# HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

## URTEIL

### IM NAMEN DES VOLKES

5 U 114/07
327 O 130/07
Verkündet am:
10. September 2008

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

**In dem Rechtsstreit**

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 5. Zivilsenat, durch die Richter

Rieger, Zink, Lemke

nach der am 16. Juli 2008 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht erkannt:

Die Berufung der Antragstellerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 27, vom 14. Juni 2007 wird zurückgewiesen.

Die Antragstellerin trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.

**und beschlossen:**

Der Streitwert wird auch für das Berufungsverfahren auf € 150.000.- festgesetzt.

# Gründe

## I.

Die Parteien sind Verlagsunternehmen. Die Antragstellerin gibt die "Financial Times Deutschland" (Anlage ASt 1) heraus. Die Antragsgegnerin ist Herausgeberin der Zeitung "Handelsblatt“ (Anlage ASt2). Bei beiden Presseprodukten handelt es sich um börsentäglich erscheinende Wirtschaftszeitungen mit einer speziellen Ausrichtung auf Themen aus der Wirtschaft bzw. der Finanzwelt.

Die Zeitung "Financial Times Deutschland“ ist in vier Teile, sog. (Zeitungs-)Bücher, gegliedert. Eines dieser Bücher ist mit der Bezeichnung "AGENDA" versehen. Es behandelt vertieft u.a. bestimmte Themen und enthält Kommentare.

25

AGENDA

After Hase

Neues Gesicht

Verlockende Vielfalt

Die Antragsgegnerin hat im Januar 2007 als „Handelsblatt-Spezial“ eine 124 Seiten umfassende Zeitschrift unter dem Titel „Handelsblatt – **agenda**“ herausgegeben, in der sie sich schwerpunktmäßig mit dem Thema "Globalisierung“ befasst.

Zwischenzeitlich ist die Antragsgegnerin - wie die Antragstellerin im Berufungsrechtszug vor dem Senatstermin dargelegt hat - dazu übergegangen, ihrer Zeitung gelegentlich (z. B. am 10., 15. und 31. Oktober 2007) eine mit dem Titel "**agenda** – Handelsblatt" bezeichnete Beilage beizufügen (Anlage ASt 24), mit der sie als "Sonderheft" bzw. "special" schwerpunktmäßig bestimmte Themen aufgreift. Diese Sonderbeilage ist - wie die Zeitung "Handelsblatt" - auf Zeitungspapier gedruckt, im Zeitungsformat und ungebunden gestaltet.

Dieses Verhalten beanstandet die Antragstellerin als marken- bzw. wettbewerbswidrig. Sie sieht sich hierdurch in ihren Titelrechten an dem Begriff "AGENDA" im Zusammenhang mit Presseprodukten im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung verletzt.

Die Antragstellerin hat in erster Instanz beantragt,

> die Antragsgegnerin zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000.-, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollziehen an dem Geschäftsführer, **zu unterlassen**,
>
> den Titel "agenda" für ein Magazin, in dem über wirtschaftliche und/oder wirtschaftlich relevante Themen berichtet wird, zu benutzen, insbesondere ein solches Magazin unter diesem Titel zu bewerben, anzubieten und/oder in den Verkehr zubringen.

Auf der Grundlage dieses Antrags hat das Landgericht Hamburg mit Beschluss vom 23. Februar 2007 eine einstweilige Verfügung gegen die Antragsgegnerin erlassen. Hiergegen richtet sich der Widerspruch der Antragsgegnerin, mit dem diese in erster Instanz begehrt hat,

> die einstweilige Verfügung aufzuheben und den Verfügungsantrag zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin macht geltend,

zwischen den sich gegenüberstehenden Publikationen fehle es bereits an der erforderlichen Werknähe. Im Übrigen sei bei der erforderlichen Gesamtbetrachtung eine Verwechslung schon deshalb ausgeschlossen, weil sich ihr Werktitel sowohl wegen des Zusatzes "Handelsblatt" als auch in der Farbgebung der Zeitschrift für dem Verkehr unmissverständlich und eindeutig auf ein Verlagsprodukt ihres Hauses beziehe.

