

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Gutes aus der Region: OLG Frankfurt zur Verwechslungsgefahr bei regionalen Kombinationszeichen

Mit einer Entscheidung aus dem vergangenen Jahr (Urteil vom 07.05.2015 Az.: 6 U 39/14) zeigte das OLG Frankfurt deutlich, wo die entscheidende Grenze der Verwechslungsgefahr von Marken und des Schutzbereichs von Unternehmenskennzeichen aufzuziehen ist.

Eine Marke, deren Name sich aus einem beschreibenden Teil sowie aus einem Eigennamen zusammensetzt, ist nicht verwechslungsfähig für eine Marke, die einen jüngeren Ursprung hat und mit dem beschreibenden Teil übereinstimmend gewählt worden ist. Darüber hinaus zeigte die Entscheidung, dass die Bezeichnung einer regional operierenden Klinik auch nur in ihrem Einzugsgebiet geschützt ist.

Der Ausgangsfall

In dem zu entscheidenden Fall ging es um die Problematik, den Schutzzumfang einer Marke bzw. einer geschäftlichen Bezeichnung zu bestimmen, wenn das in Frage stehende Zeichen beschreibend ist. Die Parteien sind Fachärzte für Neurochirurgie und betreiben ihre Kliniken in zwei Ortschaften, die nur jeweils 60 km voneinander entfernt liegen.

Beide verwenden die Bezeichnung „neuro-spine center“ mit jeweils unterschiedlichen Endungen im Zusammenhang von Domain-Namen. Zudem bezeichnet der Beklagte seine Klinik ebenfalls als „Neuro-Spine Center“ und hat hierfür eine Wort-/Bildmarke eintragen lassen. Der Beklagte machte zunächst in erster Instanz mit Klage vor dem LG Frankfurt/Main Unterlassungsansprüche gegen den Kläger geltend, da er der Auffassung war, der Kläger verletze seine Kennzeichenrechte an der eingetragenen Wort-/Bildmarke sowie seine Geschäftsbeziehungen.

Der Kläger erhob daraufhin Widerklage. Das Landgericht wies sowohl Widerklage als auch Klage zurück. Der Beklagte legte daraufhin Berufung beim OLG Frankfurt/Main ein und berief sich - entgegen der Entscheidung des Landgerichts - auf ein mangelndes Freihaltebedürfnis für die Bezeichnung „neuro-spine“. Seiner Ansicht nach handle es sich hierbei keinesfalls um einen medizinischen Begriff, so dass die Wortmarke daher auch unterscheidungskräftig sei. Zudem hätte das Gericht auch berücksichtigen müssen, dass er nicht nur in seinem Landkreis, sondern auch darüber hinaus bei weiteren Patienten bekannt sei und daher er auch Patienten behandle, die von außerhalb anreisen.

Das OLG Frankfurt/Main hat der Berufung jedoch im Ergebnis nicht stattgegeben. Dem Beklagten steht dem Urteil zur Folge kein Anspruch auf Unterlassung aufgrund einer Verletzung der streitgegenständlichen Marke im Sinne von §§ 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 MarkenG zu, da es an einer Verwechslungsgefahr fehlt. So urteilte das OLG, dass die sich gegenüberstehenden Zeichen nicht

ähnlich sind.

Gesamteindruck zwei sich gegenüberstehender Zeichen entscheidend

Der Senat machte deutlich, worauf es bei der objektiven Entscheidung über eine mögliche Ähnlichkeit von zahlreichen Bestandteilen ankommt. Hierbei sei vor allem der jeweilige Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen maßgeblich.

„Besteht ein älteres Zeichen aus mehreren Teilen, von denen allerdings nur ein Bestandteil in ähnlicher oder sogar identischer Art und Weise mit dem juvenilen Zeichen übereinstimmend, ist die Gefahr einer Verwechslung nur in solchen Fällen anzunehmen, wenn das übereinstimmende Zeichen den vorliegenden Gesamteindruck besonders intensiv prägt, so dass die anderen Teile des Zeichens für die Beurteilung des Gesamteindrucks unwesentlich erscheinen.“

„Neuro Spine Center“ prägt nicht Gesamteindruck der Klagemarke

Da sich die Marke des Beklagten aus den Begriffen „neuro-spine-center“, dem Eigennamen des Inhabers und einem Bildbestandteil zusammensetzt, hat das Gericht entgegen der Auffassung des Beklagten für Recht erkannt, dass der Wortbestandteil „neuro spine center“ den Gesamteindruck nicht maßgebend prägt. Insbesondere verfüge die Wortfolge „neuro-spine-center“ über einen stark beschreibenden Anklang, so dass es für Patienten und Ärzte erkennbar sei, dass das „Neuro Spine Center“ sich mit der Behandlung von Nerven und Wirbelsäule beschäftigt. Dies gelte auch dann, wenn der Bestandteil „Neuro-Spine“ keine konkrete Therapie oder Erkrankung beschreibt.

