

Dr. Wolfgang Berlit*

Rechtsanwalt, Hamburg

Die Verwechslungsgefahr bei Serienmarken am Beispiel der aktuellen Entscheidung des LG Hamburg „BÖRSEVZ“

INHALT

1. „Serienmarke“ und „Markenfamilie“
2. EuGH „Bainbridge“
3. Die „Kinder“-Entscheidungen des BGH
4. Verbraucherzentrale, Verzeichnis, Versorgungszentrum – studiVZ als mögliche Serienmarke
5. Urteil des Landgerichts Hamburg in Sachen „BÖRSEVZ“
6. Resümee

1. „Serienmarke“ und „Markenfamilie“

Zur Stärkung des Markenschutzes ist es für ein Markenunternehmen häufig empfehlenswert, neben Individualmarken auch sogenannte Serienmarken schützen zu lassen. Die Besonderheit einer Serienmarke besteht darin, dass der Markeninhaber durch die Schaffung eines Stammbestandteils in den angesprochenen Verkehrskreisen einen hohen Wiedererkennungseffekt erzielt, wenn er diesen Stammbestandteil in einer Vielzahl im Übrigen unterschiedlicher Marken registrieren lässt. So hatte sich der BGH bereits 1968 mit einer Markenserie zu befassen, bei der sich eine Wäscheherstellerin die Markenserie „Rheumalind“, „Thermalind“, „Dormalind“ und „Porolind“ hat schützen lassen.¹⁾ Sofern in dieser Folge von Marken ein Serienzeichen zu sehen ist, könnte jede weitere Marke, die sich des Zeichenbestandteils „-lind“ für identische oder ähnliche Waren bedient, vom Markeninhaber der Serienmarke erfolgreich angegriffen werden. Denn der Verkehr könnte anhand des Bestandteils „-lind“ glauben, dass auch die neuerliche Marke zu der Markenserie des prioritätsbesseren Markeninhabers gehört. Die Schaffung einer Serienmarke bewirkt also, dass der Markenschutz ggf. erweitert wird. Durch den Stammbestandteil einer Serienmarke wird der Schutzbereich der einzelnen Marke einer derartigen Serie erweitert. Denn Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt der Serienmarke liegt immer dann vor, wenn die Zeichen in einem Bestandteil übereinstimmen, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens ansieht und deshalb die nachfolgenden Bezeichnungen, die einen identischen oder wesensgleichen Stamm aufweisen, dem gleichen Zeicheninhaber zuordnet.²⁾ Bei einer derartigen

Bewertung wird unterstellt, dass der angesprochene Verkehr den Stammbestandteil einer Markenserie erkennt und in den unterschiedlichen Produktlinien denselben Markeninhaber wiedererkennt.

Die Markenfamilie hingegen ist ein Begriff, der insbesondere vom EuGH anstelle der üblichen Bezeichnung (Serienmarke) verwendet wird. Aus Sicht eines Unternehmens besagt allerdings die „Familienmarke“ etwas anderes. Bei einer Familienmarke wird für mehrere Produkte eine einheitliche Marke gewählt und genutzt, wobei nach neuerer Auffassung neben der engen Produktlinie auch ein darüber hinausgehendes Produktsortiment in diese Markenfamilie integriert wird.³⁾ Als Beispiel wird hier etwa die Marke „Nivea“ genannt. „Nivea“ steht für das Pflegeprogramm von Beiersdorf, das verschiedene Produktkategorien, von der Creme über Haarshampoo bis hin zu dekorativer Kosmetik, umfasst.⁴⁾ Die Grenzen zu einer Dachmarke sind bei diesem Verständnis einer Markenfamilie fließend. Denn bei einer Dachmarke werden alle Produkte eines Unternehmens unter einer einheitlichen Marke geführt (wie dies überwiegend in der Automobilindustrie der Fall ist).

