präge in den angegriffenen Zeichen deren Gesamteindruck, während die weiteren Wortbestandteile "Die Neue" und "die-neue" beschreibend seien und allenfalls mitprägenden Charakter hätten. Die Verwendung der kollidierenden Zeichen sei für die Beklagte auch nicht nach § 23 Nr. 2 MarkenG freigestellt. Vorliegend seien über die Verwechslungsgefahr hinaus zusätzliche, die Unlauterkeit der Annäherung begründende Umstände gegeben. Aus dem Gesamtauftritt der Beklagten ergebe sich, dass diese es darauf angelegt habe, mit der Klägerin auch unternehmensmäßig in Verbindung gebracht zu werden. Die Beklagte

verwende mit ihrem in Gelb gehaltenem Internet-Auftritt eine dem klassischen Post-Gelb sehr ähnliche Farbgestaltung.

12 II. Die Revision ist in dem Umfang, in dem der Senat sie zugelassen hat, begründet. Gegenstand des Rechtsstreits sind nur noch die behaupteten Verletzungen der Kennzeichenrechte der Klägerin aufgrund der Verwendung der Bezeichnungen "Die Neue Post" und "die-neue-post.de" durch die Beklagte und die Einwilligung in die Löschung des Domain-Namens.

13 1. Der Klägerin steht der auf ein Verbot der Verwendung der Zeichen "Die Neue Post" und "die-neue-post.de" gerichtete Unterlassungsanspruch nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 und 3, Abs. 5 MarkenG aufgrund der Klagemarke Nr. 300 12 966 "POST" nicht zu.

14 a) Im vorliegenden Verletzungsprozess ist vom Bestand der Klagemarke auszugehen. Der Verletzungsrichter ist grundsätzlich an die Eintragung der Marke gebunden (BGHZ 156, 112, 116 f. - Kinder I; 164, 139, 142 - Dentale Abformmasse). Die Klagemarke steht nach wie vor in Kraft. Sie ist zwar nach Erlass des Berufungsurteils in mehreren Löschungsverfahren vom Deutschen Patent- und Markenamt gelöscht worden, und die hiergegen gerichteten Beschwerden der Klägerin sind vom Bundespatentgericht zurückgewiesen worden (BPatG, Beschl. v. 10.4.2007 - 26 W (pat) 24/06, GRUR 2007, 714 und 26 W (pat) 25-29/06). Eine Veränderung der Schutzrechtslage ist im Markenverletzungsstreit auch noch in der Revisionsinstanz zu beachten (BGH, Beschl. v. 13.3.1997 - I ZB 4/95, GRUR 1997, 634 = WRP 1997, 758 - Turbo II; Urt. v. 24.2.2000 - I ZR 168/97, GRUR 2000, 1028, 1030 = WRP 2000, 1148 - Ballermann). Die Beschwerdeentscheidungen, mit denen das Bundespatentgericht die Löschungsanordnungen des Deutschen Patent- und Markenamts bestätigt hat, sind jedoch noch nicht rechtskräftig. Die Klägerin hat gegen die Entschei-

dungen des Bundespatentgerichts Rechtsbeschwerde eingelegt. Solange die Löschungsanordnung nach §§ 50, 54 MarkenG nicht rechtskräftig ist, besteht im Verletzungsverfahren keine Änderung der Schutzrechtslage (OLG Dresden NJWE-WettbR 1999, 133, 136; OLG Hamburg GRUR-RR 2004, 71; GRUR-RR 2005, 149; Hacker in Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 14 Rdn. 13; a.A. OLG Köln ZUM RD 2001, 352, 354; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 14 Rdn. 16). Die gegenteilige Auffassung berücksichtigt nicht hinreichend die aufschiebende Wirkung des im Löschungsverfahren eingelegten Rechtsmittels (§ 66 Abs. 1 Satz 3, § 83 Abs. 1 Satz 2 MarkenG) und die Aufgabenverteilung zwischen den Eintragungsinstanzen und den Verletzungsgerichten, nach denen nur den ersten eine Zuständigkeit zur Prüfung der Eintragungsvoraussetzungen zugewiesen ist (BGH, Urt. v. 7.10.2004 - I ZR 91/02, GRUR 2005, 427, 428 = WRP 2005, 616 - Lila-Schokolade; Urt. v. 3.2.2005 - I ZR 45/03, GRUR 2005, 414, 416 = WRP 2005, 610 - Russisches Schaumgebäck). Würde bereits eine nicht rechtskräftige Löschungsanordnung ausreichen, um die Bindungswirkung des Verletzungsrichters an die Markeneintragung zu beseitigen, bestünde die Gefahr widersprechender Entscheidungen zwischen den Eintragungsinstanzen und den Verletzungsgerichten bei der Prüfung der absoluten Schutzhindernisse nach § 8 MarkenG.