Die Antragstellerin hat beantragt,

> den Widerspruch abzuweisen und die einstweilige Verfügung zu bestätigen.

Das Landgericht Hamburg hat mit dem angegriffenen Urteil vom 14.06.07 die einstweilige Verfügung unter Zurückweisung des auf ihren Erlass gerichteten Antrags wieder aufgehoben. Hiergegen richtet sich die form- und fristgerecht eingelegte Berufung der Antragstellerin. Die Antragstellerin verfolgt in zweiter Instanz ihr Unterlassungsbegehren unter Vertiefung ihres erstinstanzlichen Sachvortrags weiter.

Die Antragstellerin beantragt nunmehr,

> das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 14.06.07 abzuändern und die beantragte einstweilige Verfügung mit der Maßgabe erneut zu erlassen,
>
> die Antragsgegnerin zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000.-, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollziehen an dem Geschäftsführer, **zu unterlassen**,
>
> den Titel HANDELSBLATT AGENDA, insbesondere in der nachfolgend abgebildeten Gestaltung, für ein Wirtschaftsmagazin zu benutzen, insbesondere ein solches Magazin unter diesem Titel zu bewerben, anzubieten und/oder in den Verkehr zubringen:

Handelsblatt agenda

Die Antragsgegnerin beantragt,

> die Berufung auch nach Maßgabe des geänderten Antrags zurückzuweisen.

Sie verteidigt das landgerichtliche Urteil auf der Grundlage der bereits erstinstanzlich gestellten Anträge.

Wegen der tatsächlichen Feststellungen im Übrigen wird auf den Tatbestand des landgerichtlichen Urteils sowie auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

**II.**

Die zulässige Berufung ist unbegründet. Das Landgericht hat die zunächst erlassene einstweilige Verfügung mit dem angegriffenen Urteil zu Recht wieder aufgehoben. Denn der Antragstellerin stehen markenrechtliche Ansprüche aus §§ 15 Abs. 2, 5 Abs. 1 + Abs. 3 MarkenG ebenso wenig zu wie wettbewerbsrechtliche Ansprüche aus §§ 4 Nr. 9 Buchst. b., Nr. 10 UWG. Zur Begründung kann der Senat zur Vermeidung unnötiger Wiederholungen auf die zutreffenden Ausführungen in der angefochtenen Entscheidung Bezug nehmen. Das Berufungsvorbringen rechtfertigt keine abweichende Beurteilung. Auch der von der Antragstellerin in zweiter Instanz veränderte, stärker auf die konkrete Verletzungsform bezogene Berufungsantrag verhilft ihrem Begehren nicht zum Erfolg. Das Berufungsvorbringen gibt dem Senat Anlass zu folgenden ergänzenden Anmerkungen.

1. Streitgegenstand des Rechtsstreits in der Berufungsinstanz ist nur noch ein eingeschränkter Unterlassungsantrag. Die Antragstellerin verfolgt nunmehr ausschließlich eine Verletzung durch den vollständigen Titel des Magazins der Antragsgegnerin (HANDELSBLATT AGENDA) und nicht nur durch einen Teil der Werkbezeichnung („agenda“). Weiterhin beschränkt die Antragstellerin ihren Unterlassungsanspruch auf ein "Wirtschaftsmagazin“, während sie erstinstanzlich (weitergehend) ein Verbot begehrt hatte in Bezug auf "ein Magazin, in dem über wirtschaftliche und/oder wirtschaftlich relevante Themen gerichtet wird". Schließlich hat die Antragstellerin ihrem Antrag als "insbesondere“-Zusatz die konkrete optische Gestaltung des angegriffenen Titels beigefügt. Dieser Zusatz als solcher schränkt den Unterlassungsantrags zwar nicht ein, konkretisiert allerdings ebenfalls den einschränkend verfolgten Verbotsumfang. Zumindest gegen die in der Berufungsinstanz nur noch geltend gemachten Antragsfassung bestehen keine Bedenken unter dem Gesichtspunkt der Bestimmtheit.