Dieses Verständnis einer Familienmarke ist jedoch mit der „Markenfamilie“ nicht gemeint. Der EuGH spricht vielmehr von einer Markenfamilie, wenn es sich aus deutscher Sicht um eine „Serienmarke“ handelt.⁵⁾

Der Begriff der Markenfamilie ist in diesem Zusammenhang unglücklich gewählt, weil er ein schiefes Bild vermittelt. Wie der BGH recht schön in seiner Entscheidung „Zwilling/Zwei-Brüder“⁶⁾ herausgearbeitet hat, ist nämlich der Begriffsinhalt von „Familie“ sehr unterschiedlich. In seiner Entscheidung zeigt der BGH trefflich auf, dass „zwei Brüder“ zwei Brüder sind, und gerade keine Zwillinge, wohingegen „Zwillinge“ zwar zwei Brüder sein können, auf der anderen Seite jedoch genauso gut zwei Schwestern oder Bruder und Schwester. Übereinstimmendes Merkmal von „Zwilling“ und „ZweiBrüder“ ist also nur, dass sie die Personen in ihrem Geschwisterverhältnis bezeichnen, es sind jeweils „Geschwister“. Der Begriff der „Familie“ geht noch darüber hinaus. Denn gerade heute haben wir den Begriff einer sogenannten „Patchworkfamilie“, die gerade keine „Familie“ im klassischen Sinne mehr ist (Vater mit zwei Kindern, Mutter mit zwei Kindern, jedoch jeweils mit unterschiedlichen Partnern gezeugt). Eine „Patchworkfamilie“ kann jedoch niemals eine Serienmarke sein. Der Begriff „der Serie“ ist hingegen klar und eindeutig. Eine Serie ist das, was der Duden als

* Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Berlit, Partner KROHN Rechtsanwälte, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz und Lehrbeauftragter an der Universität Hamburg. Der Aufsatz geht zurück auf einen Vortrag, den der Verfasser am 4. Dezember 2008 in München gehalten hat. Nach Fertigstellung des Aufsatzes wurde der Verfasser von der Antragsgegnerin im Verfahren vor dem LG Hamburg mandatiert.

1) BGH GRUR 1969, 538 – „Rheumalind“.

2) BGH GRUR-RR 2008, 363 – Hanse Naturkost/Hansebäcker; OLG Hamburg GRUR-RR 2008, 239, 241 – ACRI.

3) Esch, Strategie und Technik der Markenführung, 5. Aufl. 2008, S. 348.

4) Esch a.a.O.

5) EuGH WRP 2007, 1322, 1327 – BAINBRIDGE.

6) WRP 2004, 1046.

„Reihe, Reihenfolge, bestimmte Anzahl, Reihe gleichartiger, zueinander passender Dinge, die ein Ganzes, eine zusammenhängende Folge darstellen“ oder „Anzahl in gleicher Ausführung gefertigter Erzeugnisse der gleichen Art“.⁷⁾ bezeichnet. Wir kennen den Begriff einer „Serie“ nicht nur aus dem Sport, sondern auch aus dem Kino oder im Fernsehen. Beispielhaft sind etwa „Indiana Jones und der Tempel des Todes“, „Indiana Jones und der letzte Kreuzzug“ und „Indiana Jones und das Königreich des Kristallschädels“ zu nennen. Der Zuschauer weiß, wenn er den Stammbestandteil „Indiana Jones“ liest, auf welches Werk er sich einzustellen hat (Abenteuer, Harrison Ford und Spannung). Entsprechendes gilt für eine Markenserie.

2. EuGH „Bainbridge“

Die Bainbridge-Entscheidung des EuGH⁸⁾ befasst sich erstmals ausführlich aus europarechtlicher Sicht u.a. mit der Problematik einer Markenserie. Gegenstand des Verfahrens sind 11 in Italien eingetragene ältere Marken in den Klassen 18 und/oder 25, die alle den Wortbestandteil „Bridge“ enthalten, nämlich

- Bridge
- OLD BRIDGE
- THE BRIDGE BASKET
- THE BRIDGE
- The Bridge (3-D-Marke)
- The Bridge
- FOOD BRIDGE
- THE BRIDGE WAYFARER
- OVER THE BRIDGE

Mit dieser Serie von Marken wandte sich die Widersprechende und Rechtsmittelführerin gegen die Markenmeldung eines Dritten, der die Marke „Bainbridge“ zum Gemeinschaftsmarkenregister angemeldet hatte. In den Vorinstanzen hatte die Klägerin keinen Erfolg. Die Verwechslungsgefahr wurde verneint.

Der EuGH kommt in seiner Entscheidung ebenfalls zu dem Ergebnis, dass Verwechslungsgefahr zu verneinen ist. Im Rahmen einer „Markenfamilie“ oder „Serienmarke“ ergibt sich die Verwechslungsgefahr daraus, dass sich der Verbraucher hinsichtlich der Herkunft oder des Ursprungs der von der Anmelde- marken erfassten Waren oder Dienstleistungen irren kann und zu Unrecht annimmt, dass die Anmelde- marken zu der Familie oder Serie von Marken gehört.⁹⁾ Voraussetzung dieser besonderen Art der Verwechslungsgefahr ist jedoch immer, dass die einzelnen Marken einer Familienmarke bzw. Serienmarke auf dem Markt präsent sind. Das Bestehen einer Markenserie als solche, also die Eintragung einer Vielzahl von Einzelmarken mit einem Stammbestandteil, reicht danach nicht aus, um im Falle einer Kollision Verwechslungsgefahr im Sinne einer Serienmarke annehmen zu können. Solange der Inhaber der Serienmarke seine

Marken tatsächlich nicht nutzt, kann er sich auch nicht auf den erweiterten Schutzzumfang der Markenserie berufen¹⁰⁾. Inso- weit verlangt der EuGH jedoch nicht, dass sämtliche Einzel- marken einer Markenserie benutzt werden. Es reicht aus, wenn der Inhaber der Markenserie die Benutzung einer genügenden Anzahl dieser Marken, also einer Teilsérie, nachweisen kann.¹¹⁾

Danach kommt der EuGH (wie auch der BGH) zu dem Ergebnis, dass es für das Bestehen einer Gefahr, dass sich das Publikum hinsichtlich der Zugehörigkeit der angemeldeten Marke zu einer „Familie“ oder „Serie“ von Marken irrt, erforderlich ist, dass die dieser „Familie“ oder „Serie“ angehörenden älteren Marken auf dem Markt präsent sind.¹²⁾

3. Die „Kinder“-Entscheidungen des BGH

Der EuGH-Entscheidung ging eine Grundsatzentscheidung des BGH voraus. In der Entscheidung „Kinder“¹³⁾ ging es um einen Konflikt zwischen der Inhaberin diverser Marken mit dem Bestandteil „Kinder“ und dem Inhaber der Marke „Kinder Kram“, die einerseits für „Schokolade“, andererseits für „Zuckerwaren, Back- und Konditorwaren, nichtmedizinische Kaugummis“ ge- schützt waren. Die Klägerin des Verfahrens stützte ihre Unter- lassungsansprüche auf die Markenregistrierungen

- Kinderschokolade (durchgesetzte Marke für „gefüllte Voll- milchschokolade“),
- Wort-/Bildmarke „Kinder“.

Der BGH machte in seiner Entscheidung deutlich, dass aus einem rein beschreibenden Begriff, dem jegliche Unterschei- dungskraft fehlt, der Schutz des Stammbestandteils einer Zei- chenserie nur dann abgeleitet werden kann, wenn sich auf- grund der wiederholten Verwendung des Stammbestandteils dieser im Verkehr im Sinne von § 8 Abs. 3 MarkenG durchge- setzt hat.¹⁴⁾ Denn der Verkehr wird einen nicht unterschei- dungskräftigen Zeichenstandteil einem bestimmten Unterneh- men als Stamm einer Zeichenserie nur zuordnen, wenn dieser Teil des Zeichens die mangelnde Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von dem Zeichen erfassten Wa- ren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber sol- chen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, aufgrund der Durchsetzung in den beteiligten Verkehrskreisen überwunden hat.¹⁵⁾ Da es sich bei dem Wort „Kinder“ um eine glatt beschrei- bende Angabe des Abnehmerkreises der gekennzeichneten Ware handelt, erwartet der BGH insoweit eine nahezu einhel- lige Verkehrsbekanntheit.

In der folgenden Entscheidung „Kinderzeit“¹⁶⁾ ging es um die Auseinandersetzung zwischen den Marken „Kinder“ und einem Milchdessert mit der Bezeichnung „Monte Kinderzeit“. In diesem Verfahren, in dem die Klägerin ihre Ansprüche auch auf

7) Duden, 5. Aufl. 2003.

8) WRP 2007, 1322 = GRUR 2008, 343.

9) A.a.O. Rdnr. 63.

10) So jetzt auch BGH WRP 2008, 1345 – „Pantogast“ und WRP 2008, 1349 – Panto- hexal“.

11) A.a.O. Rdnr. 65.

12) A.a.O. Leitsatz.

13) BGH WRP 2003, 1431 = GRUR 2003, 1040 = NJW-RR 2004, 130; siehe auch BGH WRP 2007, 1461 – Kinder II.

14) A.a.O. WRP 2003, 1435.

15) S. Fn. 13.

16) WRP 2007, 1466.

den Seriencharakter ihrer „Kinder“-Marken stützte, machte der BGH deutlich, dass bei der Annahme einer Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt eines Serienzeichens besonders strenge Anforderungen an die Wesensgleichheit dieses Zeichens mit dem angegriffenen Zeichen zu stellen sind. Da der Wortbestandteil „Kinder“ nicht verkehrsdurchgesetzt ist und die Klagemarke daher nicht prägen kann, kann bei Prüfung der Verwechslungsgefahr nicht entscheidend auf Übereinstimmung allein mit der beschreibenden Angabe „Kinder“ abgestellt werden. Maßgebend ist aus Sicht des BGH vielmehr die typische grafische Gestaltung der Angriffsmarke „Kinder“, die in ihrer farbigen Aufmachung deutlich von der angegriffenen Kennzeichnung abweicht. Daher wurde auch in diesem Verfahren ein Anspruch der Klägerin verneint.

Diese Entscheidungen entsprachen der bisherigen Entscheidungspraxis des BGH, der immer darauf hingewiesen hatte, dass es bei einem Stammbestandteil mit einem beschreibenden Inhalt jedenfalls darauf ankommt, ob sich der Verkehr tatsächlich an diesen Stammbestandteil einer Markenserie gewöhnt hat.¹⁷⁾ Bei dem Verfahren „BIG“ ging es um die beschreibende Angabe „BIG“ – nämlich in der Bedeutung von „groß“, „dick“, „stark“ oder „wichtig“ – als Kennzeichen für Spielfahrzeuge. In dem Verfahren standen sich die Bezeichnungen „Big“ und „Big Bluster“ bzw. „Big Buffalo“ gegenüber. Hier kam es darauf an, dass die Klägerin darlegen musste, dass sich der Verkehr tatsächlich bereits an die Kennzeichnung von Spielfahrzeugen mit dem Stammbestandteil „BIG“ gewöhnt hatte. Hier wie auch bei sonstigen Fällen der Verwechslungsgefahr ist es regelmäßig Aufgabe des Anspruchstellers, konkret darzulegen, in welcher Form er die Marke, auf die er seine Ansprüche stützt, tatsächlich schon verwendet hat und inwieweit die angesprochenen Verkehrskreise tatsächlich in diesem Bestandteil den Stammbestandteil einer Markenserie sehen, und damit das Unternehmen des Anspruchstellers verbinden.

Allerdings kann selbst dann, wenn noch keine Markenserie vorliegt, die Verwechslungsgefahr aus dem Gesichtspunkt der Serienmarke angenommen werden, sofern in einem erstmalig verwendeten Zeichen ein Stammbestandteil enthalten ist. In diesem Fall bedarf es konkreter Anhaltspunkte, dass sich das Zeichen zu einem Zeichenstamm entwickelt.¹⁸⁾ Verwenden also Wettbewerber für Süßwaren und Knabberartikel die Marken „Corn Pops“ bzw. „Rice Pops“ kann mittelbare Verwechslungsgefahr selbst dann angenommen werden, wenn der gemeinsame Bestandteil „Pops“ sich noch nicht als Stammbestandteil einer Markenserie durchgesetzt hat.

4. Verbraucherzentrale, Verzeichnis, Versorgungszentrum – studiVZ als mögliche Serienmarke

Das Unternehmen studiVZ Ltd. (Berlin) ist Inhaberin einer Vielzahl von Marken bzw. Markenmeldungen, die den Bestandteil „VZ“ enthalten. So ist studiVZ Ltd. beispielsweise Inhaberin der Marken

- schülerVZ, DE 307 19 982 (Wort-/Bildmarke),
- StudiVZ, DE 306 31 583,
- dasvz, DE 30 2008 005615 (Markenanmeldung),
- dasVZ, DE 30 2008 005616 (Markenanmeldung),
- meinvz, DE 30 2008 005617 (Markenanmeldung),
- meinvz, DE 302 00 8005619.3 (Wort-/Bildmarke),
- schuelervz, DE 306 54 867,
- meinVZ, DE 30 2008 005618 (Markenanmeldung),
- schuelervz, DE 306 54 867,
- alumnivz, DE 306 54 869.

Bei dieser Markengruppe ist zu fragen, ob der Bestandteil „VZ“ Stammbestandteil einer möglichen Markenserie von studiVZ Ltd. ist. Immerhin geht studiVZ Ltd. umfangreich gegen Markeninhaber vor, die Marken registrieren lassen oder benutzen, die den Bestandteil „VZ“ haben. So wurden folgende einstweilige Verfügungen erwirkt:

- LG Köln – 33 O 398/07 – GVZ.de,
- LG Köln – 31 O 47/08 – 01vz.net ./ 01vz.com,
- LG Hamburg – 312 O 464/08 – BÖRSEVZ/boerse VZ,
- LG Köln – 33 O 398/07 – FußballerVZ,
- LG Köln – 31 O 47/08 – PokerVZ,
- LG Köln – 31 O 76/08 – BewerberVZ,
- LG Köln – 31 O 299/08 – MatheVZ,
- LG Köln – 31 O 185/08 – RotlichtVZ,
- LG Hamburg – 312 O 262/08 – DogVZ.¹⁹⁾

Es gibt allerdings auch viele Markenregistrierungen, die das Kürzel „VZ“ aufweisen, und nach Information des Verfassers bisher noch nicht angegriffen wurden, z.B.

- GetraenkeVZ, DE 30 2008 01678,
- fetenVZ, DE 307 17 440,
- partyVZ, DE 307 17 441,
- mysportVZ, DE 30 2008 00178,
- Insidervz, DE 30 2008 00724,
- matheVZ, DE 307, 33 195,
- FotoVZ, DE 307 62 957,
- PatientVZ, DE 307 05 688,
- UrlauberVZ, DE 307 63 918,
- MedVZ, DE 307 72 921.

Hier stellt sich die Frage, ob tatsächlich ein Anspruch aus dem Gesichtspunkt eines Serienzeichens gegeben sein kann. Bei näherer Betrachtung der Abkürzung „VZ“ ist festzustellen, dass etwa nach Wikipedia diese Abkürzung u.a. für die Worte „Vorzeichen“, „Verbraucherzentrale“, „Verzeichnis“ und „Versorgungszentrum“ steht. In der Internetsuchmaschine www.abkuerzungen.de werden unter „VZ“ die Worte „Veranlagungszeitraum“, „Verschäumungszahl“, „Verzugszinsen“ und „Vollzeit“ ausgewiesen. Diese Beispiele zeigen, dass die Buchstabenkombination „VZ“ eine Vielzahl von Bedeutungen haben kann, jedenfalls auch die Bedeutung „Verzeichnis“.

Die Markeninhaberin ist der Auffassung, dass allein das Zeichenbildungsprinzip „Interesse/Interessengruppe+VZ“ zu entsprechenden Unterlassungs- und Löschanträgen führen muss. Nun gibt es tatsächlich, unabhängig von dem Beste-

17) BGH WRP 2002, 534, 537 – BIG.

18) OLG Hamburg, GRUR-RR 2003, 266, 269 – Corn Pops/Rice Pops unter Bezugnahme auf BGH GRUR 1999, 155 – Dribeck's Light und GRUR 1996, 777 – Joy.

19) Zitiert nach CR 2008, Heft Nr. 10, R 95 sowie rundry Titelschutz-Journal vom 28.08.2008 Nr. 35/2008, Seite 5.

