

HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

URTEIL

IM NAMEN DES VOLKES

3 U 312/01
416 O 294/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
2. Mai 2002

M..... **mbH**, vertreten durch den
Geschäftsführer, ,

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin, Berufungsklägerin,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

mitwirkende Patentanwältin:
Dr.,

gegen

D....., vertreten durch ihren Direktor

Beklagte, Berufungsbeklagte,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, von Franqué, Terschlüssen

nach der am 18. April 2002 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht
erkannt:

Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Kammer 16 für Handelssachen, vom 3. August 2001 wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Berufung fallen der Klägerin zur Last.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 6.000,00 abwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Gegen dieses Urteil wird das Rechtsmittel der Revision zugelassen.

und beschlossen:

Der Streitwert wird auch für das Berufungsverfahren auf € 255.646,00
(= DM 500.000,00) festgesetzt.

Tatbestand

Die Klägerin nimmt die Beklagte aus der Marke „M.....“ auf Unterlassung in Anspruch.

Die Klägerin betreibt eine große deutsche Hotelkette mit rund 40 Hotels und ist Inhaberin der deutschen Marken „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr. DE 1.....), „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 (Nr.: 2.....) und „M.....“ mit Priorität vom 15. Januar 1991 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr.: DE 2.....) sowie der Gemeinschaftsmarke „M.....“ mit Priorität vom 1. April 1996 (Nr.: EU 3.....) mit Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (vgl. Anlagenkonvolut K 1). Sie benutzt seit Anfang der 70er Jahre die Angabe „M.....“ zur Bezeichnung ihres Geschäftsbetriebes.

Die Beklagte betreibt seit 1994 in Kopenhagen ein Hotel-Garni unter der Bezeichnung „HOTEL M.....E“. Sie wirbt gegenüber Adressaten in der Bundesrepublik Deutschland mit einem mehrsprachigen Hotelprospekt, welcher u.a. auch in deutscher Sprache gehalten ist. Auf Anfrage wird dieser Hotelprospekt mit einem Anschreiben in englischer Sprache auch nach Deutschland versandt (Anlagen K 2 und B 1). Darüber hinaus unterhält die Beklagte seit 1996 die Domain www.hotel-M.....e.dk. Über ihre Homepage bietet sie neben Angaben in dänischer und englischer Sprache auch deutschsprachige Informationen zu ihrem Hotel an. Zudem besteht die Möglichkeit, in deutscher Sprache Online-Reservierungen und -Buchungen vorzunehmen (Anlagen K 3, B 2 und K 6).

Die Beklagte ist Inhaberin der dänischen Marke „HOTEL M.....E“ (Nr.: VR 2.....) mit Priorität vom 4. November 1999. Die Klägerin hatte zunächst unter Berufung auf ihre Gemeinschaftsmarke (Nr. EU.3.....) Widerspruch gegen die Eintragung dieser dänischen Marke eingelegt. Daraufhin kündigte die Beklagte an, sie werde die Löschung der Gemeinschaftsmarke der Klägerin im Hinblick auf ihre in Dänemark prioritätsältere Geschäftsbezeichnung betreiben. Nachfolgend nahm die Klägerin ihren Widerspruch gegen die Eintragung der dänischen Marke der Beklagten zurück (Anlagenkonvolut B 4) .

Die Klägerin ließ die Beklagte mit Schreiben vom 30 August 2000 unter Fristsetzung zum 15. September 2000 abmahnen. Zur Begründung des geltend Unterlassungsbegehrens vertrat sie die Ansicht, die Bewerbung des Hotel M.....e durch Übersendung des deutschsprachigen Hotelprospekts nach Deutschland sowie die Bewerbung des Hotels in deutscher Sprache über die Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk verstoße gegen die Markenrechte der Klägerin nach §§ 14, 15 MarkenG (Anlage K 5). Die Beklagte ließ mit

Schreiben ihrer Patentanwälte vom 14. September 2000 die geltend gemachten Ansprüche zurückweisen (Anlage K 4).

Daraufhin erhob die Klägerin am 7. November 2000 Klage zum Landgericht Hamburg.

Die Klägerin vertrat die Ansicht, das Verhalten der Beklagten verletze ihre prioritätsälteren Rechte an der Marke „M.....“. Es bestehe ein hinreichender Inlandsbezug. Der Umstand, daß die Beklagte ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen erbringe, stehe dem nicht entgegen. Der Umstand, daß die Beklagte in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch deutschsprachige Hinweise gebe, und daß sie im Internet auch deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche aus. Zwar sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „.dk“ verzeichnet, sie könne jedoch weltweit und mithin auch in Deutschland abgerufen werden. Das Angebot wende sich, insbesondere bei Berücksichtigung der in deutscher Sprache abgefassten und nach Deutschland gegebenen Informationen, an den deutschen Markt. Zudem bestehe Verwechslungsgefahr, da die Bezeichnung „M.....“ unterscheidungskräftig, die Bezeichnungen der Parteien sehr ähnlich und die Dienstleistungen identisch seien.

Darüber hinaus stelle das Vorgehen der Beklagten einen Verstoß gegen § 1 UWG dar, weil sie den guten Ruf der Klägerin in unlauterer Weise für sich ausnutze. Auch ein Verstoß gegen § 3 UWG sei gegeben, weil deutsche Adressaten aufgrund der Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu der falschen Annahme gebracht würden, Inhaberin dieses Hotels sei die Klägerin.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen

- a) im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu bedienen,
- b) sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domain-Namen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Zuständigkeit der deutschen Gerichtsbarkeit hinsichtlich des Klagantrages zu b) gerügt. Sie hat weiter die Ansicht vertreten, sie verstoße weder gegen Firmen-, noch gegen Markenrechte der Klägerin. Auch handele sie nicht wettbewerbswidrig.

Hinsichtlich der streitgegenständlichen Verhaltensweisen fehle ein hinreichender Inlandsbezug. Entscheidend sei, daß sie ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen, also in Dänemark erbringe. Allein der Umstand, daß sie in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch Hinweise in deutscher Sprache gebe, und daß sie auch im Internet u.a. deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche nicht aus. Zudem sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „dk“ verzeichnet. Das belege, daß das Angebot sich in erster Linie an den dänischen Markt richte.

Es bestehe auch keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ habe für ein an oder nahe der See gelegenes oder mit der See in sonstiger Weise verbundenes Hotel rein beschreibenden Charakter und sei deshalb ausgesprochen kennzeichnungsschwach. Der Schutzbereich der klägerischen Marke sei deshalb sehr eng. Darüber hinaus sei diese Bezeichnung durch eine Vielzahl von Drittbenutzungen „verbraucht“ (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Daneben gebe es eine Vielzahl von Internet-Domains mit dem Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“. Unter diesen Domains würden zumindest zum Teil Hotels beworben (Anlagenkonvolute B 21 und B 22). Da die Verwendung der Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ weit verbreitet sei, lasse sie keinerlei Schlüsse auf die Herkunft der unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren oder Dienstleistungen zu. Daher seien die Internet-Nutzer daran gewöhnt, sehr genau zu unterscheiden, wessen Angebot sie gerade vor sich hätten. Eine Gefahr der Verwechslung bestehe deshalb nicht.

Zudem verwendeten die Parteien des vorliegenden Rechtsstreits ihre jeweiligen Marken nur im Zusammenhang mit speziellen grafischen Elementen. Die Klägerin verwende ihre Marke nur in Zusammenhang mit dem für sie geschützten Logo dreier Segel, während die Beklagte regelmäßig das Logo eines Ankers benutze. Schließlich sei auch zu berücksichtigen, daß die Hotels der Parteien von gänzlich unterschiedlichem Zuschnitt seien. Bei den M.....-Hotels der Klägerin handele es sich um Hotels, die mindestens der 4-Sterne-Kategorie angehörten und über entsprechende Gastronomieeinrichtungen verfügten. Das Hotel der Beklagten sei ein einfaches 3-Sterne-Hotel garni, verfüge mithin nicht über einen gesonderten Gastronomiebereich. Auch insoweit ergäben sich mithin keinerlei Überschneidungen oder Verwechslungsmöglichkeiten.

Mit Urteil vom 3. August 2001 hat das Landgericht die Klage abgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt der Unterlassungsanspruch sei weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG gegeben (vgl. LG Hamburg, GRUR Int. 2002, 163 ff.).

Gegen dieses Urteil wendet sich die Klägerin mit der Berufung, die sie frist- und formgerecht eingelegt und begründet hat. Sie wiederholt und vertieft ihr gesamtes erstinstanzliches Vorbringen.

Die Klägerin beantragt,

- unter Abänderung des am 3. August 2001 verkündeten Urteils des Landgerichts Hamburg, Az.: 416 O 294/00, die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,00 ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,
- a. im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „Hotel M.....E“ zu bedienen;
 - b. sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen,

Sie verteidigt unter Bezugnahme auf ihren erstinstanzlichen Vortrag das angefochtene Urteil.

Auf den vorgetragenen Inhalt der zwischen den Parteien im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze, das Protokoll der Berufungsverhandlung vom 18. April 2002 sowie den Tatbestand und die Entscheidungsgründe des angefochtenen Urteils wird ergänzend Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Berufung der Klägerin ist zulässig, aber unbegründet.

I.

Gegenstand des Verbotstenors ist zum einen die Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland zur Bezeichnung des von der Beklagten in Kopenhagen (Königreich Dänemark) betriebenen Hotels (Klagantrag zu a). Eine Einschränkung auf die konkrete Verletzungsform, insbesondere auf den Versand des Hotelprospekts (Anlage B 1) auf Einzelanfrage nach Deutschland hat die Klägerin nicht vorgenommen.

Zum anderen ist Gegenstand des Verbotstenors die Verwendung der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird (Klagantrag zu b).

Eine ausdrückliche Erklärung dazu, in welchem Verhältnis die beiden Klaganträge zueinander stehen sollen, hat die Klägerin nicht abgegeben. Dem Klagvorbringen kann jedoch hinreichend sicher entnommen werden, daß die Klägerin ein alternatives Verbot begehrt, obwohl die dafür übliche sprachliche Verknüpfung „und/oder“ nicht vorgenommen worden ist.

II.

1.

Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, ergibt sich die internationale und örtliche Zuständigkeit des Gerichts aus Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ. Insoweit ist durch das Inkrafttreten der EuGVVO zum 1. März 2002 keine Änderung erfolgt, denn nach Art. 1 Abs. 3 EuGVVO gilt das EuGVÜ im Verhältnis zu Dänemark fort. Von Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ werden auch die quasideliktischen Tatbestände des Kennzeichen- und Wettbewerbsrechts erfaßt (OLG Karlsruhe MMR, 607 – bad-wildbad.com; LG Düsseldorf NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de; BGH NJW 1988, 1466, 1467 –AGIA; LG München I, CR 2000, 464, 465 – intershopping.com).

Ort der unerlaubten Handlung ist bei Kennzeichenverletzungen durch das Internet jeder Ort, an dem die Internet-Domain abgerufen werden kann (KG Berlin, NJW 1997, 3321 – concert.concept.com; LG Düsseldorf, NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de). Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, können die im Internet abrufbaren Web-Sites nicht im Wege technischer Maßnahmen auf einzelne Empfängerländer beschränkt werden. Daher sind sie regelmäßig auch in der Bundesrepublik Deutschland, und damit auch in Hamburg abrufbar. Somit ist die Zuständigkeit der Hamburger Gerichte eröffnet.

2.

Die Berufung der Klägerin ist jedoch hinsichtlich beider Klaganträge unbegründet, denn ihr stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG zu.

Gemäß dem deutschen internationalen Privatrecht ist auf den hier zur Beurteilung stehenden Sachverhalt der Grundsatz der lex loci protectionis anzuwenden (Schutzlandprinzip). Danach ist bei der Verletzung von Immaterialrechtsgütern das Recht des Staates anwendbar, für dessen Gebiet Schutz in Anspruch genommen wird (BGH, GRUR 1998, 427, 429 –Spielbankaffaire; BGH GRUR Int. 1994, 1044, 1045 –Folgerecht bei Auslandsbezug; BGH, GRUR Int. 1993, 257, 258 -Alf). Es kommt mithin deutsches Recht zur Anwendung.

a.

Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 4 Nr. 1, 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 MarkenG nicht zu.

Zwar ist die Bezeichnung „M.....“ hinreichend unterscheidungskräftig, denn auch als Bezeichnung für ein am Meer oder in unmittelbarer Nähe zum Meer gelegenes Hotel kommt der Marke der Klägerin zumindest geringe Unterscheidungskraft zu (vgl. BGH, GRUR 1989, 449, 450 -M.....). Dem stehen auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten anderer Hotels nicht entgegen, in deren Namen ebenfalls der Bestandteil „M.....“ enthalten ist (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Zum einen handelt es sich ausschließlich um Hotels, welche im Ausland belegen sind. Da es jedoch auf die Benutzungslage in der Bundesrepublik Deutschland ankommt, sind die vorgelegten Internet-Ausdrücke nicht geeignet, die Unterscheidungskraft der Bezeichnung „M.....“ im Inland in Zweifel zu ziehen. Zum anderen käme es für die weitere Beurteilung maßgeblich auf die Frage an, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über die prioritätsälteren Rechte verfügen. Dazu ist nichts vorgetragen worden.

Auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten, deren Domains den Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“ enthalten (Anlagenkonvolute B 21 und B 22), stehen der Unterscheidungskraft der klägerischen Bezeichnung nicht entgegen. Soweit unter diesen Domains überhaupt Hotels beworben werden, liegen diese ebenfalls im Ausland und es ist nicht ersichtlich, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über prioritätsältere Rechte verfügen. Dazu hat die Beklagte nicht hinreichend substantiiert vorgetragen.

Kennzeichenrechtliche Ansprüche kommen, wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, nur dann in Betracht, wenn eine Verletzungshandlung im räumlichen Schutzbereich der Marke (bzw. der geschäftlichen Bezeichnung) begangen worden ist. Da die Versendung der Hotelprospekte sowie die Bereitstellung der Homepage der Beklagten von dem Gebiet Dänemarks ausgehen, ist festzustellen, inwieweit diese Handlungen Relevanz im Inland, d.h. in der Bundesrepublik Deutschland entfalten können.

Die Verbreitung eines Werbeprospekts für eine patentierte Vorrichtung im Ausland hat die Rechtsprechung als zulässig erachtet (OLG Karlsruhe GRUR 1980, 784, 785 –Laminiermaschine; zustimmend kommentiert von Benkard, Patengesetz, 9. Auflage, 1993, § 9 PatG Rn. 12). Wann eine Konstellation mit hinreichendem Inlandbezug gegeben ist, ist von der Rechtsprechung jedoch bislang nicht abschließend geklärt worden. Die vorliegenden grenzüberschreitenden Entscheidungen betreffen sämtlich Fälle, in denen die Auslieferung der Ware oder die Erbringung der Dienstleistung im Inland erfolgen konnte (BGH, GRUR 1971, 153, 154 –Tampax; KG Berlin, NJW 1997, 3321 –concert.concept.com; LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 236, 237 – Tannenzeichen). Der vorliegende Fall unterscheidet sich mithin in einem wesentlichen Punkt von den bereits entschiedenen Fällen. Denn die Beklagte kann ihre Dienstleistung nur am Standort ihres Hotels in Kopenhagen (Königreich Dänemark) erbringen, nicht jedoch im räumlichen Schutzbereich der klägerischen Marke, in der Bundesrepublik Deutschland.

Als Anknüpfungspunkte für einen Inlandsbezug kommen jedoch nicht nur das Anbieten und Inverkehrbringen gekennzeichneteter Waren und Dienstleistungen im Inland in Betracht, sondern auch jedes andere im Inland wahrnehmbare Verhalten, insbesondere entsprechende werbliche Aktivitäten. Das Landgericht hat dazu unter Berufung auf eine im Schrifttum im Vordringen begriffenen Ansicht (Ingerl/Rohnke, MarkenG, 1998, § 14 Rn. 31, § 15 Rn. 19; Bettinger/Thum, Territoriales Markenrecht im Global Village, GRUR Int. 1999, 672; Omsels, Die Kennzeichenrechte im Internet, GRUR 1997, 337; Völker/Weidert, Domain-Namen im Internet, WRP 1997, 662) ausgeführt, daß die bloße Empfangsmöglichkeit ausländischer Inhalte nicht ausreichend sei. Vielmehr müsse , insbesondere bei

Zeichenbenutzungen im Internet, die in Deutschland abrufbar, aber im Ausland veranlaßt seien, ein darüber hinaus gehender besonderer Inlandsbezug gegeben sein.

Dieser Ansicht ist aus den vom Landgericht genannten Gründen zuzustimmen. Aufgrund der technisch bedingten weltweiten Abrufbarkeit würde bei anderer Sichtweise jede Kennzeichenbenutzung im Internet, sei es als Domain-Name, sei es als Online-Inhalt, eine Verletzungshandlung im Inland begründen. Damit würde das Markenrecht -entgegen dem Territorialitätsprinzip- einen räumlich unbegrenzten Kennzeichenschutz gewähren. Ein solcher unbegrenzter Kennzeichenschutz hätte weiter zur Folge, daß die Inhaber verwechslungsfähiger Kennzeichen, die Schutz für verschiedenen Länder in Anspruch nehmen können, sich gegenseitig die Benutzung ihrer Kennzeichen im Internet verbieten lassen könnten. Die damit verbundene gegenseitige Blockade würde dazu führen, daß die jeweiligen Kennzeichen im Internet nicht mehr benutzt werden könnten. Die Kennzeicheninhaber wären daher gezwungen im Internet andere, weniger aussagekräftige Begriffe zu verwenden. Die damit verbundenen Folgen sind weder interessengerecht, noch angemessen.

Eine sachgerechte Lösung ist deshalb im Wege einer Gesamtabwägung der für- und widerstreitenden Interessen im Einzelfall zu erzielen (LG Mannheim GRUR Int. 1968, 237 – Tannenzeichen). Dabei ist auf die Schutzbedürftigkeit des Kennzeicheninhabers einerseits und die Zumutbarkeit für den Werbenden, gemessen an der Intensität des Inlandsbezugs, andererseits abzustellen (LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 237 –Tannenzeichen).

Für einen deutlichen Inlandbezug spricht im vorliegenden Fall der Umstand, daß die Beklagte ihre Hotel-Informationen im Internet in deutscher Sprache zur Verfügung stellt und darüber hinaus die Möglichkeit einer Online-Buchung eröffnet. Sie wendet sich mithin gezielt auch an deutsche Internetnutzer. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß im Hotelgewerbe die Verwendung mehrsprachiger Informationen, auch im Hinblick auf die vor Ort befindlichen ausländischen Hotelgäste, verbreitet und üblich ist.

Gegen einen hinreichenden Inlandsbezug spricht jedoch ganz maßgeblich der Umstand, daß die Beklagte ihre Hoteldienstleistung nur in Kopenhagen (Königreich Dänemark), mithin nicht in der Bundesrepublik Deutschland erbringen kann. Zwar hat die Klägerin zutreffend darauf hingewiesen, daß beide Parteien Hoteldienstleistungen anböten, und die Kunden der Beklagten -jedenfalls potentiell- auch die Hotels der Klägerin in Anspruch nehmen könnten. Die

wirtschaftlichen Auswirkungen auf die geschäftliche Tätigkeit der Klägerin in Deutschland sind jedoch angesichts der Lage des Hotels der Beklagten in Kopenhagen nur marginal.

Dies gilt nicht nur hinsichtlich der Internetwerbung der Beklagten, sondern auch hinsichtlich weiterer Werbemaßnahmen, wie beispielsweise die Versendung von Werbeprospekten und die Beantwortung von Einzelanfragen aus der Bundesrepublik Deutschland.

Bei einer Gesamtschau der vorgenannten Umstände überwiegen die Aspekte, die gegen einen hinreichenden Inlandsbezug der geschäftlichen Aktivitäten der Beklagten sprechen.

b.

Gleiches gilt auch hinsichtlich des Anspruchs aus §§ 5 Abs. 2 S. 1, 15 Abs. 2, Abs. 4 MarkenG. Insoweit wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen.

c.

Auch der gemäß §§ 1, 3 UWG geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu a) ist unbegründet. Auch insoweit ist ein hinreichender Inlandsbezug erforderlich, der -wie vorstehend ausgeführt- nicht vorliegt.

Die Berufung der Klägerin war daher vollumfänglich zurückzuweisen.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO. Der Ausspruch zur sofortigen Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

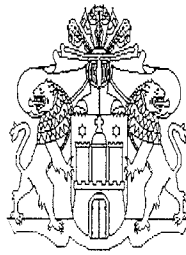
Die Revision war gemäß § 543 ZPO n.F. zuzulassen. Die Sache ist von grundsätzlicher Bedeutung und geht über die Anwendung der anerkannten Grundsätze der Rechtsprechung auf den konkreten Einzelfall hinaus. Die Zulassung der Revision erfolgt im Hinblick darauf, daß im vorliegenden Fall Rechtsfragen zur Entscheidung stehen, die bisher nicht Gegenstand höchstrichterlicher Entscheidungen waren.