“

„Der Bestandteil „Neuro-Spine-Center“ ist zwar nicht glatt beschreibend, weil in der medizinischen Fachliteratur mit „Neuro-Spine“ keine konkrete Erkrankung oder Therapie verbunden wird. Die Bezeichnung hat jedoch einen stark beschreibenden Anklang, weil die angesprochenen Verkehrskreise, nämlich Patienten und Allgemein- bzw. Fachärzte, beim Anblick der Klagemarke ohne weiteres erkennen, dass sich das „Neuro Spine Center“ mit ärztlichen Behandlungen der Nerven und der Wirbelsäule, namentlich mit neurochirurgischen Operationen der Wirbelsäule beschäftigt.“

”

Die Kennzeichnungskraft dieses Bestandteils sei im Zusammenhang daher eher schwach zu beurteilen. Zur Unterscheidung trägt vielmehr der Namensbestandteil der Marke bei, der im vorliegenden Fall als eindeutiger Herkunftshinweis verstanden wird. Hierzu erkannte das Gericht unter Verweis auf den BGH, dass der Familienname ein klassisches Kennzeichnungsmittel darstelle und deshalb von den Verkehrskreisen als Herkunftshinweis verstanden wird.

Bezeichnungen von Unternehmen nur regional und lokal geschützt

Des Weiteren gestand das OLG dem Beklagte auch keinen Anspruch auf Unterlassung gemäß §§ 15 Abs. 4, 5 MarkenG zu, da der Geschäftszweck und der Zuschnitt der Klinik des Beklagten nur auf lokale und regionale Tätigkeiten ausgerichtet sei. Bei einem Unternehmen sei der Schutz stets auf den Wirkungskreis beschränkt, wenn der Geschäftszweck insbesondere auf die lokale oder regionale Struktur zugeschnitten ist. Vor allem Arztpraxen und Kliniken seien ebenfalls "Platzgeschäfte". Auch der Umstand, dass der Beklagte unter einer Domain „.com“ auftritt, ändere daran nichts, da dies weder seinen regionalen Wirkungskreis erweitert noch ihm einen überregionalen Schutz bietet. Allerdings konnte das Gericht entgegen des Vortrags vom Beklagten nicht feststellen, dass sich sein Wirkungsgebiet auch auf andere Kreise - vor allem auch auf den Kreis des Klägers - erstreckt.

“

"Der Beklagte hat belegen können, dass er mit seiner unter „Neuro-Spine-Center“ betriebenen Klinik und Arztpraxis in der Region O1 eine Verkehrsbekanntheit erreicht hat. Als Beleg dafür konnte er seine Anzeigen in der O1 Zeitung ebenso wie die Presseberichte über seine Klinik vorlegen. Es lässt sich allerdings nicht feststellen, dass sich der Schutzbereich des Unternehmenskennzeichens des Beklagten auch auf das Gebiet des B-Kreises, namentlich auf die Stadt O2, den Standort der Arztpraxis des Klägers, erstreckt."

”

Die Entscheidung zeigt deutlich, wie der Schutzzumfang einer Marke bzw. einer geschäftlichen Bezeichnung zu bestimmen ist, wenn das jeweilige Kennzeichen beschreibend ist. Es lässt sich hier im Grundsatz festhalten, dass eine Verwechslungsgefahr nur dann bejaht werden kann, wenn der vom Verletzer übernommene Bestandteil der Marke den entscheidenden Gesamteindruck des Zeichens in der Weise prägt, dass die übrigen Bestandteile der Marke für den Gesamteindruck im Ergebnis vernachlässigt werden können. Die Richter gelangten hier allerdings zu dem Ergebnis, dass der Bestandteil „Neuro-Spine-Center“ aufgrund seines beschreibenden Anklangs eben nur kennzeichnungsschwach ist. Maßgeblich ist ein anderer Bestandteil und zwar der Name des Inhabers, der das das Zeichen der Marke maßgeblich prägt. Zudem verdeutlicht die Entscheidung, dass Unternehmenskennzeichen anders als Marken, die im ganzen Bundesgebiet wirken – auch wenn sie nur regional benutzt werden, nur regionalen und lokalen Schutz genießen.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement