jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

TE OGH 1987/9/29 4Ob414/85

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 29.09.1987

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Gamerith als Vorsitzenden und durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Prof. Dr. Friedl sowie die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr. Petrag, Dr. Kodek und Dr. Niederreiter als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei prot. Firma "WUNDER-BAUM" Dr. Ronald S***, Klettgau 1, Hofstatt 9, BRD, vertreten durch Dr. Erich Zeiner und Dr. Hans Georg Zeiner, Rechtsanwälte in Wien, wider die beklagten Parteien 1./ prot. Firma Joh. Alex. N***, Wien 5., Bräuhausgasse 68-74, 2./ Rosa P***, Geschäftsfrau, ebendort, beide vertreten durch DDr. Walter Barfuß, DDr. Hellwig Torggler, Dr. Christian Hauer, Dr. Lothar Wiltschek und Dr. Guido Kucsko, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung, Rechnungslegung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert S 900.000,--) infolge Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgerichtes vom 27. September 1985, GZ. 3 R 112/85-10, womit infolge Berufung der klagenden Partei das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 25. Februar 1985, GZ. 17 Cg 149/84-5, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Spruch

Der Revision wird nicht Folge gegeben.

Die Klägerin ist schuldig, den Beklagten die mit S 23.351,12 bestimmten Kosten des Revisionsverfahrens (darin S 4.800,-- Barauslagen und S 1.686,47 Umsatzsteuer) binnen 14 Tagen bei Exekution zu ersetzen.

Text

Entscheidungsgründe:

Der Schweizer Kaufmann Julius S*** ist Inhaber der internationalen Marken Nr. 216.415 (Priorität vom 7. November 1958) und Nr. 475.333 (Priorität vom 28. September 1982). Diese Wort-Bild-Marken haben folgendes Aussehen:

a) Nr. 216.415 b) Nr. 475.333

nicht darstellbar

Während die erstgenannte Marke in der Warenklasse 5 für "Desodorisant" (= Desodorierungsmittel) geschützt ist, umfaßt das Warenverzeichnis der zweiten Marke in derselben Warenklasse ua.:

"Produits pour la purification de l' air et desodorisants" (= Luftreinigungsprodukte und Desodorierungsmittel). In beiden Fällen besteht der Markenschutz auch in Österreich. Die in der Bundesrepublik Deutschland ansässige Klägerin hat an diesen Marken Lizenzrechte erworben. Sie befaßt sich mit der Herstellung und dem Vertrieb von Lufterfrischungs- und Luftverbesserungsmitteln. Unter diesen von ihr - auch in Österreich - vertriebenen Produkten befindet sich ein Lufterfrischer in Form eines Nadelbaums mit der Aufschrift "W***-BAUM" (Beilage C).

Die erstbeklagte KG - deren persönlich haftende Gesellschafterin die Zweitbeklagte ist - bringt unter der Bezeichnung "Pineta Frischluft-Wunder" gleichfalls einen Lufterfrischer in Form eines Nadelbaums auf den Markt (Beilage D).

Die Klägerin beantragt die Verurteilung der Beklagten,

1. im geschäftlichen Verkehr Eingriffe in die angeführten Wort-Bild-Marken, insbesondere in Form des Vertriebes von Lufterfrischern in Form eines Nadelbaums, zu unterlassen;

2. im geschäftlichen Verkehr den Verkauf und Vertrieb von Lufterfrischern in Form eines Nadelbaums, insbesondere wie Beilage D, zu unterlassen;

3. der Klägerin über den Verkauf und den Vertrieb solcher Lufterfrischer Rechnung zu legen und die Richtigkeit dieser Rechnungslegung auf ihre Kosten durch einen Sachverständigen prüfen zu lassen;

4. zur gesamten Hand der Klägerin auf Grund der Rechnungslegung zu 3. ein angemessenes Entgelt in der Höhe von ..... zu zahlen;

außerdem verlangt sie die Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung auf Kosten der Beklagten im "Kurier", in der "Neuen Kronen-Zeitung" und im "profil".