Brüning

RiOLG v. Franqué befindet
sich im Urlaub und kann nicht
unterschreiben

Terschlüssen

Brüning



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

URTEIL

IM NAMEN DES VOLKES

3 U 312/01
416 O 294/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
2. Mai 2002

M..... **mbH**, vertreten durch den
Geschäftsführer, ,

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin, Berufungsklägerin,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

mitwirkende Patentanwältin:
Dr.,

gegen

D....., vertreten durch ihren Direktor

Beklagte, Berufungsbeklagte,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, von Franqué, Terschlüssen

nach der am 18. April 2002 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht
erkannt:

Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Kammer 16 für Handelssachen, vom 3. August 2001 wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Berufung fallen der Klägerin zur Last.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 6.000,00 abwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Gegen dieses Urteil wird das Rechtsmittel der Revision zugelassen.

und beschlossen:

Der Streitwert wird auch für das Berufungsverfahren auf € 255.646,00
(= DM 500.000,00) festgesetzt.

Tatbestand

Die Klägerin nimmt die Beklagte aus der Marke „M.....“ auf Unterlassung in Anspruch.

Die Klägerin betreibt eine große deutsche Hotelkette mit rund 40 Hotels und ist Inhaberin der deutschen Marken „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr. DE 1.....), „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 (Nr.: 2.....) und „M.....“ mit Priorität vom 15. Januar 1991 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr.: DE 2.....) sowie der Gemeinschaftsmarke „M.....“ mit Priorität vom 1. April 1996 (Nr.: EU 3.....) mit Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (vgl. Anlagenkonvolut K 1). Sie benutzt seit Anfang der 70er Jahre die Angabe „M.....“ zur Bezeichnung ihres Geschäftsbetriebes.

Die Beklagte betreibt seit 1994 in Kopenhagen ein Hotel-Garni unter der Bezeichnung „HOTEL M.....E“. Sie wirbt gegenüber Adressaten in der Bundesrepublik Deutschland mit einem mehrsprachigen Hotelprospekt, welcher u.a. auch in deutscher Sprache gehalten ist. Auf Anfrage wird dieser Hotelprospekt mit einem Anschreiben in englischer Sprache auch nach Deutschland versandt (Anlagen K 2 und B 1). Darüber hinaus unterhält die Beklagte seit 1996 die Domain www.hotel-M.....e.dk. Über ihre Homepage bietet sie neben Angaben in dänischer und englischer Sprache auch deutschsprachige Informationen zu ihrem Hotel an. Zudem besteht die Möglichkeit, in deutscher Sprache Online-Reservierungen und -Buchungen vorzunehmen (Anlagen K 3, B 2 und K 6).

Die Beklagte ist Inhaberin der dänischen Marke „HOTEL M.....E“ (Nr.: VR 2.....) mit Priorität vom 4. November 1999. Die Klägerin hatte zunächst unter Berufung auf ihre Gemeinschaftsmarke (Nr. EU.3.....) Widerspruch gegen die Eintragung dieser dänischen Marke eingelegt. Daraufhin kündigte die Beklagte an, sie werde die Löschung der Gemeinschaftsmarke der Klägerin im Hinblick auf ihre in Dänemark prioritätsältere Geschäftsbezeichnung betreiben. Nachfolgend nahm die Klägerin ihren Widerspruch gegen die Eintragung der dänischen Marke der Beklagten zurück (Anlagenkonvolut B 4) .

Die Klägerin ließ die Beklagte mit Schreiben vom 30 August 2000 unter Fristsetzung zum 15. September 2000 abmahnen. Zur Begründung des geltend Unterlassungsbegehrens vertrat sie die Ansicht, die Bewerbung des Hotel M.....e durch Übersendung des deutschsprachigen Hotelprospekts nach Deutschland sowie die Bewerbung des Hotels in deutscher Sprache über die Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk verstoße gegen die Markenrechte der Klägerin nach §§ 14, 15 MarkenG (Anlage K 5). Die Beklagte ließ mit

Schreiben ihrer Patentanwälte vom 14. September 2000 die geltend gemachten Ansprüche zurückweisen (Anlage K 4).

Daraufhin erhob die Klägerin am 7. November 2000 Klage zum Landgericht Hamburg.

Die Klägerin vertrat die Ansicht, das Verhalten der Beklagten verletze ihre prioritätsälteren Rechte an der Marke „M.....“. Es bestehe ein hinreichender Inlandsbezug. Der Umstand, daß die Beklagte ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen erbringe, stehe dem nicht entgegen. Der Umstand, daß die Beklagte in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch deutschsprachige Hinweise gebe, und daß sie im Internet auch deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche aus. Zwar sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „.dk“ verzeichnet, sie könne jedoch weltweit und mithin auch in Deutschland abgerufen werden. Das Angebot wende sich, insbesondere bei Berücksichtigung der in deutscher Sprache abgefassten und nach Deutschland gegebenen Informationen, an den deutschen Markt. Zudem bestehe Verwechslungsgefahr, da die Bezeichnung „M.....“ unterscheidungskräftig, die Bezeichnungen der Parteien sehr ähnlich und die Dienstleistungen identisch seien.

Darüber hinaus stelle das Vorgehen der Beklagten einen Verstoß gegen § 1 UWG dar, weil sie den guten Ruf der Klägerin in unlauterer Weise für sich ausnutze. Auch ein Verstoß gegen § 3 UWG sei gegeben, weil deutsche Adressaten aufgrund der Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu der falschen Annahme gebracht würden, Inhaberin dieses Hotels sei die Klägerin.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen

- a) im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu bedienen,
- b) sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domain-Namen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Zuständigkeit der deutschen Gerichtsbarkeit hinsichtlich des Klagantrages zu b) gerügt. Sie hat weiter die Ansicht vertreten, sie verstoße weder gegen Firmen-, noch gegen Markenrechte der Klägerin. Auch handele sie nicht wettbewerbswidrig.

Hinsichtlich der streitgegenständlichen Verhaltensweisen fehle ein hinreichender Inlandsbezug. Entscheidend sei, daß sie ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen, also in Dänemark erbringe. Allein der Umstand, daß sie in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch Hinweise in deutscher Sprache gebe, und daß sie auch im Internet u.a. deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche nicht aus. Zudem sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „dk“ verzeichnet. Das belege, daß das Angebot sich in erster Linie an den dänischen Markt richte.

Es bestehe auch keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ habe für ein an oder nahe der See gelegenes oder mit der See in sonstiger Weise verbundenes Hotel rein beschreibenden Charakter und sei deshalb ausgesprochen kennzeichnungsschwach. Der Schutzbereich der klägerischen Marke sei deshalb sehr eng. Darüber hinaus sei diese Bezeichnung durch eine Vielzahl von Drittbenutzungen „verbraucht“ (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Daneben gebe es eine Vielzahl von Internet-Domains mit dem Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“. Unter diesen Domains würden zumindest zum Teil Hotels beworben (Anlagenkonvolute B 21 und B 22). Da die Verwendung der Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ weit verbreitet sei, lasse sie keinerlei Schlüsse auf die Herkunft der unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren oder Dienstleistungen zu. Daher seien die Internet-Nutzer daran gewöhnt, sehr genau zu unterscheiden, wessen Angebot sie gerade vor sich hätten. Eine Gefahr der Verwechslung bestehe deshalb nicht.

Zudem verwendeten die Parteien des vorliegenden Rechtsstreits ihre jeweiligen Marken nur im Zusammenhang mit speziellen grafischen Elementen. Die Klägerin verwende ihre Marke nur in Zusammenhang mit dem für sie geschützten Logo dreier Segel, während die Beklagte regelmäßig das Logo eines Ankers benutze. Schließlich sei auch zu berücksichtigen, daß die Hotels der Parteien von gänzlich unterschiedlichem Zuschnitt seien. Bei den M.....-Hotels der Klägerin handele es sich um Hotels, die mindestens der 4-Sterne-Kategorie angehörten und über entsprechende Gastronomieeinrichtungen verfügten. Das Hotel der Beklagten sei ein einfaches 3-Sterne-Hotel garni, verfüge mithin nicht über einen gesonderten Gastronomiebereich. Auch insoweit ergäben sich mithin keinerlei Überschneidungen oder Verwechslungsmöglichkeiten.

Mit Urteil vom 3. August 2001 hat das Landgericht die Klage abgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt der Unterlassungsanspruch sei weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG gegeben (vgl. LG Hamburg, GRUR Int. 2002, 163 ff.).

Gegen dieses Urteil wendet sich die Klägerin mit der Berufung, die sie frist- und formgerecht eingelegt und begründet hat. Sie wiederholt und vertieft ihr gesamtes erstinstanzliches Vorbringen.

Die Klägerin beantragt,

- unter Abänderung des am 3. August 2001 verkündeten Urteils des Landgerichts Hamburg, Az.: 416 O 294/00, die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,00 ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,
- a. im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „Hotel M.....E“ zu bedienen;
 - b. sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen,

Sie verteidigt unter Bezugnahme auf ihren erstinstanzlichen Vortrag das angefochtene Urteil.

Auf den vorgetragenen Inhalt der zwischen den Parteien im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze, das Protokoll der Berufungsverhandlung vom 18. April 2002 sowie den Tatbestand und die Entscheidungsgründe des angefochtenen Urteils wird ergänzend Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Berufung der Klägerin ist zulässig, aber unbegründet.

I.

Gegenstand des Verbotstenors ist zum einen die Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland zur Bezeichnung des von der Beklagten in Kopenhagen (Königreich Dänemark) betriebenen Hotels (Klagantrag zu a). Eine Einschränkung auf die konkrete Verletzungsform, insbesondere auf den Versand des Hotelprospekts (Anlage B 1) auf Einzelanfrage nach Deutschland hat die Klägerin nicht vorgenommen.

Zum anderen ist Gegenstand des Verbotstenors die Verwendung der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird (Klagantrag zu b).

Eine ausdrückliche Erklärung dazu, in welchem Verhältnis die beiden Klaganträge zueinander stehen sollen, hat die Klägerin nicht abgegeben. Dem Klagvorbringen kann jedoch hinreichend sicher entnommen werden, daß die Klägerin ein alternatives Verbot begehrt, obwohl die dafür übliche sprachliche Verknüpfung „und/oder“ nicht vorgenommen worden ist.

II.

1.

Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, ergibt sich die internationale und örtliche Zuständigkeit des Gerichts aus Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ. Insoweit ist durch das Inkrafttreten der EuGVVO zum 1. März 2002 keine Änderung erfolgt, denn nach Art. 1 Abs. 3 EuGVVO gilt das EuGVÜ im Verhältnis zu Dänemark fort. Von Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ werden auch die quasideliktischen Tatbestände des Kennzeichen- und Wettbewerbsrechts erfaßt (OLG Karlsruhe MMR, 607 – bad-wildbad.com; LG Düsseldorf NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de; BGH NJW 1988, 1466, 1467 –AGIA; LG München I, CR 2000, 464, 465 – intershopping.com).