15 b) Ob die Beurteilung des Berufungsgerichts im Ergebnis zutrifft, zwischen der Wortmarke "POST" der Klägerin und den angegriffenen Zeichen "Die Neue Post" und "die-neue-post.de" in Alleinstellung bestehe Verwechslungsgefahr, kann offenbleiben. Selbst wenn dies der Fall sein sollte, steht der Klägerin der geltend gemachte Unterlassungsanspruch jedenfalls nach § 23 Nr. 2 MarkenG nicht zu.

16 aa) Nach dieser Vorschrift, die Art. 6 Abs. 1 lit. b MarkenRL umsetzt, gewährt die Marke ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten zu verbieten, ein

mit der Marke identisches oder ähnliches Zeichen als Angabe über Merkmale der Dienstleistungen, insbesondere ihre Art oder ihre Beschaffenheit, im geschäftlichen Verkehr zu benutzen, sofern die Benutzung nicht gegen die guten Sitten verstößt. Diese Voraussetzungen der Schutzschranke des § 23 Nr. 2 MarkenG sind im Streitfall erfüllt.

17 bb) Die Vorschrift unterscheidet nicht nach den verschiedenen Möglichkeiten der Verwendung der in § 23 Nr. 2 MarkenG genannten Angaben (zu Art. 6 Abs. 1 lit. b MarkenRL: EuGH, Urt. v. 7.1.2004 - C-100/02, Slg. 2004, I-691 = GRUR 2004, 234 Tz. 19 - Gerolsteiner Brunnen). Die Anwendung des § 23 Nr. 2 MarkenG ist deshalb nicht ausgeschlossen, wenn die Voraussetzungen des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG einschließlich einer Benutzung des angegriffenen Zeichens als Marke, also zur Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen, vorliegen (BGH, Urt. v. 15.1.2004 - I ZR 121/01, GRUR 2004, 600, 602 = WRP 2004, 763 - d-c-fix/CD-FIX; Urt. v. 24.6.2004 - I ZR 308/01, GRUR 2004, 949, 950 = WRP 2004, 1285 - Regiopost/Regional Post). Entscheidend ist vielmehr, ob die angegriffenen Zeichen als Angabe über Merkmale oder Eigenschaften der Dienstleistungen verwendet werden und die Benutzung den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel entspricht (Art. 6 MarkenRL) sowie - was inhaltlich mit der Formulierung der Richtlinienvorschrift übereinstimmt - nicht gegen die guten Sitten verstößt (§ 23 MarkenG).

18 cc) Die Beklagte benutzt den mit der Klagemarke übereinstimmenden Bestandteil "POST" der Kollisionszeichen zur Bezeichnung von Merkmalen ihrer Dienstleistungen. Unter den angegriffenen Zeichen erbringt die Beklagte Kurierdienste und Postdienstleistungen.

19 Der Begriff "POST" bezeichnet in der deutschen Sprache einerseits die Einrichtung, die Briefe, Pakete, Päckchen und andere Waren befördert und zu-

stellt, und andererseits die beförderten und zugestellten Güter selbst, z.B. Briefe, Karten, Pakete und Päckchen. Im letzteren Sinn beschreibt der Bestandteil "POST" der angegriffenen Zeichen den Gegenstand, auf den sich die Dienstleistungen der Beklagten beziehen. Er ist daher eine Angabe über ein Merkmal der Dienstleistungen i.S. von § 23 Nr. 2 MarkenG.

20 dd) Die Benutzung der Kollisionszeichen "Die Neue Post" und "die-neue-post.de" durch die Beklagte verstößt auch nicht gegen die guten Sitten i.S. von § 23 MarkenG.