hen einer Serienmarke, eine Rechtsprechung, die besagt, dass ein Unterlassungs- und Lösungsanspruch dann besteht, wenn die gegenüberstehenden Marken Gemeinsamkeiten im Aufbau und Sinngehalt haben und daher auf dem gleichen Zeichenbildungsprinzip beruhen.²⁰⁾ In dem entschiedenen Fall des Bundespatentgerichts wurde das gleiche Zeichenbildungsprinzip damit begründet, dass die beiden gegenüberstehenden Marken „Blue Bull“ und „RED BULL“ auf demselben Warengelände dergestalt zusammengesetzt waren, dass der nicht unmittelbar beschreibenden Bezeichnung „BULL“ eine Farbangebe vorangestellt wurde. In diesem Zusammenhang ist beachtenswert, dass sich beide Marken auf dem Warengelände „Speiseeis, feine Backwaren und Konditorwaren“ gegenüberstanden, nicht jedoch auf dem Gebiet der „Energiegetränke“. Dennoch bejahte das Bundespatentgericht das Vorliegen von Verwechslungsgefahr. Auch diese Entscheidung ist nicht unkritisch, da mit dieser Begründung eine beliebige Anzahl von Konfliktfällen gelöst werden kann, ohne dass eine Serienmarke tatsächlich gegeben ist.

Denn bestimmendes Merkmal einer Serienmarke ist nach ständiger Rechtsprechung des BGH, dass ein „Stammbestandteil“ gegeben ist, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens ansieht, und deshalb die nachfolgenden Bezeichnungen, die einen wesensgleichen Stamm aufweisen, dem gleichen Inhaber zuordnet.²¹⁾ Weitere wesentliche Voraussetzung ist jedoch, dass der vom Verkehr als Stammbestandteil einer Markenserie erkennbare Begriff tatsächlich schutzfähig ist. Eine glatt beschreibende Angabe wie „Kinder“ ist danach nicht geeignet, als Stammbestandteil einer Markenserie zu dienen, solange es nicht verkehrsdurchgesetzt ist.²²⁾ Denn, wie der BGH ausführt, sind bei der Annahme einer Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt eines Serienzeichens besonders strenge Anforderungen an die Wesensgleichheit dieses Zeichens mit dem angegriffenen Zeichen zu stellen. Weist also der Stamm einer Markenserie eine auffällige typische grafische Gestaltung auf, muss diese typische grafische Gestaltung auch in der angegriffenen Marke Niederschlag finden, damit die Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt einer Serienmarke bejaht werden kann. Noch problematischer stellt sich die Annahme einer Serienmarke dar, wenn sich der Inhaber, der eine Serienmarke behauptet, zum Nachweis des Vorliegens einer Markenserie auf einen einzelnen Buchstaben beruft, der Bestandteil der Serie ist. Insoweit hatte sich das Bundespatentgericht mit dem umgekehrten Fall zu befassen, dass die prioritätsjüngere Marke den Bestandteil „T“ aufwies, der von dem erkennenden Senat als Serienbestandteil aufgefasst wurde.²³⁾ Das Bundespatentgericht ging allerdings von dem Vorliegen einer Serienmarke mit dem Bestandteil „T“ in der Entscheidung „T-control/T-Connect“²⁴⁾ aus und bejahte die Verwechslungsgefahr insbesondere im Hinblick darauf, dass die gegenüberstehenden Marken denselben charakteristischen Aufbau aufwiesen.²⁵⁾

Im Gegensatz zu dem Kürzel „T“, bei dem es sich zwar um die Abkürzung für „Telekommunikation“ handeln könnte, gab es bei Einführung der verschiedenen „T“-Kombinationsmarken keine derartige übliche Abkürzung. Bei dem Kürzel „VZ“ gibt es nicht nur eine Ableitung, sondern bereits eine Vielzahl von Ableitungen, die im Verkehr bekannt waren, bevor die Markeninhaberin überhaupt die Marke im Verkehr benutzt hat. Und dann stellt sich doch die Frage, ob eine Abkürzung, die nicht nur unterschiedliche Bedeutungen haben kann, sondern die darüber hinaus noch bei der von der Inhaberin der Angriffsmarken verwendeten Form glatt beschreibend ist, tatsächlich erfolgreich gegen Wettbewerber eingesetzt werden kann, die Marken nach einem gleichen Markenbildungsprinzip gebildet haben, und die Abkürzung „VZ“ auch in ihrer beschreibenden Bedeutung als „Verzeichnis“ verwenden. Bei Berücksichtigung des Umstandes, dass die Angriffsmarken die Abkürzung „VZ“ immer nur in ihrer beschreibenden Bedeutung verwenden, liegt es nahe, insoweit die Grundsätze des BGH in seiner „Kinderzeit“-Entscheidung²⁶⁾ heranzuziehen, bei der der I. Zivilsenat deutlich gemacht hat, dass der Wortbestandteil „Kinder“ nur bei Verkehrsdurchsetzung überhaupt als Stammbestandteil einer Markenserie in Betracht kommt.