Ort der unerlaubten Handlung ist bei Kennzeichenverletzungen durch das Internet jeder Ort, an dem die Internet-Domain abgerufen werden kann (KG Berlin, NJW 1997, 3321 – concert.concept.com; LG Düsseldorf, NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de). Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, können die im Internet abrufbaren Web-Sites nicht im Wege technischer Maßnahmen auf einzelne Empfängerländer beschränkt werden. Daher sind sie regelmäßig auch in der Bundesrepublik Deutschland, und damit auch in Hamburg abrufbar. Somit ist die Zuständigkeit der Hamburger Gerichte eröffnet.

2.

Die Berufung der Klägerin ist jedoch hinsichtlich beider Klaganträge unbegründet, denn ihr stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG zu.

Gemäß dem deutschen internationalen Privatrecht ist auf den hier zur Beurteilung stehenden Sachverhalt der Grundsatz der lex loci protectionis anzuwenden (Schutzlandprinzip). Danach ist bei der Verletzung von Immaterialrechtsgütern das Recht des Staates anwendbar, für dessen Gebiet Schutz in Anspruch genommen wird (BGH, GRUR 1998, 427, 429 –Spielbankaffaire; BGH GRUR Int. 1994, 1044, 1045 –Folgerecht bei Auslandsbezug; BGH, GRUR Int. 1993, 257, 258 -Alf). Es kommt mithin deutsches Recht zur Anwendung.

a.

Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 4 Nr. 1, 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 MarkenG nicht zu.

Zwar ist die Bezeichnung „M.....“ hinreichend unterscheidungskräftig, denn auch als Bezeichnung für ein am Meer oder in unmittelbarer Nähe zum Meer gelegenes Hotel kommt der Marke der Klägerin zumindest geringe Unterscheidungskraft zu (vgl. BGH, GRUR 1989, 449, 450 -M.....). Dem stehen auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten anderer Hotels nicht entgegen, in deren Namen ebenfalls der Bestandteil „M.....“ enthalten ist (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Zum einen handelt es sich ausschließlich um Hotels, welche im Ausland belegen sind. Da es jedoch auf die Benutzungslage in der Bundesrepublik Deutschland ankommt, sind die vorgelegten Internet-Ausdrücke nicht geeignet, die Unterscheidungskraft der Bezeichnung „M.....“ im Inland in Zweifel zu ziehen. Zum anderen käme es für die weitere Beurteilung maßgeblich auf die Frage an, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über die prioritätsälteren Rechte verfügen. Dazu ist nichts vorgetragen worden.

Auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten, deren Domains den Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“ enthalten (Anlagenkonvolute B 21 und B 22), stehen der Unterscheidungskraft der klägerischen Bezeichnung nicht entgegen. Soweit unter diesen Domains überhaupt Hotels beworben werden, liegen diese ebenfalls im Ausland und es ist nicht ersichtlich, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über prioritätsältere Rechte verfügen. Dazu hat die Beklagte nicht hinreichend substantiiert vorgetragen.

Kennzeichenrechtliche Ansprüche kommen, wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, nur dann in Betracht, wenn eine Verletzungshandlung im räumlichen Schutzbereich der Marke (bzw. der geschäftlichen Bezeichnung) begangen worden ist. Da die Versendung der Hotelprospekte sowie die Bereitstellung der Homepage der Beklagten von dem Gebiet Dänemarks ausgehen, ist festzustellen, inwieweit diese Handlungen Relevanz im Inland, d.h. in der Bundesrepublik Deutschland entfalten können.

Die Verbreitung eines Werbeprospekts für eine patentierte Vorrichtung im Ausland hat die Rechtsprechung als zulässig erachtet (OLG Karlsruhe GRUR 1980, 784, 785 –Laminiermaschine; zustimmend kommentiert von Benkard, Patengesetz, 9. Auflage, 1993, § 9 PatG Rn. 12). Wann eine Konstellation mit hinreichendem Inlandbezug gegeben ist, ist von der Rechtsprechung jedoch bislang nicht abschließend geklärt worden. Die vorliegenden grenzüberschreitenden Entscheidungen betreffen sämtlich Fälle, in denen die Auslieferung der Ware oder die Erbringung der Dienstleistung im Inland erfolgen konnte (BGH, GRUR 1971, 153, 154 –Tampax; KG Berlin, NJW 1997, 3321 –concert.concept.com; LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 236, 237 – Tannenzeichen). Der vorliegende Fall unterscheidet sich mithin in einem wesentlichen Punkt von den bereits entschiedenen Fällen. Denn die Beklagte kann ihre Dienstleistung nur am Standort ihres Hotels in Kopenhagen (Königreich Dänemark) erbringen, nicht jedoch im räumlichen Schutzbereich der klägerischen Marke, in der Bundesrepublik Deutschland.

Als Anknüpfungspunkte für einen Inlandsbezug kommen jedoch nicht nur das Anbieten und Inverkehrbringen gekennzeichneteter Waren und Dienstleistungen im Inland in Betracht, sondern auch jedes andere im Inland wahrnehmbare Verhalten, insbesondere entsprechende werbliche Aktivitäten. Das Landgericht hat dazu unter Berufung auf eine im Schrifttum im Vordringen begriffenen Ansicht (Ingerl/Rohnke, MarkenG, 1998, § 14 Rn. 31, § 15 Rn. 19; Bettinger/Thum, Territoriales Markenrecht im Global Village, GRUR Int. 1999, 672; Omsels, Die Kennzeichenrechte im Internet, GRUR 1997, 337; Völker/Weidert, Domain-Namen im Internet, WRP 1997, 662) ausgeführt, daß die bloße Empfangsmöglichkeit ausländischer Inhalte nicht ausreichend sei. Vielmehr müsse , insbesondere bei

Zeichenbenutzungen im Internet, die in Deutschland abrufbar, aber im Ausland veranlaßt seien, ein darüber hinaus gehender besonderer Inlandsbezug gegeben sein.

Dieser Ansicht ist aus den vom Landgericht genannten Gründen zuzustimmen. Aufgrund der technisch bedingten weltweiten Abrufbarkeit würde bei anderer Sichtweise jede Kennzeichenbenutzung im Internet, sei es als Domain-Name, sei es als Online-Inhalt, eine Verletzungshandlung im Inland begründen. Damit würde das Markenrecht -entgegen dem Territorialitätsprinzip- einen räumlich unbegrenzten Kennzeichenschutz gewähren. Ein solcher unbegrenzter Kennzeichenschutz hätte weiter zur Folge, daß die Inhaber verwechslungsfähiger Kennzeichen, die Schutz für verschiedenen Länder in Anspruch nehmen können, sich gegenseitig die Benutzung ihrer Kennzeichen im Internet verbieten lassen könnten. Die damit verbundene gegenseitige Blockade würde dazu führen, daß die jeweiligen Kennzeichen im Internet nicht mehr benutzt werden könnten. Die Kennzeicheninhaber wären daher gezwungen im Internet andere, weniger aussagekräftige Begriffe zu verwenden. Die damit verbundenen Folgen sind weder interessengerecht, noch angemessen.

Eine sachgerechte Lösung ist deshalb im Wege einer Gesamtabwägung der für- und widerstreitenden Interessen im Einzelfall zu erzielen (LG Mannheim GRUR Int. 1968, 237 – Tannenzeichen). Dabei ist auf die Schutzbedürftigkeit des Kennzeicheninhabers einerseits und die Zumutbarkeit für den Werbenden, gemessen an der Intensität des Inlandsbezugs, andererseits abzustellen (LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 237 –Tannenzeichen).

Für einen deutlichen Inlandbezug spricht im vorliegenden Fall der Umstand, daß die Beklagte ihre Hotel-Informationen im Internet in deutscher Sprache zur Verfügung stellt und darüber hinaus die Möglichkeit einer Online-Buchung eröffnet. Sie wendet sich mithin gezielt auch an deutsche Internetnutzer. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß im Hotelgewerbe die Verwendung mehrsprachiger Informationen, auch im Hinblick auf die vor Ort befindlichen ausländischen Hotelgäste, verbreitet und üblich ist.

Gegen einen hinreichenden Inlandsbezug spricht jedoch ganz maßgeblich der Umstand, daß die Beklagte ihre Hoteldienstleistung nur in Kopenhagen (Königreich Dänemark), mithin nicht in der Bundesrepublik Deutschland erbringen kann. Zwar hat die Klägerin zutreffend darauf hingewiesen, daß beide Parteien Hoteldienstleistungen anböten, und die Kunden der Beklagten -jedenfalls potentiell- auch die Hotels der Klägerin in Anspruch nehmen könnten. Die

wirtschaftlichen Auswirkungen auf die geschäftliche Tätigkeit der Klägerin in Deutschland sind jedoch angesichts der Lage des Hotels der Beklagten in Kopenhagen nur marginal.

Dies gilt nicht nur hinsichtlich der Internetwerbung der Beklagten, sondern auch hinsichtlich weiterer Werbemaßnahmen, wie beispielsweise die Versendung von Werbeprospekten und die Beantwortung von Einzelanfragen aus der Bundesrepublik Deutschland.

Bei einer Gesamtschau der vorgenannten Umstände überwiegen die Aspekte, die gegen einen hinreichenden Inlandsbezug der geschäftlichen Aktivitäten der Beklagten sprechen.

b.

Gleiches gilt auch hinsichtlich des Anspruchs aus §§ 5 Abs. 2 S. 1, 15 Abs. 2, Abs. 4 MarkenG. Insoweit wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen.

c.

Auch der gemäß §§ 1, 3 UWG geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu a) ist unbegründet. Auch insoweit ist ein hinreichender Inlandsbezug erforderlich, der -wie vorstehend ausgeführt- nicht vorliegt.

Die Berufung der Klägerin war daher vollumfänglich zurückzuweisen.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO. Der Ausspruch zur sofortigen Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Die Revision war gemäß § 543 ZPO n.F. zuzulassen. Die Sache ist von grundsätzlicher Bedeutung und geht über die Anwendung der anerkannten Grundsätze der Rechtsprechung auf den konkreten Einzelfall hinaus. Die Zulassung der Revision erfolgt im Hinblick darauf, daß im vorliegenden Fall Rechtsfragen zur Entscheidung stehen, die bisher nicht Gegenstand höchstrichterlicher Entscheidungen waren.

Brüning

RiOLG v. Franqué befindet sich im Urlaub und kann nicht unterschreiben Terschlüssen

Brüning



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

URTEIL

IM NAMEN DES VOLKES

3 U 312/01
416 O 294/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
2. Mai 2002

M..... **mbH**, vertreten durch den
Geschäftsführer, ,

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin, Berufungsklägerin,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

mitwirkende Patentanwältin:
Dr.,

gegen

D....., vertreten durch ihren Direktor

Beklagte, Berufungsbeklagte,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, von Franqué, Terschlüssen

nach der am 18. April 2002 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht
erkannt:

Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Kammer 16 für Handelssachen, vom 3. August 2001 wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Berufung fallen der Klägerin zur Last.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 6.000,00 abwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Gegen dieses Urteil wird das Rechtsmittel der Revision zugelassen.

und beschlossen:

Der Streitwert wird auch für das Berufungsverfahren auf € 255.646,00
(= DM 500.000,00) festgesetzt.

Tatbestand

Die Klägerin nimmt die Beklagte aus der Marke „M.....“ auf Unterlassung in Anspruch.

Die Klägerin betreibt eine große deutsche Hotelkette mit rund 40 Hotels und ist Inhaberin der deutschen Marken „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr. DE 1.....), „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 (Nr.: 2.....) und „M.....“ mit Priorität vom 15. Januar 1991 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr.: DE 2.....) sowie der Gemeinschaftsmarke „M.....“ mit Priorität vom 1. April 1996 (Nr.: EU 3.....) mit Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (vgl. Anlagenkonvolut K 1). Sie benutzt seit Anfang der 70er Jahre die Angabe „M.....“ zur Bezeichnung ihres Geschäftsbetriebes.

Die Beklagte betreibt seit 1994 in Kopenhagen ein Hotel-Garni unter der Bezeichnung „HOTEL M.....E“. Sie wirbt gegenüber Adressaten in der Bundesrepublik Deutschland mit einem mehrsprachigen Hotelprospekt, welcher u.a. auch in deutscher Sprache gehalten ist. Auf Anfrage wird dieser Hotelprospekt mit einem Anschreiben in englischer Sprache auch nach Deutschland versandt (Anlagen K 2 und B 1). Darüber hinaus unterhält die Beklagte seit 1996 die Domain www.hotel-M.....e.dk. Über ihre Homepage bietet sie neben Angaben in dänischer und englischer Sprache auch deutschsprachige Informationen zu ihrem Hotel an. Zudem besteht die Möglichkeit, in deutscher Sprache Online-Reservierungen und -Buchungen vorzunehmen (Anlagen K 3, B 2 und K 6).

Die Beklagte ist Inhaberin der dänischen Marke „HOTEL M.....E“ (Nr.: VR 2.....) mit Priorität vom 4. November 1999. Die Klägerin hatte zunächst unter Berufung auf ihre Gemeinschaftsmarke (Nr. EU.3.....) Widerspruch gegen die Eintragung dieser dänischen Marke eingelegt. Daraufhin kündigte die Beklagte an, sie werde die Löschung der Gemeinschaftsmarke der Klägerin im Hinblick auf ihre in Dänemark prioritätsältere Geschäftsbezeichnung betreiben. Nachfolgend nahm die Klägerin ihren Widerspruch gegen die Eintragung der dänischen Marke der Beklagten zurück (Anlagenkonvolut B 4) .

Die Klägerin ließ die Beklagte mit Schreiben vom 30 August 2000 unter Fristsetzung zum 15. September 2000 abmahnen. Zur Begründung des geltend Unterlassungsbegehrens vertrat sie die Ansicht, die Bewerbung des Hotel M.....e durch Übersendung des deutschsprachigen Hotelprospekts nach Deutschland sowie die Bewerbung des Hotels in deutscher Sprache über die Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk verstoße gegen die Markenrechte der Klägerin nach §§ 14, 15 MarkenG (Anlage K 5). Die Beklagte ließ mit

Schreiben ihrer Patentanwälte vom 14. September 2000 die geltend gemachten Ansprüche zurückweisen (Anlage K 4).

Daraufhin erhob die Klägerin am 7. November 2000 Klage zum Landgericht Hamburg.

Die Klägerin vertrat die Ansicht, das Verhalten der Beklagten verletze ihre prioritätsälteren Rechte an der Marke „M.....“. Es bestehe ein hinreichender Inlandsbezug. Der Umstand, daß die Beklagte ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen erbringe, stehe dem nicht entgegen. Der Umstand, daß die Beklagte in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch deutschsprachige Hinweise gebe, und daß sie im Internet auch deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche aus. Zwar sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „.dk“ verzeichnet, sie könne jedoch weltweit und mithin auch in Deutschland abgerufen werden. Das Angebot wende sich, insbesondere bei Berücksichtigung der in deutscher Sprache abgefassten und nach Deutschland gegebenen Informationen, an den deutschen Markt. Zudem bestehe Verwechslungsgefahr, da die Bezeichnung „M.....“ unterscheidungskräftig, die Bezeichnungen der Parteien sehr ähnlich und die Dienstleistungen identisch seien.

Darüber hinaus stelle das Vorgehen der Beklagten einen Verstoß gegen § 1 UWG dar, weil sie den guten Ruf der Klägerin in unlauterer Weise für sich ausnutze. Auch ein Verstoß gegen § 3 UWG sei gegeben, weil deutsche Adressaten aufgrund der Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu der falschen Annahme gebracht würden, Inhaberin dieses Hotels sei die Klägerin.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen

- a) im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu bedienen,
- b) sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domain-Namen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Zuständigkeit der deutschen Gerichtsbarkeit hinsichtlich des Klagantrages zu b) gerügt. Sie hat weiter die Ansicht vertreten, sie verstoße weder gegen Firmen-, noch gegen Markenrechte der Klägerin. Auch handele sie nicht wettbewerbswidrig.

Hinsichtlich der streitgegenständlichen Verhaltensweisen fehle ein hinreichender Inlandsbezug. Entscheidend sei, daß sie ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen, also in Dänemark erbringe. Allein der Umstand, daß sie in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch Hinweise in deutscher Sprache gebe, und daß sie auch im Internet u.a. deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche nicht aus. Zudem sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „dk“ verzeichnet. Das belege, daß das Angebot sich in erster Linie an den dänischen Markt richte.

Es bestehe auch keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ habe für ein an oder nahe der See gelegenes oder mit der See in sonstiger Weise verbundenes Hotel rein beschreibenden Charakter und sei deshalb ausgesprochen kennzeichnungsschwach. Der Schutzbereich der klägerischen Marke sei deshalb sehr eng. Darüber hinaus sei diese Bezeichnung durch eine Vielzahl von Drittbenutzungen „verbraucht“ (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Daneben gebe es eine Vielzahl von Internet-Domains mit dem Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“. Unter diesen Domains würden zumindest zum Teil Hotels beworben (Anlagenkonvolute B 21 und B 22). Da die Verwendung der Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ weit verbreitet sei, lasse sie keinerlei Schlüsse auf die Herkunft der unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren oder Dienstleistungen zu. Daher seien die Internet-Nutzer daran gewöhnt, sehr genau zu unterscheiden, wessen Angebot sie gerade vor sich hätten. Eine Gefahr der Verwechslung bestehe deshalb nicht.

Zudem verwendeten die Parteien des vorliegenden Rechtsstreits ihre jeweiligen Marken nur im Zusammenhang mit speziellen grafischen Elementen. Die Klägerin verwende ihre Marke nur in Zusammenhang mit dem für sie geschützten Logo dreier Segel, während die Beklagte regelmäßig das Logo eines Ankers benutze. Schließlich sei auch zu berücksichtigen, daß die Hotels der Parteien von gänzlich unterschiedlichem Zuschnitt seien. Bei den M.....-Hotels der Klägerin handele es sich um Hotels, die mindestens der 4-Sterne-Kategorie angehörten und über entsprechende Gastronomieeinrichtungen verfügten. Das Hotel der Beklagten sei ein einfaches 3-Sterne-Hotel garni, verfüge mithin nicht über einen gesonderten Gastronomiebereich. Auch insoweit ergäben sich mithin keinerlei Überschneidungen oder Verwechslungsmöglichkeiten.

Mit Urteil vom 3. August 2001 hat das Landgericht die Klage abgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt der Unterlassungsanspruch sei weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG gegeben (vgl. LG Hamburg, GRUR Int. 2002, 163 ff.).

Gegen dieses Urteil wendet sich die Klägerin mit der Berufung, die sie frist- und formgerecht eingelegt und begründet hat. Sie wiederholt und vertieft ihr gesamtes erstinstanzliches Vorbringen.

Die Klägerin beantragt,

- unter Abänderung des am 3. August 2001 verkündeten Urteils des Landgerichts Hamburg, Az.: 416 O 294/00, die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,00 ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,
- a. im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „Hotel M.....E“ zu bedienen;
 - b. sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen,

Sie verteidigt unter Bezugnahme auf ihren erstinstanzlichen Vortrag das angefochtene Urteil.

Auf den vorgetragenen Inhalt der zwischen den Parteien im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze, das Protokoll der Berufungsverhandlung vom 18. April 2002 sowie den Tatbestand und die Entscheidungsgründe des angefochtenen Urteils wird ergänzend Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Berufung der Klägerin ist zulässig, aber unbegründet.

I.

Gegenstand des Verbotstenors ist zum einen die Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland zur Bezeichnung des von der Beklagten in Kopenhagen (Königreich Dänemark) betriebenen Hotels (Klagantrag zu a). Eine Einschränkung auf die konkrete Verletzungsform, insbesondere auf den Versand des Hotelprospekts (Anlage B 1) auf Einzelanfrage nach Deutschland hat die Klägerin nicht vorgenommen.

Zum anderen ist Gegenstand des Verbotstenors die Verwendung der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird (Klagantrag zu b).

Eine ausdrückliche Erklärung dazu, in welchem Verhältnis die beiden Klaganträge zueinander stehen sollen, hat die Klägerin nicht abgegeben. Dem Klagvorbringen kann jedoch hinreichend sicher entnommen werden, daß die Klägerin ein alternatives Verbot begehrt, obwohl die dafür übliche sprachliche Verknüpfung „und/oder“ nicht vorgenommen worden ist.

II.

1.

Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, ergibt sich die internationale und örtliche Zuständigkeit des Gerichts aus Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ. Insoweit ist durch das Inkrafttreten der EuGVVO zum 1. März 2002 keine Änderung erfolgt, denn nach Art. 1 Abs. 3 EuGVVO gilt das EuGVÜ im Verhältnis zu Dänemark fort. Von Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ werden auch die quasideliktischen Tatbestände des Kennzeichen- und Wettbewerbsrechts erfaßt (OLG Karlsruhe MMR, 607 – bad-wildbad.com; LG Düsseldorf NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de; BGH NJW 1988, 1466, 1467 –AGIA; LG München I, CR 2000, 464, 465 – intershopping.com).

Ort der unerlaubten Handlung ist bei Kennzeichenverletzungen durch das Internet jeder Ort, an dem die Internet-Domain abgerufen werden kann (KG Berlin, NJW 1997, 3321 – concert.concept.com; LG Düsseldorf, NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de). Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, können die im Internet abrufbaren Web-Sites nicht im Wege technischer Maßnahmen auf einzelne Empfängerländer beschränkt werden. Daher sind sie regelmäßig auch in der Bundesrepublik Deutschland, und damit auch in Hamburg abrufbar. Somit ist die Zuständigkeit der Hamburger Gerichte eröffnet.

2.

Die Berufung der Klägerin ist jedoch hinsichtlich beider Klaganträge unbegründet, denn ihr stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG zu.

Gemäß dem deutschen internationalen Privatrecht ist auf den hier zur Beurteilung stehenden Sachverhalt der Grundsatz der lex loci protectionis anzuwenden (Schutzlandprinzip). Danach ist bei der Verletzung von Immaterialrechtsgütern das Recht des Staates anwendbar, für dessen Gebiet Schutz in Anspruch genommen wird (BGH, GRUR 1998, 427, 429 –Spielbankaffaire; BGH GRUR Int. 1994, 1044, 1045 –Folgerecht bei Auslandsbezug; BGH, GRUR Int. 1993, 257, 258 -Alf). Es kommt mithin deutsches Recht zur Anwendung.

a.

Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 4 Nr. 1, 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 MarkenG nicht zu.

Zwar ist die Bezeichnung „M.....“ hinreichend unterscheidungskräftig, denn auch als Bezeichnung für ein am Meer oder in unmittelbarer Nähe zum Meer gelegenes Hotel kommt der Marke der Klägerin zumindest geringe Unterscheidungskraft zu (vgl. BGH, GRUR 1989, 449, 450 -M.....). Dem stehen auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten anderer Hotels nicht entgegen, in deren Namen ebenfalls der Bestandteil „M.....“ enthalten ist (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Zum einen handelt es sich ausschließlich um Hotels, welche im Ausland belegen sind. Da es jedoch auf die Benutzungslage in der Bundesrepublik Deutschland ankommt, sind die vorgelegten Internet-Ausdrücke nicht geeignet, die Unterscheidungskraft der Bezeichnung „M.....“ im Inland in Zweifel zu ziehen. Zum anderen käme es für die weitere Beurteilung maßgeblich auf die Frage an, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über die prioritätsälteren Rechte verfügen. Dazu ist nichts vorgetragen worden.

Auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten, deren Domains den Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“ enthalten (Anlagenkonvolute B 21 und B 22), stehen der Unterscheidungskraft der klägerischen Bezeichnung nicht entgegen. Soweit unter diesen Domains überhaupt Hotels beworben werden, liegen diese ebenfalls im Ausland und es ist nicht ersichtlich, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über prioritätsältere Rechte verfügen. Dazu hat die Beklagte nicht hinreichend substantiiert vorgetragen.

Kennzeichenrechtliche Ansprüche kommen, wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, nur dann in Betracht, wenn eine Verletzungshandlung im räumlichen Schutzbereich der Marke (bzw. der geschäftlichen Bezeichnung) begangen worden ist. Da die Versendung der Hotelprospekte sowie die Bereitstellung der Homepage der Beklagten von dem Gebiet Dänemarks ausgehen, ist festzustellen, inwieweit diese Handlungen Relevanz im Inland, d.h. in der Bundesrepublik Deutschland entfalten können.

Die Verbreitung eines Werbeprospekts für eine patentierte Vorrichtung im Ausland hat die Rechtsprechung als zulässig erachtet (OLG Karlsruhe GRUR 1980, 784, 785 –Laminiermaschine; zustimmend kommentiert von Benkard, Patengesetz, 9. Auflage, 1993, § 9 PatG Rn. 12). Wann eine Konstellation mit hinreichendem Inlandbezug gegeben ist, ist von der Rechtsprechung jedoch bislang nicht abschließend geklärt worden. Die vorliegenden grenzüberschreitenden Entscheidungen betreffen sämtlich Fälle, in denen die Auslieferung der Ware oder die Erbringung der Dienstleistung im Inland erfolgen konnte (BGH, GRUR 1971, 153, 154 –Tampax; KG Berlin, NJW 1997, 3321 –concert.concept.com; LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 236, 237 – Tannenzeichen). Der vorliegende Fall unterscheidet sich mithin in einem wesentlichen Punkt von den bereits entschiedenen Fällen. Denn die Beklagte kann ihre Dienstleistung nur am Standort ihres Hotels in Kopenhagen (Königreich Dänemark) erbringen, nicht jedoch im räumlichen Schutzbereich der klägerischen Marke, in der Bundesrepublik Deutschland.

Als Anknüpfungspunkte für einen Inlandsbezug kommen jedoch nicht nur das Anbieten und Inverkehrbringen gekennzeichneteter Waren und Dienstleistungen im Inland in Betracht, sondern auch jedes andere im Inland wahrnehmbare Verhalten, insbesondere entsprechende werbliche Aktivitäten. Das Landgericht hat dazu unter Berufung auf eine im Schrifttum im Vordringen begriffenen Ansicht (Ingerl/Rohnke, MarkenG, 1998, § 14 Rn. 31, § 15 Rn. 19; Bettinger/Thum, Territoriales Markenrecht im Global Village, GRUR Int. 1999, 672; Omsels, Die Kennzeichenrechte im Internet, GRUR 1997, 337; Völker/Weidert, Domain-Namen im Internet, WRP 1997, 662) ausgeführt, daß die bloße Empfangsmöglichkeit ausländischer Inhalte nicht ausreichend sei. Vielmehr müsse , insbesondere bei

Zeichenbenutzungen im Internet, die in Deutschland abrufbar, aber im Ausland veranlaßt seien, ein darüber hinaus gehender besonderer Inlandsbezug gegeben sein.

Dieser Ansicht ist aus den vom Landgericht genannten Gründen zuzustimmen. Aufgrund der technisch bedingten weltweiten Abrufbarkeit würde bei anderer Sichtweise jede Kennzeichenbenutzung im Internet, sei es als Domain-Name, sei es als Online-Inhalt, eine Verletzungshandlung im Inland begründen. Damit würde das Markenrecht -entgegen dem Territorialitätsprinzip- einen räumlich unbegrenzten Kennzeichenschutz gewähren. Ein solcher unbegrenzter Kennzeichenschutz hätte weiter zur Folge, daß die Inhaber verwechslungsfähiger Kennzeichen, die Schutz für verschiedenen Länder in Anspruch nehmen können, sich gegenseitig die Benutzung ihrer Kennzeichen im Internet verbieten lassen könnten. Die damit verbundene gegenseitige Blockade würde dazu führen, daß die jeweiligen Kennzeichen im Internet nicht mehr benutzt werden könnten. Die Kennzeicheninhaber wären daher gezwungen im Internet andere, weniger aussagekräftige Begriffe zu verwenden. Die damit verbundenen Folgen sind weder interessengerecht, noch angemessen.

Eine sachgerechte Lösung ist deshalb im Wege einer Gesamtabwägung der für- und widerstreitenden Interessen im Einzelfall zu erzielen (LG Mannheim GRUR Int. 1968, 237 – Tannenzeichen). Dabei ist auf die Schutzbedürftigkeit des Kennzeicheninhabers einerseits und die Zumutbarkeit für den Werbenden, gemessen an der Intensität des Inlandsbezugs, andererseits abzustellen (LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 237 –Tannenzeichen).

Für einen deutlichen Inlandbezug spricht im vorliegenden Fall der Umstand, daß die Beklagte ihre Hotel-Informationen im Internet in deutscher Sprache zur Verfügung stellt und darüber hinaus die Möglichkeit einer Online-Buchung eröffnet. Sie wendet sich mithin gezielt auch an deutsche Internetnutzer. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß im Hotelgewerbe die Verwendung mehrsprachiger Informationen, auch im Hinblick auf die vor Ort befindlichen ausländischen Hotelgäste, verbreitet und üblich ist.

Gegen einen hinreichenden Inlandsbezug spricht jedoch ganz maßgeblich der Umstand, daß die Beklagte ihre Hoteldienstleistung nur in Kopenhagen (Königreich Dänemark), mithin nicht in der Bundesrepublik Deutschland erbringen kann. Zwar hat die Klägerin zutreffend darauf hingewiesen, daß beide Parteien Hoteldienstleistungen anböten, und die Kunden der Beklagten -jedenfalls potentiell- auch die Hotels der Klägerin in Anspruch nehmen könnten. Die

wirtschaftlichen Auswirkungen auf die geschäftliche Tätigkeit der Klägerin in Deutschland sind jedoch angesichts der Lage des Hotels der Beklagten in Kopenhagen nur marginal.

Dies gilt nicht nur hinsichtlich der Internetwerbung der Beklagten, sondern auch hinsichtlich weiterer Werbemaßnahmen, wie beispielsweise die Versendung von Werbeprospekten und die Beantwortung von Einzelanfragen aus der Bundesrepublik Deutschland.

Bei einer Gesamtschau der vorgenannten Umstände überwiegen die Aspekte, die gegen einen hinreichenden Inlandsbezug der geschäftlichen Aktivitäten der Beklagten sprechen.

b.

Gleiches gilt auch hinsichtlich des Anspruchs aus §§ 5 Abs. 2 S. 1, 15 Abs. 2, Abs. 4 MarkenG. Insoweit wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen.

c.

Auch der gemäß §§ 1, 3 UWG geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu a) ist unbegründet. Auch insoweit ist ein hinreichender Inlandsbezug erforderlich, der -wie vorstehend ausgeführt- nicht vorliegt.

Die Berufung der Klägerin war daher vollumfänglich zurückzuweisen.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO. Der Ausspruch zur sofortigen Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Die Revision war gemäß § 543 ZPO n.F. zuzulassen. Die Sache ist von grundsätzlicher Bedeutung und geht über die Anwendung der anerkannten Grundsätze der Rechtsprechung auf den konkreten Einzelfall hinaus. Die Zulassung der Revision erfolgt im Hinblick darauf, daß im vorliegenden Fall Rechtsfragen zur Entscheidung stehen, die bisher nicht Gegenstand höchstrichterlicher Entscheidungen waren.

Brüning

RiOLG v. Franqué befindet sich im Urlaub und kann nicht unterschreiben Terschlüssen

Brüning



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

URTEIL

IM NAMEN DES VOLKES

3 U 312/01
416 O 294/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
2. Mai 2002

M..... **mbH**, vertreten durch den
Geschäftsführer, ,

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin, Berufungsklägerin,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

mitwirkende Patentanwältin:
Dr.,

gegen

D....., vertreten durch ihren Direktor

Beklagte, Berufungsbeklagte,

Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, von Franqué, Terschlüssen

nach der am 18. April 2002 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht
erkannt:

Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Kammer 16 für Handelssachen, vom 3. August 2001 wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Berufung fallen der Klägerin zur Last.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 6.000,00 abwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Gegen dieses Urteil wird das Rechtsmittel der Revision zugelassen.

und beschlossen:

Der Streitwert wird auch für das Berufungsverfahren auf € 255.646,00
(= DM 500.000,00) festgesetzt.

Tatbestand

Die Klägerin nimmt die Beklagte aus der Marke „M.....“ auf Unterlassung in Anspruch.

Die Klägerin betreibt eine große deutsche Hotelkette mit rund 40 Hotels und ist Inhaberin der deutschen Marken „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr. DE 1.....), „M.....“ mit Priorität vom 10. Juli 1989 (Nr.: 2.....) und „M.....“ mit Priorität vom 15. Januar 1991 und Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (Nr.: DE 2.....) sowie der Gemeinschaftsmarke „M.....“ mit Priorität vom 1. April 1996 (Nr.: EU 3.....) mit Schutz u.a. für den Betrieb von Hotels (vgl. Anlagenkonvolut K 1). Sie benutzt seit Anfang der 70er Jahre die Angabe „M.....“ zur Bezeichnung ihres Geschäftsbetriebes.

Die Beklagte betreibt seit 1994 in Kopenhagen ein Hotel-Garni unter der Bezeichnung „HOTEL M.....E“. Sie wirbt gegenüber Adressaten in der Bundesrepublik Deutschland mit einem mehrsprachigen Hotelprospekt, welcher u.a. auch in deutscher Sprache gehalten ist. Auf Anfrage wird dieser Hotelprospekt mit einem Anschreiben in englischer Sprache auch nach Deutschland versandt (Anlagen K 2 und B 1). Darüber hinaus unterhält die Beklagte seit 1996 die Domain www.hotel-M.....e.dk. Über ihre Homepage bietet sie neben Angaben in dänischer und englischer Sprache auch deutschsprachige Informationen zu ihrem Hotel an. Zudem besteht die Möglichkeit, in deutscher Sprache Online-Reservierungen und -Buchungen vorzunehmen (Anlagen K 3, B 2 und K 6).

Die Beklagte ist Inhaberin der dänischen Marke „HOTEL M.....E“ (Nr.: VR 2.....) mit Priorität vom 4. November 1999. Die Klägerin hatte zunächst unter Berufung auf ihre Gemeinschaftsmarke (Nr. EU.3.....) Widerspruch gegen die Eintragung dieser dänischen Marke eingelegt. Daraufhin kündigte die Beklagte an, sie werde die Löschung der Gemeinschaftsmarke der Klägerin im Hinblick auf ihre in Dänemark prioritätsältere Geschäftsbezeichnung betreiben. Nachfolgend nahm die Klägerin ihren Widerspruch gegen die Eintragung der dänischen Marke der Beklagten zurück (Anlagenkonvolut B 4) .

Die Klägerin ließ die Beklagte mit Schreiben vom 30 August 2000 unter Fristsetzung zum 15. September 2000 abmahnen. Zur Begründung des geltend Unterlassungsbegehrens vertrat sie die Ansicht, die Bewerbung des Hotel M.....e durch Übersendung des deutschsprachigen Hotelprospekts nach Deutschland sowie die Bewerbung des Hotels in deutscher Sprache über die Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk verstoße gegen die Markenrechte der Klägerin nach §§ 14, 15 MarkenG (Anlage K 5). Die Beklagte ließ mit

Schreiben ihrer Patentanwälte vom 14. September 2000 die geltend gemachten Ansprüche zurückweisen (Anlage K 4).

Daraufhin erhob die Klägerin am 7. November 2000 Klage zum Landgericht Hamburg.

Die Klägerin vertrat die Ansicht, das Verhalten der Beklagten verletze ihre prioritätsälteren Rechte an der Marke „M.....“. Es bestehe ein hinreichender Inlandsbezug. Der Umstand, daß die Beklagte ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen erbringe, stehe dem nicht entgegen. Der Umstand, daß die Beklagte in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch deutschsprachige Hinweise gebe, und daß sie im Internet auch deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche aus. Zwar sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „.dk“ verzeichnet, sie könne jedoch weltweit und mithin auch in Deutschland abgerufen werden. Das Angebot wende sich, insbesondere bei Berücksichtigung der in deutscher Sprache abgefassten und nach Deutschland gegebenen Informationen, an den deutschen Markt. Zudem bestehe Verwechslungsgefahr, da die Bezeichnung „M.....“ unterscheidungskräftig, die Bezeichnungen der Parteien sehr ähnlich und die Dienstleistungen identisch seien.

Darüber hinaus stelle das Vorgehen der Beklagten einen Verstoß gegen § 1 UWG dar, weil sie den guten Ruf der Klägerin in unlauterer Weise für sich ausnutze. Auch ein Verstoß gegen § 3 UWG sei gegeben, weil deutsche Adressaten aufgrund der Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu der falschen Annahme gebracht würden, Inhaberin dieses Hotels sei die Klägerin.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen

- a) im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ zu bedienen,
- b) sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domain-Namen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Zuständigkeit der deutschen Gerichtsbarkeit hinsichtlich des Klagantrages zu b) gerügt. Sie hat weiter die Ansicht vertreten, sie verstoße weder gegen Firmen-, noch gegen Markenrechte der Klägerin. Auch handele sie nicht wettbewerbswidrig.

Hinsichtlich der streitgegenständlichen Verhaltensweisen fehle ein hinreichender Inlandsbezug. Entscheidend sei, daß sie ihre Dienstleistung nicht in Deutschland, sondern ausschließlich in Kopenhagen, also in Dänemark erbringe. Allein der Umstand, daß sie in ihrem mehrsprachigen Hotelprospekt auch Hinweise in deutscher Sprache gebe, und daß sie auch im Internet u.a. deutschsprachige Informationen zur Verfügung stelle, reiche nicht aus. Zudem sei die streitgegenständliche Domain unter der Top-Level-Domain „.dk“ verzeichnet. Das belege, daß das Angebot sich in erster Linie an den dänischen Markt richte.

Es bestehe auch keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ habe für ein an oder nahe der See gelegenes oder mit der See in sonstiger Weise verbundenes Hotel rein beschreibenden Charakter und sei deshalb ausgesprochen kennzeichnungsschwach. Der Schutzbereich der klägerischen Marke sei deshalb sehr eng. Darüber hinaus sei diese Bezeichnung durch eine Vielzahl von Drittbenutzungen „verbraucht“ (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Daneben gebe es eine Vielzahl von Internet-Domains mit dem Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“. Unter diesen Domains würden zumindest zum Teil Hotels beworben (Anlagenkonvolute B 21 und B 22). Da die Verwendung der Bezeichnung „M.....“ bzw. „M.....E“ weit verbreitet sei, lasse sie keinerlei Schlüsse auf die Herkunft der unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren oder Dienstleistungen zu. Daher seien die Internet-Nutzer daran gewöhnt, sehr genau zu unterscheiden, wessen Angebot sie gerade vor sich hätten. Eine Gefahr der Verwechslung bestehe deshalb nicht.

Zudem verwendeten die Parteien des vorliegenden Rechtsstreits ihre jeweiligen Marken nur im Zusammenhang mit speziellen grafischen Elementen. Die Klägerin verwende ihre Marke nur in Zusammenhang mit dem für sie geschützten Logo dreier Segel, während die Beklagte regelmäßig das Logo eines Ankers benutze. Schließlich sei auch zu berücksichtigen, daß die Hotels der Parteien von gänzlich unterschiedlichem Zuschnitt seien. Bei den M.....-Hotels der Klägerin handele es sich um Hotels, die mindestens der 4-Sterne-Kategorie angehörten und über entsprechende Gastronomieeinrichtungen verfügten. Das Hotel der Beklagten sei ein einfaches 3-Sterne-Hotel garni, verfüge mithin nicht über einen gesonderten Gastronomiebereich. Auch insoweit ergäben sich mithin keinerlei Überschneidungen oder Verwechslungsmöglichkeiten.

Mit Urteil vom 3. August 2001 hat das Landgericht die Klage abgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt der Unterlassungsanspruch sei weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG gegeben (vgl. LG Hamburg, GRUR Int. 2002, 163 ff.).

Gegen dieses Urteil wendet sich die Klägerin mit der Berufung, die sie frist- und formgerecht eingelegt und begründet hat. Sie wiederholt und vertieft ihr gesamtes erstinstanzliches Vorbringen.

Die Klägerin beantragt,

- unter Abänderung des am 3. August 2001 verkündeten Urteils des Landgerichts Hamburg, Az.: 416 O 294/00, die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,00 ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,
- a. im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland sich zur Bezeichnung des von ihr betriebenen Hotels der Bezeichnung „Hotel M.....E“ zu bedienen;
 - b. sich der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk zu bedienen, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird.

Die Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen,

Sie verteidigt unter Bezugnahme auf ihren erstinstanzlichen Vortrag das angefochtene Urteil.

Auf den vorgetragenen Inhalt der zwischen den Parteien im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze, das Protokoll der Berufungsverhandlung vom 18. April 2002 sowie den Tatbestand und die Entscheidungsgründe des angefochtenen Urteils wird ergänzend Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Berufung der Klägerin ist zulässig, aber unbegründet.

I.

Gegenstand des Verbotstenors ist zum einen die Verwendung der Bezeichnung „HOTEL M.....E“ im kaufmännischen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland zur Bezeichnung des von der Beklagten in Kopenhagen (Königreich Dänemark) betriebenen Hotels (Klagantrag zu a). Eine Einschränkung auf die konkrete Verletzungsform, insbesondere auf den Versand des Hotelprospekts (Anlage B 1) auf Einzelanfrage nach Deutschland hat die Klägerin nicht vorgenommen.

Zum anderen ist Gegenstand des Verbotstenors die Verwendung der Internet-Domain www.hotel-M.....e.dk, soweit unter diesem Domainnamen in deutscher Sprache für das „HOTEL M.....E“ in Kopenhagen geworben wird (Klagantrag zu b).

Eine ausdrückliche Erklärung dazu, in welchem Verhältnis die beiden Klaganträge zueinander stehen sollen, hat die Klägerin nicht abgegeben. Dem Klagvorbringen kann jedoch hinreichend sicher entnommen werden, daß die Klägerin ein alternatives Verbot begehrt, obwohl die dafür übliche sprachliche Verknüpfung „und/oder“ nicht vorgenommen worden ist.

II.

1.

Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, ergibt sich die internationale und örtliche Zuständigkeit des Gerichts aus Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ. Insoweit ist durch das Inkrafttreten der EuGVVO zum 1. März 2002 keine Änderung erfolgt, denn nach Art. 1 Abs. 3 EuGVVO gilt das EuGVÜ im Verhältnis zu Dänemark fort. Von Art. 5 Abs. 3 EuGVÜ werden auch die quasideliktischen Tatbestände des Kennzeichen- und Wettbewerbsrechts erfaßt (OLG Karlsruhe MMR, 607 – bad-wildbad.com; LG Düsseldorf NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de; BGH NJW 1988, 1466, 1467 –AGIA; LG München I, CR 2000, 464, 465 – intershopping.com).