Die beiderseitigen Erzeugnisse wiesen eine Reihe von Übereinstimmungen auf, welche Verwechslungen im geschäftlichen Verkehr geradezu unvermeidlich erscheinen ließen: Beide Produkte seien ohne zwingenden Grund in der Form fast gleich großer Nadelbäume ausgestaltet; die von der Erstbeklagten verwendete Bezeichnung "Frischluft-Wunder" sei in Anlehnung an das Wort "WUNDER-BAUM" und den von der Klägerin verwendeten Hinweis "erfrischt die Luft" gebildet worden; die Cellophanverpackung des Erzeugnisses der Erstbeklagten weise ebenso wie diejenige der Klägerin am unteren Teil ihrer Vorderseite eine Darstellung von Früchten und Blättern auf; die am oberen Rand der Verpackungen befindliche, zum Aufschneiden bestimmte strichlierte Linie sei praktisch gleich gestaltet. Die auf der Verpackung der Beklagten ersichtliche Bezeichnung "Pineta" trete demgegenüber in den Hintergrund, während die auf dem Produkt selbst angebrachte Bezeichnung "Pinetto" überhaupt erst nach dem Öffnen der Verpackung sichtbar sei. Da die charakteristische Form- und Farbgebung des Produktes der Klägerin in den beteiligten Verkehrskreisen als Kennzeichen ihres Unternehmens gelte, verletze der Vertrieb des Erzeugnisses der Erstbeklagten nicht nur die durch die beiden internationalen Marken begründeten Markenrechte - zu deren Geltendmachung die Klägerin als Lizenznehmerin des Markeninhabers Julius S*** legitimiert sei -, sondern auch das Recht der Klägerin an der Ausstattung ihres Produktes (§ 9 Abs 3 UWG). Das offenkundig "vom Bestreben der Nachahmung und Hervorrufung von geplanten Verwechslungen getragene" Verhalten der Beklagten verstoße überdies gegen § 1 UWG.

Die Beklagten beantragen die Abweisung des Klagebegehrens. Die Erstbeklagte beziehe die von ihr in Österreich unter der Bezeichnung "Pineta Frischluft-Wunder" vertriebene Lufterfrischer-Serie von einer italienischen Erzeugerin, und zwar entsprechend den verschiedenen Duftnoten in Form eines Baumes, eines Blattes oder eines Apfels in den Farben, Blau, Grün und Rot (Baum), Blau, Gelb und Grün (Blatt) sowie Grün (Apfel). Der von der Klägerin allein beanstandete grüne Baum, welcher die Duftnote "tannenfrisch" aufweise, sei dem "WUNDER-BAUM" der Klägerin nicht verwechselbar ähnlich: Da der Baum - und vor allem der Nadelbaum - allgemein als Symbol für reine Luft gelte, werde im Zusammenhang mit Reinigungs- und insbesondere mit Luftreinigungmitteln häufig die Abbildung eines Nadelbaums verwendet. Für Lufterfrischer dieser Art sei die Form eines Nadelbaums - als Symbol für dessen Duftnote (hier: tannenfrisch) - sogar international üblich. Die Darstellung eines Nadelbaums zur Bezeichnung eines Lufterfrischers sei somit rein beschreibender Natur, so daß, wenn überhaupt, nur die konkrete Form des Zeichens geschützt werden könne, während schon geringfügige Abweichungen aus dem Schutzbereich dieses "schwachen" Zeichens herausführten. Das Motiv "Nadelbaum" könne die Klägerin nicht für sich monopolisieren; die konkrete Ausgestaltung der beiderseitigen Produkte rufe aber einen so unterschiedlichen Gesamteindruck hervor, daß Verwechslungen dieser Produkte nicht zu befürchten seien:

Während die Klägerin eine stilisierte Darstellung eines Baums mit einem "klobigen Fußteil" verwende, sei das Erzeugnis der Erstbeklagten ein naturgetreuer Nadelbaum mit charakteristischem rundem Aufhänger und wenig auffallendem Fußteil; er wirke überdies kürzer und breiter als der "WUNDER-BAUM", auch seine Verpackung sei deutlich breiter. Der "WUNDER-BAUM" bestehe aus steifer Pappe, der "Pineta"-Lufterfrischer hingegen aus biegsamem Kunststoff. Dazu komme, daß der grüne Baum von "Pineta" nur Teil einer Serie ähnlicher Produkte sei, welche auch Bäume in anderen Farben sowie Blätter und Äpfel umfasse und im Handel regelmäßig gemeinsam angeboten werde. Der einheitliche Stil dieser Erzeugnisse mit ihrer charakteristischen Aufhängevorrichtung in Form eines integrierten Ringes erleichtere die Identifikation der Produkte; die Einheitlichkeit der Serie werde noch dadurch unterstrichen, daß auf der Verpackung immer alle drei Motive (Baum, Blatt, Apfel) dargestellt seien.

Das Wort "Frischluft-Wunder", welches sich keinesfalls an den von der Klägerin verwendeten Hinweis "erfrischt die Luft" anlehne, sei nur die herkömmliche Sachbezeichnung für ein derartiges Erzeugnis; es unterscheide das Produkt der Erstbeklagten ausreichend deutlich von dem der Klägerin. Form und Gestaltung der Cellophanverpackung seien funktionsbedingt und für das Erscheinungsbild der beiderseitigen Produkte keinesfalls charakteristisch. Die Klägerin habe "an den beiden internationalen Marken kein gültiges Lizenzrecht erworben", weil das Erzeugnis der Erstbeklagten in den allein maßgebenden charakteristischen Teilen - Wortbestandteil "WUNDER-BAUM", überdimensionaler rechteckiger Fußteil - nicht in die Rechte aus diesen Marken eingreife.

Die von der Klägerin behauptete Verkehrsgeltung ihres Erzeugnisses werde ebenso bestritten wie der Vorwurf einer Nachahmungsabsicht der Beklagten. Das beanstandete Produkt sei im übrigen dem "WUNDER-BAUM" der Klägerin qualitativ weit überlegen.

Schließlich sei auch der Urteilsantrag der Klägerin verfehlt:

Das Unterlassungsbegehren zu 1. sei nicht vollstreckbar; das Unterlassungsbegehren zu 2. entspreche dem allenfalls vollstreckbaren Teil des erstgenannten Begehrens und sei schon aus diesem Grund zurück-, jedenfalls aber abzuweisen.

Das Erstgericht wies die Klage ab. Nach einer Beschreibung der von den Parteien in Österreich vertriebenen Lufterfrischer (Beilagen C und D) stellte es abschließend fest, daß Lufterfrischer von anderen Erzeugern auch in Form verschiedener Tierdarstellungen vertrieben werden. Im Zusammenhang mit Reinigungsmitteln werde in der Werbebranche nicht selten eine Wortverbindung mit dem Wort "WUNDER" verwendet, "um eben das Wundervolle an den angepriesenen Eigenschaften besonders hervorzuheben".

Rechtlich ging das Erstgericht davon aus, daß die Darstellung eines (Nadel-)Baums in grüner Farbe auch im vorliegenden Fall nur ein "schwaches" Zeichen sei, werde doch in weitesten Kreisen des angesprochenen Publikums ein grüner Waldbaum geradezu als Symbol der Frische angesehen. Die somit im Vordergrund stehenden Wortbestandteile der beiderseitigen Zeichen seien jedoch so verschieden, daß die Gefahr von Verwechslungen auszuschließen sei und insbesondere auch niemand annehmen werde, daß zwischen den Parteien besondere Beziehungen wirtschaftlicher oder organisatorischer Art bestünden.