2. Die Antragstellerin hatte mit Schriftsatz vom 20. Juni 2008 in Anlage ASt 24 nunmehr vor dem Senatstermin erstmalig eine (neue) Zeitungsbeilage “**agenda** – Handelsblatt“ der

Antragsgegnerin vorgelegt und stützt hierauf ebenfalls ihren Anspruch. Diese Verletzungsform ist von dem gestellten Antrag hingegen ersichtlich nicht umfasst. Denn bei den als Anlage ASt 24 vorgelegten Presseprodukten handelt es sich nicht um ein "Wirtschaftsmagazin" im Sinne der Antragsfassung. Vielmehr sind diese zum Teil als "Sonderheft" bzw. als "Special" bezeichneten, auf normalem Zeitungspapier hergestellten Drucke ersichtlich Sonderbeilagen zu einer Zeitung, die - anders als der ursprüngliche Streitgegenstand - nicht dazu vorgesehen sind, separat vertrieben zu werden. Auch die zum Gegenstand des "insbesondere"-Teils des geänderten ursprünglichen Antrags gemachte Gestaltung in orangener Farbgebung befindet sich nicht in diesem Beilagen, so dass es sich auch insoweit erkennbar um eine von dem ursprünglichen Antrag nicht erfasste abweichende Verletzungsform handelt. Die Antragstellerin hat insoweit in der Senatssitzung keinen weitergehenden Antrag gestellt, so dass sich der Senat mit dieser Verletzungsform nicht zu befassen hat.

3. Eine derartige Antragstellung hätte im Übrigen auch nicht erfolgreich sein können. Denn eine Anspruchsverfolgung im Hinblick auf die in Anlage ASt 24 nunmehr neu vorgelegte Verletzungsform scheitert in jedem Fall daran, dass der Antragstellerin insoweit der für ein Vorgehen im Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes erforderliche Verfügungsgrund erkennbar nicht zur Seite steht. Zwar wird gemäß § 12 Abs. 2 UWG in Fällen der vorliegenden Art die Dringlichkeit gesetzlich vermutet. Im Hinblick auf die neue Verletzungsform hat die Antragstellerin diese Dringlichkeitsvermutung durch ihr eigenes Verhalten hingegen selbst widerlegt. Die von der Antragstellerin insoweit vorgelegten Sonderbeilagen datieren ausnahmslos aus dem Monat Oktober 2007 (10.10., 15.10. und 31.10. 2007). Die Antragstellerin hat diese Verletzungsformen erst mit Schriftsatz vom 20. Juni 2008 - und damit circa 9 Monaten nach ihrem Erscheinen - in den vorliegenden Rechtsstreit eingeführt. Sie hat nichts dafür vorgetragen, dass sie von diesen Sonderbeilagen erst in einer nicht dringlichkeitsschädlichen Zeit Kenntnis erlangt hat. Soweit die Antragstellerin aus diesen Sonderbeilagen Rechte in dem vorliegenden einstweiligen Verfügungsverfahren herzuleiten gedenkt, kann sich hiermit keinen Erfolg haben, weil sie zumindest insoweit ihre Rechte nicht mit dem erforderlichen Nachdruck verfolgt hat, so dass die gesetzliche Dringlichkeitsvermutung aus § 12 Abs. 2 UWG als widerlegt anzusehen ist (vgl. Hefermehl/*Köhler*/Bornkamm, UWG, 26. Aufl., § 12 Rdn. 3.15 a.E.). Im Hinblick auf den ursprünglichen Streitgegenstand, wie er in dem geänderten Antragausdruck findet, bestehen derartige Bedenken indes nicht. Diesbezüglich ist nichts dafür ersichtlich - oder von der Antragsgegnerin vorgetragen worden -, was Anlass zu Zweifeln an dem Vorliegen eines Verfügungsgrundes geben könnte.