21 (1) Das Tatbestandsmerkmal des Verstoßes gegen die guten Sitten im Sinne dieser Bestimmung ist richtlinienkonform auszulegen. Danach ist von einer Unlauterkeit der Verwendung der angegriffenen Bezeichnungen auszugehen, wenn die Benutzung den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel nicht entspricht (Art. 6 Abs. 1 MarkenRL). Der Sache nach verpflichtet dies den Dritten, den berechtigten Interessen des Markeninhabers nicht in unlauterer Weise zuwiderzuhandeln (EuGH GRUR 2004, 234 Tz. 24 - Gerolsteiner Brunnen; Urt. v. 11.9.2007 - C-17/06, GRUR 2007, 971 Tz. 33 und 35 - Céline). Dies erfordert eine Gesamtwürdigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls (EuGH, Urt. v. 16.11.2004 - C-245/02, Slg. 2004, I-10989 = GRUR 2005, 153 Tz. 82 und 84 - Anheuser Busch; BGH, Urt. v. 1.4.2004 - I ZR 23/02, GRUR 2004, 947, 948 = WRP 2004, 1364 - Gazoz), die Sache der nationalen Gerichte ist (EuGH, Urt. v. 17.3.2005 - C-228/03, Slg. 2005, I-2337 = GRUR 2005, 509 Tz. 52 - Gillette). Diese gebotene umfassende Beurteilung aller Umstände ergibt vorliegend, dass die Benutzung der jetzt noch in Rede stehenden Zeichen durch die Beklagte nicht unlauter ist.

22 (2) Der Senat hat offengelassen, ob zwischen der Klagemarke und den beanstandeten Zeichen der Beklagten eine Verwechslungsgefahr i.S. von § 14

Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht. Zugunsten der Klägerin ist deshalb bei der gebotenen Gesamtabwägung vom Vorliegen einer Verwechslungsgefahr auszugehen. Ein erheblicher Teil des Publikums wird danach eine Verbindung zwischen den Dienstleistungen der Parteien herstellen, was der Beklagten hätte bewusst sein müssen. Dies führt jedoch nicht zwangsläufig zur Annahme eines Verstoßes gegen die anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel, weil die Schutzschranke des § 23 MarkenG ansonsten leer liefe (vgl. EuGH GRUR 2004, 234 Tz. 25 - Gerolsteiner Brunnen; GRUR 2007, 971 Tz. 36 - Céline; BGH, Urt. v. 20.1.2005 - I ZR 34/02, GRUR 2005, 423, 425 = WRP 2005, 496 - Staubsaugerfiltertüten).

23 Der Annahme eines Verstoßes gegen die anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel steht im Streitfall der Umstand entgegen, dass die Rechtsvorgängerin der Klägerin, die Deutsche Bundespost, als früheres Monopolunternehmen ausschließlich mit der Postbeförderung in Deutschland betraut war und seit der teilweisen Öffnung des Marktes für Postdienstleistungen auch für private Anbieter in den 90er Jahren des vorigen Jahrhunderts ein besonderes Interesse dieser Unternehmen an der Verwendung des die in Rede stehenden Dienstleistungen beschreibenden Wortes "POST" zur Kennzeichnung ihrer Dienstleistungen besteht. Ohne eine entsprechende Beschränkung des Schutzumfangs der Klagemarke würden die erst später auf den Markt eintretenden privaten Wettbewerber von vornherein von der Benutzung des Wortes "POST" ausgeschlossen und ausschließlich auf andere (Fantasie-)Bezeichnungen verwiesen. Da Art. 6 MarkenRL und § 23 MarkenG dazu dienen, die Interessen des Markenschutzes und des freien Warenverkehrs sowie der Dienstleistungsfreiheit in der Weise in Einklang zu bringen, dass das Markenrecht seine Rolle als wesentlicher Teil eines Systems unverfälschten Wettbewerbs spielen kann (vgl. EuGH GRUR 2004, 234 Tz. 16 - Gerolsteiner Brunnen; GRUR 2005, 509 Tz. 29 - Gillette; Urt. v. 10.4.2008 - C-102/07, GRUR 2008, 503 Tz. 45

- adidas), ist Wettbewerbern, die neu auf einem bisher durch Monopolstrukturen gekennzeichneten Markt auftreten, die Benutzung eines beschreibenden Begriffs wie "POST" auch dann zu gestatten, wenn eine Verwechslungsgefahr mit der gleichlautenden, für die Rechtsnachfolgerin des bisherigen Monopolunternehmens eingetragenen bekannten Wortmarke besteht. Dadurch tritt zwar eine Beschränkung des Schutzumfangs der Klagemarke ein. Diese Beschränkung ist wegen der Schutzschranke des § 23 Nr. 2 MarkenG im vorliegenden Fall aber im Kern bereits dadurch angelegt, dass eine beschreibende Angabe als Marke verwendet wird. Entgegen der Ansicht der Revision kommt es nicht entscheidend darauf an, dass die Beklagte zur Kennzeichnung ihrer Dienstleistungen und ihres Unternehmens nicht zwingend auf den Begriff "POST" angewiesen ist, sondern auch andere Bezeichnungen wählen könnte. Die Beschränkung des Schutzumfangs ist allerdings auf ein angemessenes Maß dadurch zu verringern, dass die neu hinzutretenden Wettbewerber sich durch Zusätze von dem in Alleinstellung benutzten Markenwort abgrenzen müssen und nicht durch eine Anlehnung an weitere Kennzeichen der Markeninhaberin (Posthorn, Farbe Gelb) die Verwechslungsgefahr erhöhen dürfen.