Die Berufung der Klägerin blieb erfolglos; das Berufungsgericht bestätigte das Urteil der ersten Instanz und sprach aus, daß der Wert des Streitgegenstandes S 300.000,-- übersteige. Es legte seiner Entscheidung die Sachverhaltsfeststellungen des Ersturteils zugrunde, ergänzte aber die Beschreibung der von den Parteien vertriebenen Produkte Beilagen C und D auf Grund eigener Wahrnehmung (§ 496 Abs 3 ZPO), so daß die entsprechenden Feststellungen wie folgt zu lauten hätten:

Der von der Klägerin vertriebene "WUNDER-BAUM" (Beilage C) besteht aus steifer Pappe und hat die Form eines stilisierten Nadelbaums mit jeweils abgerundeten Astenden. Der Baum ist auf seiner Vorder- und Rückseite grün, die Kanten sind jedoch weiß. Auf der Vorderseite des ca. 12 cm hohen und ca. 7 cm breiten Baumes befindet sich in etwa 8 mm hohen weißen Blockbuchstaben die Aufschrift "WUNDER-BAUM". Der als Rechteck im Ausmaß von etwa 5 x 2 cm ausgebildete Fuß des Baumes weist ein weißes Feld auf, in dem der Text "erfrischt die Luft in jedem Raum!" aufscheint. Dieser Text ist allerdings teilweise durch die Darstellung eines Astes mit verschiedenen Blättern, Zapfen und Blüten verdeckt. Über dieser Darstellung ist auf der im übrigen durchsichtigen Verpackung die Aufschrift "Duftnote Frühling" angebracht. In der Spitze des Baumes befindet sich ein Loch von etwa 4 mm Durchmesser, durch das ein grüner Aufhängefaden gezogen ist. In der Mitte der vorderen Oberkante der Cellophanverpackung befindet sich eine rote strichlierte Linie in U-Form, die anzeigt, wie die Verpackung laut Beschreibung auf deren Rückseite keilförmig eingeschnitten werden soll, um es zu ermöglichen, den Baum nur nach und nach herauszuziehen. Zu diesem Zweck befindet sich auf der im übrigen undurchsichtigen Rückseite der Verpackung ein rechteckiges längliches Sichtfenster (ca. 1 x 7 cm) mit Markierungen, wie weit der Wunderbaum in der 1. bis 8. Woche herauszuziehen sei. Die rechteckige Verpackung ist 15 cm hoch und ca. 7,5 cm breit. Der von der Beklagten vertriebene Lufterfrischer hat ebenfalls die Form eines stilisierten Nadelbaums, seine Kontur ist jedoch stärker gegliedert, die Äste weisen durchwegs spitze Enden auf und sind zum Teil nach oben gebogen. Der Baum ist ca. 10 cm hoch und 8 cm breit. An der Spitze des Baumes befindet sich ein mit diesem verbundener Ring, der etwa 3 mm stark ist und einen Durchmesser von ca. 3 cm hat. Der Baum ist durchwegs grün, auch an den Kanten, und trägt keine von außen sichtbare Aufschrift. Die am Fußteil

befindliche Aufschrift "Pinetto" wird durch den unteren Teil der Cellophanverpackung, die bis zu einer Höhe von etwa 4 cm undurchsichtig gestaltet ist, verdeckt. Die im übrigen vollständig durchsichtige Cellophanverpackung hat ein Ausmaß von 16 cm x 8,5 cm. Der Baum besteht aus weichem, biegsamem Material. Auf dem gelben undurchsichtigen Feld auf der Vorderseite der Verpackung findet sich die Aufschrift "Pineta" (grün-gelb) und "Frischluft-Wunder" (rot-gelb). Daneben befinden sich Darstellungen eines grünen Apfels, eines roten Laubblattes sowie eines grünen Nadelbaums, der etwas aus dem gelben Feld herausragt. In der Mitte der Oberkante der Verpackung befindet sich eine grün strichlierte Linie mit Scherensymbolen in U-Form. Auf der Rückseite der Verpackung werden in einem kleinen gelben Feld die verschiedenen Gestaltungen und Duftrichtungen wie folgt angeführt:

"Blauer Baum = Blumenfrisch,

Grüner Baum = Tannenfrisch,

Roter Baum = Rosenfrisch,

Blaues Blatt = Lavendelfrisch,

Gelbes Blatt = Zitronenfrisch,

Grünes Blatt = Tannenfrisch,

Grüner Apfel = Apfelfrisch".