5. Urteil des Landgerichts Hamburg in Sachen „BÖRSEVZ“²⁷⁾

In der Auseinandersetzung zwischen studiVZ und dem Inhaber der Marke „BOERSEVZ“ (DE 302008013529.8) bzw. „BÖRSEVZ“ (DE 302008013527.1) begründet das LG Hamburg seine die einstweilige Verfügung bestätigende Entscheidung unter Hinweis darauf, dass es sich bei den Zeichen StudiVZ, schülerVZ bzw. meinVZ nicht um rein beschreibende Bezeichnungen im Sinne von §§ 8 Abs. 2 Nr. 2, 23 Nr. 2 MarkenG handelt²⁸⁾. Das LG ist der Auffassung, dass der Zeichenbestandteil „VZ“ geeignet ist, vom Verkehr als Stamm einer Zeichenserie angesehen zu werden²⁹⁾. Der Zeichenbestandteil „VZ“ ist aus Sicht des LG Hamburg nicht als eine mögliche Abkürzung des deutschen Wortes „Verzeichnis“ rein beschreibend. Wie sich aus dem Duden, 24. Auflage, ergibt, wird das Wort „Verzeichnis“ mit „Verz.“ abgekürzt, auch wenn es im Wörterbuch der Abkürzungen des Duden (5. Auflage) als eine mögliche Abkürzung in Form der Zeichenfolge „Vz.“ erscheint³⁰⁾. Schließlich macht das Landgericht Hamburg deutlich, dass die Zeichenfolge „VZ“ für das Dienstleistungsangebot der Antragstellerin deshalb nicht rein beschreibend ist, weil es sich bei „StudiVZ“, „schülerVZ“ und „meinVZ“ nicht um Verzeichnisse im eigentlichen Sinne, sondern um Internet-Netzwerke handeln soll, die vorrangig der Förderung der Kommunikation ihrer Mitglieder und nicht der Auflistung dienen sollen³¹⁾.

In ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung heißt es, dass von dem Rechtsbestand einer eingetragenen Marke solange auszugehen ist, solange sie im Markenregister registriert ist.³²⁾

20) BPatG GRUR 2005, 773, 776 – Blue Bull/RED BULL unter Bezugnahme auf BGH GRUR 1999, 161 – MAC Dog.

21) Aktuell BGH GRUR 2008, 909 – Pantogast und GRUR 2008, 1349 – Pantoheaxal.

22) BGH WRP 2007, 1466, 1471 – Kinderzeit.

23) GRUR 2003, 64, 67 – T-Flexitel/Flexitel und BPatG GRUR 2003, 70 – T-Innova/Innova.

24) GRUR 2003, 61.

25) Unter Bezugnahme auf OLG Düsseldorf GRUR 2001, 247 – T-Auskunft.

26) WRP 2007, 1466.

27) Urteil des LG Hamburg vom 02.10.2008, Geschäftsnr.: 312 O 464/08.

28) A.a.O. S. 15.

29) A.a.O. S. 15.

30) A.a.O. S. 15/16.

31) A.a.O. S. 16.

32) Zuletzt BGH WRP 2008, 1206 „City Post“.

Daher ist vom Rechtsbestand der Angriffsmarken auszugehen. Ob der angesprochene Verkehr „VZ“ tatsächlich nur als beschreibende Angabe „Verzeichnis“ begreift oder dieser Buchstabenkombination darüber hinaus eine kennzeichnende Wirkung beimisst, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab. Bei den „Kunden“ der Antragstellerin handelt es sich um junge Menschen, die täglich das Internet benutzen und für die die Kommunikation über das Internet fester Bestandteil in ihrem Leben ist. Dieser angesprochene Verkehrskreis fasst jedoch die Buchstabenkombination „VZ“, wie nachfolgend dargestellt, als Abkürzung für „Verzeichnis“ auf. Denn dieser Verbraucher wird kaum den Duden zur Hand nehmen, um sich Klarheit zu verschaffen, was „VZ“ bedeutet. Sofern er überhaupt Interesse daran hat, diese Abkürzung zu recherchieren, wird er, wie dies im Internet üblich ist, mit der freien Enzyklopädie „Wikipedia“ arbeiten, die unter „VZ“ angibt: „VZ steht fürVerzeichnis“. Sollte dieser angesprochene Verkehr noch Zweifel an der Richtigkeit der Angabe bei Wikipedia haben, würde er ggf. noch unter „www.abkuerzungen.woxikon.de“ im Internet nachlesen, wofür die Abkürzung „VZ“ steht. Auch bei diesem Internetauftritt wird er bei der Frage, wie „Verzeichnis“ abgekürzt wird, zu den Hinweisen „Verz., Vrz., Vrsz., Vz.“ gelangen. Diese Angaben werden dem angesprochenen Verkehrskreis daher bestätigen, dass es sich bei der Buchstabenkombination „VZ“ um die Abkürzung für das Wort „Verzeichnis“ handelt.

