von **Alexander Holzer**

Billiger geht immer: Zur Verwechslungsgefahr bei bekannteren aber kennzeichnungsschwachen Marken

Bekannt schützt nicht vor Kennzeichnungsschwäche: Marken sollen originell und unverwechselbar sein, egal ob bekannt oder unbekannt. Aber auch bei bekannten Marken oder scheinbar bekannteren Marken kommt es bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr allein auf Das zeigt auch ein aktuelles Urteil des OLG Frankfurt vom 26. Oktober 2017 (Az.: 6 U 154/16).

Die Betreiberin der Homepage mit der Domain www.softwarebilliger.de wehrte sich gegen die Betreiberin der Webseite www.notebooksbilliger.de, die ihr Markenrechts- und Wettbewerbsverstöße vorwarf. „notebooksbilliger.de“ ist das viertgrößte Onlinehandelsunternehmen Deutschlands mit einem Jahresumsatz zwischen 600 und 700 Millionen Euro und Ladengeschäften in Hannover, München und Düsseldorf. Eine entsprechende Wort-/Bildmarke hatte sich die Betreiberin bereits 2004 eintragen lassen. Sie mahnte die Klägerin 2015 ab und begründete das damit, der Onlineshop von „softwarebilliger.de“ sei stark an die eigene Webseite angelehnt. Das Zusammenspiel zwischen den Elementen eines orange-roten Hintergrundes für das Logo und eines weißen Pfeils auf orangefarbenen Grund in der Browsertitelzeile würden Verwechslungen bzw. Irreführungen erzeugen. Gegen diese Behauptungen und die damit erhobenen Ansprüche ging die Betreiberin von „softwarebilliger.de“ mit einer Klage vor.

Rein gar nichts unverwechselbar

Ein Unterlassungsanspruch kann sich nur ergeben, wenn eine Verwechslungsgefahr mit einem einheitlichen Zeichen besteht. Hier ist es aber so, dass die Beklagte das Browserleitsymbol, einen kleinen weißen Pfeil auf orangem Grund, in Zusammenschau mit dem Domainnamen „softwarebilliger.de“ als geschütztes Zeichen sieht. Dieser Domainname und das Browserleitsymbol sind aber räumlich voneinander getrennt. Es handelt sich nicht um ein einheitliches Zeichen, dem der Verkehr eine Kennzeichnungsfunktion beimisst. Daher kann auch keine Verwechslungsgefahr bestehen.

Darüber hinaus sind sich die Domainnamen „notebooksbilliger.de“ und „softwarebilliger.de“ auch nicht besonders ähnlich. Die Wortbestandteile sind eher beschreibender Natur und sind daher nicht besonders kennzeichnend. Dass die Worte klein und zusammengeschrieben sind, entspricht der üblichen Domaingestaltung. Das Gericht
"...muss bei dieser Sachlage davon ausgehen, dass die Marke allein aufgrund ihrer grafischen Gestaltung eingetragen wurde"

David und Goliath

Da hilft es auch nicht, dass es sich bei der Markeninhaberin um das viertgrößte Unternehmen seiner Branche in Deutschland handelt. Zwar untersagt der Gesetzgeber nach § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG Dritten, ein der Marke ähnliches Zeichen zu benutzen,

> *"...wenn es sich bei der Marke um eine im Inland bekannte Marke handelt und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der bekannten Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt."*

Das ist aber nur dann erfüllt, wenn praktisch jeder oder auch nur die Mehrheit der angesprochenen Verbraucher die Marke oder das entsprechende Unternehmenskennzeichen kennt. „notebooksbilliger.de“ hatte erst in den Jahren 2013-2015 seine große Zeit. Dieser Zeitraum ist für den Maßstab des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG zu kurz.

Nur auf die Marke kommt es an

Kurzum: Die Domainnamen „notebooksbilliger.de“ und „softwarebilliger.de“ ähneln sich nur in Bezug auf den Wortbestandteil „billiger.de“, dem aber keine selbstständig kennzeichnende Stellung zukommt. Zufälligerweise präsentieren sich beide Onlineshops auf orangeweißem Hintergrund, auch das ist aber unerheblich, denn:

> *"Für den Schutz der Marke kommt es allein auf die eingetragene Form an. Außerhalb der Registereintragung liegende Umstände sind nicht zu berücksichtigen."*

Der orangeweiße Hintergrund war aber eben nicht als Teil des Zeichens im Markenregister des Deutschen Patent- und Markenamtes eigetragen. Im Ergebnis besteht also keine Verwechslungsgefahr zwischen den Bezeichnungen „softwarebilliger.de“ und „notebooksbilliger.de“, sodass die Beklagte mit ihren Unterlassungsansprüchen gegen die Klägerin nicht durchdringt.

Es hilft nur: Das Besondere

Dieses Urteil zeigt, dass ein gewisser Bekanntheitsgrad nicht ohne weiteres über eine geringe Kennzeichnungskraft des Markenzeichens hinweghilft und das auch nicht jede geringfügige Ähnlichkeit eine Verwechslungsgefahr hervorruft – zumal es sich grundsätzlich nur um solche Ähnlichkeiten handeln darf, die Teil des geschützten Zeichens sind. Beim Markenschutz gilt daher: Je einzigartiger, desto besser.

Autor:
Alexander Holzer
(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)