Ferner findet sich auf der Rückseite der Verpackung folgender Gebrauchshinweis: "Säckchen, wie vorgezeichnet, einschneiden. Den oberen Teil herausziehen und aufhängen. Je weiter der Lufterfrischer aus dem Säckchen gezogen wird, um so stärker die erfrischende Wirkung".

In rechtlicher Hinsicht ging das Berufungsgericht davon aus, daß bei der Prüfung des von der Klägerin behaupteten Markeneingriffes die beiden Produkte ohne Verpackung gegenüberzustellen seien. Hier sei jedoch die Gefahr einer Verwechslung schon deshalb auszuschließen, weil auf dem Erzeugnis der Klägerin in weißen Blockbuchstaben das Wort "WUNDER-BAUM", auf dem der Erstbeklagten aber - nicht in weißer Farbe - das Wort "Pinetto" angebracht sei. Der Gesamteindruck der beiden unverpackten Lufterfrischer sei auch deshalb grundverschieden, weil nicht nur der integrierte Aufhängering des "Pineta"-Baums in die Augen springe, sondern auch die Gestaltung des Fußes stark unterschiedlich sei. Beide Produkte könnten zwar als stilisierte Nadelbäume bezeichnet werden; der "WUNDER-BAUM" habe jedoch weiche, fließende Konturen, während der Umriß des "Pineta"-Baums stark gegliedert sei und viele Astspitzen zeige. Von einer Nachahmung der graphischen Gestaltung des Produktes der Klägerin könne somit nicht gesprochen werden. Das Motiv "stilisierter Nadelbaum" sei ebensowenig schützbar wie die abstrakte Idee der Verwendung eines stilisierten Nadelbaums als Lufterfrischer. Der von der Klägerin für ihr Erzeugnis samt Verpackung in Anspruch genommene Ausstattungsschutz komme gleichfalls nicht in Betracht, weil die beiden Verpackungen - abgesehen davon, daß es sich hier wie dort um rechteckige und größtenteils durchsichtige Cellophansäckchen handle - keinerlei Ähnlichkeit aufwiesen. Auch die Bezeichnungen "WUNDER-BAUM" einerseits und "Frischluft-Wunder" anderseits könnten keinen Anlaß zu Verwechslungen geben, weil die prägenden Wortteile "Baum" und "Frischluft" völlig verschieden seien. Da es auch hier an der erforderlichen Verwechslungsgefahr fehle, sei auf die weiteren Voraussetzungen des Ausstattungsschutzes nach § 9 Abs 3 UWG nicht einzugehen.

Schließlich habe das Erstgericht auch einen Verstoß der Beklagten gegen§ 1 UWG zu Recht verneint. Auch in diesem Zusammenhang müsse beachtet werden, daß die Verwendung eines stilisierten Nadelbaums ebensowenig geschützt werden könne wie die Idee, einen Lufterfrischer in Form eines solchen Nadelbaums zu gestalten. Es komme nur darauf an, ob die Erstbeklagte bei der Gestaltung ihres Produktes im Rahmen des Möglichen in einer ihr zumutbaren Weise angemessenen Abstand von der Form des Produktes der Klägerin und dessen Verpackung gehalten habe; das sei aber angesichts der schon mehrfach hervorgehobenen charakteristischen Unterschiede sowohl für die Form der beiden Nadelbäume als auch für die - völlig anders gestalteten - Verpackungen zu bejahen. Die Verwendung rechteckiger durchsichtiger Cellophansäckchen sei allgemein üblich und zur Präsentation des verpackten Produktes besonders gut geeignet; auch die Form der strichlierten Aufschneidelinie sei zu unauffällig, um die Gefahr von Verwechslungen der beiden Produkte in ihrer Gesamtheit herbeizuführen. Daß aber die Erstbeklagte ihren Lufterfrischer in derselben Größe anbiete wie die Klägerin, könne ihr gleichfalls nicht zum Vorwurf gemacht werden, weil es grundsätzlich zulässig sei, ein nach Funktion und Größe gleichartiges Konkurrenzprodukt anzubieten. Ob das Produkt der Klägerin Verkehrsgeltung erlangt hat, sei damit rechtlich bedeutungslos.