Letzte Zweifel an dem Sinngehalt der Buchstabenkombination „VZ“ werden bei dem angesprochenen Verkehr durch den eigenen Internetauftritt der Markeninhaberin ausgeräumt. So ist bei der Internetadresse „www.studiVZ.de“ von einem „STUDIVERZEICHNIS“



die Rede, und die Internetauftritte „schülerVZ“



bzw. „meinVZ“



sind mit den Headlines „SCHÜLERVERZEICHNIS“ bzw. „MEINVERZEICHNIS“ überschrieben. Es liegt auf der Hand, dass der angesprochene Verkehr daher in der Buchstabenkombination

„VZ“ nur eine beschreibende Angabe für das Wort „Verzeichnis“ sieht, so dass dieser Buchstabenkombination mit hoher Wahrscheinlichkeit die Eignung, als Stammbestandteil einer Markenserie zu dienen, fehlt. Denn als glatt beschreibende Angabe ist „VZ“ ebenso wie „Kinder“ nur dann geeignet, Stamm einer Zeichenserie zu sein, wenn sich diese Buchstabenkombination im Verkehr für die Kennzeicheninhaberin durchgesetzt hat, wobei auch hier ein Durchsetzungsgrad von deutlich über 50 % zu fordern ist. Ohne nachgewiesener Verkehrsdurchsetzung des Bestandteils „VZ“ bestehen jedoch Zweifel, ob Verwechslungsgefahr zwischen „StudiVZ“, „schülerVZ“, „meinVZ“ und „BÖRSEVZ“ bzw. „BOERSEVZ“ besteht. Schließlich ist der BGH der Auffassung, dass für die Annahme der Verwechslungsgefahr der Umstand nicht ausreicht, dass die Wahl des angegriffenen Zeichens nicht zufällig erscheint³³⁾. Selbst für Ansprüche aus § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG genügt es danach nicht, dass ein Zeichen geeignet ist, durch bloße Assoziation an ein fremdes Kennzeichen Aufmerksamkeit zu erwecken. Voraussetzung ist vielmehr, dass Verwechslungsgefahr vorliegt.

6. Resümee

Bei einer Gesamtbetrachtung der dargestellten, bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr relevanten Faktoren, ist daher bezogen auf mögliche Ansprüche der Markeninhaberin aus den Marken „StudiVZ“, „meinVZ“ oder „alumniVZ“ zu berücksichtigen, dass dem Bestandteil „VZ“ in den Angriffsmarken kaum die Qualität eines Stammbestandteils einer Markenserie zukommen kann. Solange der angesprochene Verkehr im Internet unter der Abkürzung „VZ“ „Verzeichnis“ versteht, wird er auch den unter den Überschriften „STUDIVERZEICHNIS“, „MEINVERZEICHNIS“ und „SCHÜLERVERZEICHNIS“ verbreiteten Inhalt als verzeichnisähnlichen Inhalt begreifen. Denn auch eine Plattform, über die Studenten, Schüler oder sonstige Mitglieder der Internetcommunity miteinander vernetzt sind, stellt letztlich ein „Verzeichnis“ dar. Unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung des BGH und des EuGH liegt in diesem Fall die Bewertung nahe, dass der besondere Schutz aus einer Serienmarke solange nicht verlangt werden kann, solange sich der glatt beschreibende Bestandteil „VZ“ nicht für die Inhaberin im Verkehr durchgesetzt hat.

33) S. BGH WRP 2004, 1046, 1051 – Zwilling/ZweiBrüder.