24 Nach diesen Maßstäben hat die Beklagte mit den angegriffenen Zeichen, die den Zusatz "Die Neue" in Groß- oder Kleinschreibung tragen, einen ausreichenden Abstand von der Klagemarke gewahrt, um nicht gegen die anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel zu verstoßen. Anders verhält es sich dagegen, soweit die Beklagte zur Kennzeichnung ihrer Dienstleistungen die Farbe "Gelb" oder das beanstandete Posthorn in Verbindung mit den Zeichen "Die Neue Post" und "die-neue-post.de" verwandt hat. Dadurch hat die Beklagte sich der Klagemarke "POST" in einer Weise angenähert, die die Klägerin nicht mehr als anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel entsprechend hinnehmen muss.

25 c) Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch lässt sich auch nicht auf den Schutz einer bekannten Marke nach § 14 Abs. 2 Nr. 3 und Abs. 5 MarkenG stützen. In diesem Zusammenhang kann zugunsten der Klägerin unterstellt werden, dass die Klagemarke die Voraussetzungen einer bekannten Marke erfüllt (hierzu näher Büscher, FS Ullmann, 2006, S. 129, 140 f.).

26 Die Verwendung der angegriffenen Zeichen erfolgt jedoch nicht ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG. Insoweit gelten dieselben Erwägungen (II 1 b dd), die der Annahme eines Verstoßes gegen die guten Sitten i.S. von § 23 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen (vgl. BGH, Urt. v. 14.1.1999 - I ZR 149/96, GRUR 1999, 992, 994 = WRP 1999, 931 - BIG PACK).

27 d) Die auf die Klageanträge zu 1 a und b bezogenen Klageanträge auf Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzverpflichtung sowie der Antrag auf Einwilligung in die Löschung des Domain-Namens (§ 14 Abs. 2, 5 und 6, § 19 MarkenG, § 242 BGB) sind ebenfalls nicht begründet, weil die Klagemarke nicht verletzt worden ist.

28 2. Die Klägerin kann die geltend gemachten Ansprüche auch nicht mit Erfolg auf das Unternehmenskennzeichen "Deutsche Post AG" und das Firmenschlagwort "POST" der vollständigen Firmenbezeichnung stützen.

29 a) Zugunsten der Klägerin kann eine Verwechslungsgefahr i.S. von § 15 Abs. 2 MarkenG zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen unterstellt werden. Ebenso kann davon ausgegangen werden, dass die Bezeichnungen "Deutsche Post AG" und "Post" die Voraussetzungen erfüllen, die an ein bekanntes Unternehmenskennzeichen nach § 15 Abs. 3 MarkenG zu stellen sind.

30 b) Den aus § 15 Abs. 2, 4 und 5 MarkenG abgeleiteten Ansprüchen wegen Verwechslungsgefahr steht jedoch die Schutzschranke des § 23 Nr. 2 MarkenG entgegen. Hierfür sind dieselben Erwägungen maßgeblich, die zum Ausschluss der markenrechtlichen Ansprüche nach § 23 Nr. 2 MarkenG geführt haben.

31 c) Die aus dem Schutz des bekannten Unternehmenskennzeichens nach § 15 Abs. 3 MarkenG hergeleiteten Ansprüche sind nicht gegeben, weil die Beklagte die Kollisionszeichen nicht ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise verwendet hat. Insoweit gilt nichts anderes als das zum Schutz der Marke "POST" der Klägerin Ausgeführte.

32 III. Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 1, § 97 Abs. 1 ZPO.

Bornkamm Pokrant Büscher

Kirchhoff Koch

Vorinstanzen:
LG Magdeburg, Entscheidung vom 20.01.2005 - 7 O 2369/04 (061) -
OLG Naumburg, Entscheidung vom 19.08.2005 - 10 U 9/05 -