Das Urteil des Berufungsgerichtes wird seinem ganzen Inhalt nach von der Klägerin mit Revision aus den Gründen des § 503 Abs 1 Z 2 und 4 ZPO bekämpft. Die Klägerin beantragt, die angefochtene Entscheidung dahin abzuändern, daß ihrem Klagebegehren vollinhaltlich stattgegeben werde; hilfsweise stellt sie einen Aufhebungsantrag.

Die Beklagten beantragen, diesem Rechtsmittel nicht Folge zu geben.

Rechtliche Beurteilung

Die Revision ist nicht berechtigt.

Der gerügte Verfahrensmangel ist nicht gegeben (§ 510 Abs 3 Satz 2 ZPO). Das Berufungsgericht durfte die im Ersturteil enthaltene Beschreibung der Augenscheinsgegenstände Beilagen C und D auf Grund unmittelbarer eigener Wahrnehmung auch ohne formelle "Beweiswiederholung" ergänzen; daß ihm dabei eine Aktenwidrigkeit unterlaufen wäre, ist nicht zu erkennen und wird im übrigen auch von der Revision nicht behauptet.

Auf der Grundlage dieser Feststellungen erweist sich aber die Rechtsrüge der Klägerin als nicht begründet:

Verfehlt ist freilich die Auffassung des Berufungsgerichtes, daß bei der Prüfung des Vorliegens einer Markenrechtsverletzung die beiderseitigen Produkte ohne Verpackung gegenüberzustellen seien. Beim Ähnlichkeitsvergleich nach § 9 Abs 3 UWG ist vielmehr die Marke des Klägers in der im Register eingetragenen, allein geschützten Form dem konkurrierenden Zeichen des Beklagten gegenüberzustellen.

Für die Klägerin ist damit aber nichts Entscheidendes gewonnen:

Die internationalen Wort-Bild-Marken Nr. 216.415 und 475.333 bestehen jeweils aus der Silhouette eines - auf einem schwarz umrandeten weißen Rechteck stehenden - stilisierten Nadelbaums und aus den dieser bildlichen Darstellung in weißen Buchstaben eingeschriebenen Worten: "WUNDER-BAUM! Arbre Magique! Magic Tree!" (IM Nr. 216.415) bzw. "WUNDER-BAUM" (IM Nr. 475.333). Nun bestimmen zwar den Gesamteindruck eines Wort-Bild-Zeichens regelmäßig dessen Wortbestandteile, weil der Verkehr - von Ausnahmen abgesehen - sich meist an ihnen zu orientieren pflegt und vor allem sie im Gedächtnis behalten wird (ÖBl 1985, 46 mwN; RdW 1985, 108; ÖBl 1986, 77 uva.). Das gilt aber nach der angeführten Rechtsprechung nur für solche Wortbestandteile, die unterscheidungskräftig sind und damit den Gesamteindruck des Zeichens maßgebend mitbestimmen; andernfalls wird die Aufmerksamkeit des angesprochenen Publikums von den schutzunfähigen Wortbestandteilen zwangsläufig auf die bildlichen Bestandteile des Zeichens hingelenkt werden. Im vorliegenden Fall ist der den beiden Marken gemeinsame Wortbestandteil "WUNDER-BAUM" eindeutig beschreibender Natur, weist er doch - obgleich in marktschreierischer, unschwer als Übertreibung erkennbarer Form - nur auf die ganz besondere Wirksamkeit des so gekennzeichneten Produktes hin. Ein "schwacher" Zeichenbestandteil dieser Art, der, für sich allein betrachtet, kaum über den konkreten Wortlaut hinaus geschützt werden könnte, trägt aber im allgemeinen zum Gesamteindruck eines Wort-Bild-Zeichens nur wenig bei; dessen Gesamteindruck wird vielmehr in einem solchen Fall durch den Bildbestandteil geprägt (SZ 47/103 = ÖBl. 1975, 114 mwN; ÖBl 1982, 76 uva).