Ort der unerlaubten Handlung ist bei Kennzeichenverletzungen durch das Internet jeder Ort, an dem die Internet-Domain abgerufen werden kann (KG Berlin, NJW 1997, 3321 – concert.concept.com; LG Düsseldorf, NJW-RR 1998, 979, 980 –epson.de). Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, können die im Internet abrufbaren Web-Sites nicht im Wege technischer Maßnahmen auf einzelne Empfängerländer beschränkt werden. Daher sind sie regelmäßig auch in der Bundesrepublik Deutschland, und damit auch in Hamburg abrufbar. Somit ist die Zuständigkeit der Hamburger Gerichte eröffnet.

2.

Die Berufung der Klägerin ist jedoch hinsichtlich beider Klaganträge unbegründet, denn ihr stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche weder aus §§ 14, 15 MarkenG, noch aus §§ 1, 3 UWG zu.

Gemäß dem deutschen internationalen Privatrecht ist auf den hier zur Beurteilung stehenden Sachverhalt der Grundsatz der lex loci protectionis anzuwenden (Schutzlandprinzip). Danach ist bei der Verletzung von Immaterialrechtsgütern das Recht des Staates anwendbar, für dessen Gebiet Schutz in Anspruch genommen wird (BGH, GRUR 1998, 427, 429 –Spielbankaffaire; BGH GRUR Int. 1994, 1044, 1045 –Folgerecht bei Auslandsbezug; BGH, GRUR Int. 1993, 257, 258 -Alf). Es kommt mithin deutsches Recht zur Anwendung.

a.

Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 4 Nr. 1, 14 Abs. 2 Nr. 2, Abs. 5 MarkenG nicht zu.

Zwar ist die Bezeichnung „M.....“ hinreichend unterscheidungskräftig, denn auch als Bezeichnung für ein am Meer oder in unmittelbarer Nähe zum Meer gelegenes Hotel kommt der Marke der Klägerin zumindest geringe Unterscheidungskraft zu (vgl. BGH, GRUR 1989, 449, 450 -M.....). Dem stehen auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten anderer Hotels nicht entgegen, in deren Namen ebenfalls der Bestandteil „M.....“ enthalten ist (vgl. Anlagen B 6 bis B 20). Zum einen handelt es sich ausschließlich um Hotels, welche im Ausland belegen sind. Da es jedoch auf die Benutzungslage in der Bundesrepublik Deutschland ankommt, sind die vorgelegten Internet-Ausdrücke nicht geeignet, die Unterscheidungskraft der Bezeichnung „M.....“ im Inland in Zweifel zu ziehen. Zum anderen käme es für die weitere Beurteilung maßgeblich auf die Frage an, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über die prioritätsälteren Rechte verfügen. Dazu ist nichts vorgetragen worden.

Auch die von der Beklagten vorgelegten Ausdrücke von Internet-Seiten, deren Domains den Bestandteil „M.....“ bzw. „M.....e“ enthalten (Anlagenkonvolute B 21 und B 22), stehen der Unterscheidungskraft der klägerischen Bezeichnung nicht entgegen. Soweit unter diesen Domains überhaupt Hotels beworben werden, liegen diese ebenfalls im Ausland und es ist nicht ersichtlich, ob die jeweiligen Hotels an ihrem Standort über prioritätsältere Rechte verfügen. Dazu hat die Beklagte nicht hinreichend substantiiert vorgetragen.

Kennzeichenrechtliche Ansprüche kommen, wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, nur dann in Betracht, wenn eine Verletzungshandlung im räumlichen Schutzbereich der Marke (bzw. der geschäftlichen Bezeichnung) begangen worden ist. Da die Versendung der Hotelprospekte sowie die Bereitstellung der Homepage der Beklagten von dem Gebiet Dänemarks ausgehen, ist festzustellen, inwieweit diese Handlungen Relevanz im Inland, d.h. in der Bundesrepublik Deutschland entfalten können.

Die Verbreitung eines Werbeprospekts für eine patentierte Vorrichtung im Ausland hat die Rechtsprechung als zulässig erachtet (OLG Karlsruhe GRUR 1980, 784, 785 –Laminiermaschine; zustimmend kommentiert von Benkard, Patengesetz, 9. Auflage, 1993, § 9 PatG Rn. 12). Wann eine Konstellation mit hinreichendem Inlandbezug gegeben ist, ist von der Rechtsprechung jedoch bislang nicht abschließend geklärt worden. Die vorliegenden grenzüberschreitenden Entscheidungen betreffen sämtlich Fälle, in denen die Auslieferung der Ware oder die Erbringung der Dienstleistung im Inland erfolgen konnte (BGH, GRUR 1971, 153, 154 –Tampax; KG Berlin, NJW 1997, 3321 –concert.concept.com; LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 236, 237 – Tannenzeichen). Der vorliegende Fall unterscheidet sich mithin in einem wesentlichen Punkt von den bereits entschiedenen Fällen. Denn die Beklagte kann ihre Dienstleistung nur am Standort ihres Hotels in Kopenhagen (Königreich Dänemark) erbringen, nicht jedoch im räumlichen Schutzbereich der klägerischen Marke, in der Bundesrepublik Deutschland.

Als Anknüpfungspunkte für einen Inlandsbezug kommen jedoch nicht nur das Anbieten und Inverkehrbringen gekennzeichneteter Waren und Dienstleistungen im Inland in Betracht, sondern auch jedes andere im Inland wahrnehmbare Verhalten, insbesondere entsprechende werbliche Aktivitäten. Das Landgericht hat dazu unter Berufung auf eine im Schrifttum im Vordringen begriffenen Ansicht (Ingerl/Rohnke, MarkenG, 1998, § 14 Rn. 31, § 15 Rn. 19; Bettinger/Thum, Territoriales Markenrecht im Global Village, GRUR Int. 1999, 672; Omsels, Die Kennzeichenrechte im Internet, GRUR 1997, 337; Völker/Weidert, Domain-Namen im Internet, WRP 1997, 662) ausgeführt, daß die bloße Empfangsmöglichkeit ausländischer Inhalte nicht ausreichend sei. Vielmehr müsse , insbesondere bei

Zeichenbenutzungen im Internet, die in Deutschland abrufbar, aber im Ausland veranlaßt seien, ein darüber hinaus gehender besonderer Inlandsbezug gegeben sein.

Dieser Ansicht ist aus den vom Landgericht genannten Gründen zuzustimmen. Aufgrund der technisch bedingten weltweiten Abrufbarkeit würde bei anderer Sichtweise jede Kennzeichenbenutzung im Internet, sei es als Domain-Name, sei es als Online-Inhalt, eine Verletzungshandlung im Inland begründen. Damit würde das Markenrecht -entgegen dem Territorialitätsprinzip- einen räumlich unbegrenzten Kennzeichenschutz gewähren. Ein solcher unbegrenzter Kennzeichenschutz hätte weiter zur Folge, daß die Inhaber verwechslungsfähiger Kennzeichen, die Schutz für verschiedenen Länder in Anspruch nehmen können, sich gegenseitig die Benutzung ihrer Kennzeichen im Internet verbieten lassen könnten. Die damit verbundene gegenseitige Blockade würde dazu führen, daß die jeweiligen Kennzeichen im Internet nicht mehr benutzt werden könnten. Die Kennzeicheninhaber wären daher gezwungen im Internet andere, weniger aussagekräftige Begriffe zu verwenden. Die damit verbundenen Folgen sind weder interessengerecht, noch angemessen.

Eine sachgerechte Lösung ist deshalb im Wege einer Gesamtabwägung der für- und widerstreitenden Interessen im Einzelfall zu erzielen (LG Mannheim GRUR Int. 1968, 237 – Tannenzeichen). Dabei ist auf die Schutzbedürftigkeit des Kennzeicheninhabers einerseits und die Zumutbarkeit für den Werbenden, gemessen an der Intensität des Inlandsbezugs, andererseits abzustellen (LG Hamburg, MMR 1999, 612, 613 –Animal Planet; LG Mannheim, GRUR Int. 1968, 237 –Tannenzeichen).

Für einen deutlichen Inlandbezug spricht im vorliegenden Fall der Umstand, daß die Beklagte ihre Hotel-Informationen im Internet in deutscher Sprache zur Verfügung stellt und darüber hinaus die Möglichkeit einer Online-Buchung eröffnet. Sie wendet sich mithin gezielt auch an deutsche Internetnutzer. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß im Hotelgewerbe die Verwendung mehrsprachiger Informationen, auch im Hinblick auf die vor Ort befindlichen ausländischen Hotelgäste, verbreitet und üblich ist.

Gegen einen hinreichenden Inlandsbezug spricht jedoch ganz maßgeblich der Umstand, daß die Beklagte ihre Hoteldienstleistung nur in Kopenhagen (Königreich Dänemark), mithin nicht in der Bundesrepublik Deutschland erbringen kann. Zwar hat die Klägerin zutreffend darauf hingewiesen, daß beide Parteien Hoteldienstleistungen anböten, und die Kunden der Beklagten -jedenfalls potentiell- auch die Hotels der Klägerin in Anspruch nehmen könnten. Die

wirtschaftlichen Auswirkungen auf die geschäftliche Tätigkeit der Klägerin in Deutschland sind jedoch angesichts der Lage des Hotels der Beklagten in Kopenhagen nur marginal.

Dies gilt nicht nur hinsichtlich der Internetwerbung der Beklagten, sondern auch hinsichtlich weiterer Werbemaßnahmen, wie beispielsweise die Versendung von Werbeprospekten und die Beantwortung von Einzelanfragen aus der Bundesrepublik Deutschland.

Bei einer Gesamtschau der vorgenannten Umstände überwiegen die Aspekte, die gegen einen hinreichenden Inlandsbezug der geschäftlichen Aktivitäten der Beklagten sprechen.

b.

Gleiches gilt auch hinsichtlich des Anspruchs aus §§ 5 Abs. 2 S. 1, 15 Abs. 2, Abs. 4 MarkenG. Insoweit wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen.

c.

Auch der gemäß §§ 1, 3 UWG geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu a) ist unbegründet. Auch insoweit ist ein hinreichender Inlandsbezug erforderlich, der -wie vorstehend ausgeführt- nicht vorliegt.

Die Berufung der Klägerin war daher vollumfänglich zurückzuweisen.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO. Der Ausspruch zur sofortigen Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Die Revision war gemäß § 543 ZPO n.F. zuzulassen. Die Sache ist von grundsätzlicher Bedeutung und geht über die Anwendung der anerkannten Grundsätze der Rechtsprechung auf den konkreten Einzelfall hinaus. Die Zulassung der Revision erfolgt im Hinblick darauf, daß im vorliegenden Fall Rechtsfragen zur Entscheidung stehen, die bisher nicht Gegenstand höchstrichterlicher Entscheidungen waren.

Brüning

RiOLG v. Franqué befindet sich im Urlaub und kann nicht unterschreiben Terschlüssen

Brüning