Legt man aber dem Ähnlichkeitsvergleich in erster Linie die beiden Marken gemeinsame bildliche Darstellung eines stilisierten Nadelbaumes zugrunde, dann ist die von der Klägerin behauptete verwechselbare Ähnlichkeit des beanstandeten Lufterfrischers (Beilage D) mit den internationalen Marken Nr. 216.415 und 475.333 zu verneinen. Wie der Oberste Gerichtshof schon mehrfach ausgesprochen hat (SZ 25/63 = ÖBl 1952, 34; ÖBl 1986, 129 uva; auch Hohenecker-Friedl, Wettbewerbsrecht, 46, 191 f), wird durch die Registrierung einer Bildmarke nicht deren Bildmotiv als solches geschützt. Die Entlehnung eines Motivs aus einer geschäftlichen Bezeichnung eines anderen Unternehmens ist vielmehr grundsätzlich gestattet; sie ist nur dann unzulässig, wenn das entlehnte Motiv in einer Weise benützt wird, die geeignet ist, Verwechslungen mit dem anderen Unternehmen herbeizuführen. Eine solche Verwechslungsgefahr haben jedoch die Vorinstanzen hier mit Recht verneint: Das Berufungsgericht hat im Einklang mit der Aktenlage im einzelnen dargestellt, welche Unterschiede zwischen dem Bildbestandteil der beiden internationalen Marken und dem von der Erstbeklagten vertriebenen "Pineta"-Lufterfrischer bestehen. Es hat dabei zu Recht auch die besondere Aufmachung des Cellophansäckchens von Beilage D mitberücksichtigt, soll doch das Produkt der Erstbeklagten - ebenso wie das der Klägerin - bei bestimmungsgemäßer Verwendung jeweils nur ein Stück aus diesem Säckchen herausgezogen, also immer nur zusammen mit diesem Säckchen benützt werden. Stellt man aber der bildlichen Darstellung der beiden Marken das Erscheinungsbild des "Pineta"-Lufterfrischers in seiner Cellophanverpackung gegenüber, dann schließt nach Ansicht des erkennenden Senates schon die besondere

Gestaltung dieses Säckchens und vor allem dessen deutliche Bezeichnung als "Pineta Frischluft-Wunder" im Verein mit der auffälligen Darstellung eines Baums, eines Blattes und eines Apfels die Annahme einer verwechselbaren Ähnlichkeit mit den Wort-Bild-Marken der Klägerin aus.

Mit diesen Ausführungen ist aber dem Unterlassungsbegehren der Klägerin zugleich auch insoweit die rechtliche Grundlage entzogen, als dieses aus einer Verletzung von Ausstattungsrechten (§ 9 Abs 3 UWG) oder aus einer sittenwidrigen Nachahmung des Erzeugnisses der Klägerin (§ 1 UWG) abgeleitet wird. Voraussetzung für einen Erfolg der Klage wäre nämlich auch unter diesen rechtlichen Gesichtspunkten immer eine verwechselbare Ähnlichkeit der beiderseitigen Produkte, wobei hier - anders als bei der Frage nach einer Markenrechtsverletzung - auch auf der Seite der Klägerin die tatsächliche Gestaltung des von ihr erzeugten und vertriebenen Produktes einschließlich seiner Verpackung herangezogen werden muß. Daß aber bei Berücksichtigung der auf dem Cellophansäckchen Beilage C zusätzlich aufscheinenden, vom Berufungsgericht gleichfalls einzeln angeführten Wort- und Bildelemente - "Duftnote Frühling", Darstellung einer aus Zapfen, Blättern und Blüten bestehenden Girlande - eine Verwechslung der beiderseitigen Erzeugnisse noch viel weniger zu befürchten ist als beim Vergleich mit den beiden Marken, liegt auf der Hand.

Diese Erwägungen führen zur Bestätigung des angefochtenen Urteils.

Die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens beruht auf §§ 41, 50 ZPO.

Anmerkung

E11778

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1987:0040OB00414.85.0929.000

Dokumentnummer

JJT_19870929_OGH0002_0040OB00414_8500000_000

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, http://www.ogh.gv.at

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at