4. Der von der Antragstellerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 15 Abs. 2, 5 Abs. 1 + Abs. 3 MarkenG steht ihr nicht zu. Eine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr ist auch nach Auffassung des Senats nicht zu befürchten.

a. Das Landgericht ist zutreffend davon ausgegangen, dass der Rubriktitel "AGENDA“ der Antragstellerin kennzeichnungskräftig ist. An die Unterscheidungskraft von Zeitschriftentiteln

werden nur geringe Anforderungen gestellt, weil auf dem Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt seit jeher Zeitungen und Zeitschriften mit mehr oder weniger farblosen Gattungsbezeichnungen angeboten werden (BGH WRP 02, 89, 90 – Auto Magazin; BGH GRUR 99, 235, 237 – Wheels Magazin; BGH WRP 99, 1279 – SZENE; BGH WRP 00, 533 – FACTS). Für eine titelmäßige Verwendung kommt nicht nur eine Verwendung als Titel für eine Zeitung oder Zeitschrift als Ganzes in Betracht, sondern auch eine Verwendung für einen Teil, sofern es sich bei diesem Teil nur innerhalb der Druckschrift um eine besondere, nach ihrer sonstigen äußeren Aufmachung und ihrem Gegenstand und Inhalt in gewissem Umfang selbstständig gestalteter Abteilung handelt (BGH GRUR, 70, 72 – SZENE). Dementsprechend kann auch der vorliegend von der Antragstellerin verteidigte Rubriktitel grundsätzlich Titelschutz in Anspruch nehmen.

b. Für die Verwechslungsgefahr ist von einer normalen Kennzeichnungskraft des als verletzt beanstandeten Rubriktitels "AGENDA" auszugehen.

aa. Zwar hatte die Antragstellerin eine gesteigerte Kennzeichnungskraft im Hinblick auf den Titel der Zeitung "Financial Times Deutschland" dargelegt. Es ist auch anerkannt, dass die Kennzeichnungskraft des Werktitels einer Zeitschrift durch deren kontinuierliche Verbreitung gestärkt sein kann (BGH WRP 02, 89, 90 – Auto Magazin; BGH WRP 99, 1279, 1281 – SZENE). Die insoweit gesteigerte Kennzeichnungskraft besagt indessen nichts dazu, dass auch die Rubriktitel bzw. Titel der "Bücher" der Zeitung hieran in demselben oder einem entsprechenden Umfang teilnehmen. Denn derartige Rubriktiteln werden von den angesprochenen Verkehrskreisen in einem weitaus geringeren Umfang zur Kenntnis genommen (vgl. zu Untertiteln: BGH GRUR 1991, 153, 155 - Pizza & Pasta) und schon gar nicht konkret werkbeschreibend verstanden.

bb. Anhaltspunkte dafür, dass die Kennzeichnungskraft dieses Rubriktitels gesteigert ist, vermag der Senat - wie das Landgericht - auch nicht im Hinblick auf die konkrete Art der Bezeichnung zu erkennen. Diese ist zwar erkennbar nicht in erster Linie sachbeschreibend, aber auch nicht so prägnant, dass ihr schon von Haus aus eine überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft beizulegen wäre. In gewissem Umfang beschreibende Anklänge enthält der Begriff „AGENDA“ dadurch, dass er auch eine Liste abzuarbeitender wichtiger Themen behandelt. Die Leser der Antragstellerin erkennen, dass die Antragstellerin diesen Rubriktitel im übertragenen Sinne für ein Buch ihrer Zeitung verwendet, in dem sie - außerhalb der ansonsten streng themenbezogen „sortierten“ Berichterstattung - eine Sammlung interessanter Themen aufgreift. Allerdings steht hierbei ein beschreibender Inhalt nicht im Vordergrund, so dass - mit der Antragstellerin - von normaler Kennzeichnungskraft ausgegangen werden kann. Selbst wenn man aufgrund der Benutzung und Verbreitung der Financial Times Deutschland auch im Hinblick auf den Rubriktitel von einer (mäßig) gesteigerten Kennzeichnungskraft ausgehen wollte, ergäbe sich im Rahmen der erforderlichen Gesamtabwägung allerdings kein abweichendes Ergebnis.

c. Denn zwischen den sich gegenüberstehenden Produkten besteht nur eine vergleichsweise geringe Werkähnlichkeit. Betreffen die zu vergleichenden Titel unterschiedliche Werke, so scheidet die Annahme einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr mangels Werknähe regelmäßig aus, wenn der angesprochene Verkehr das eine Werk aufgrund der Unterschiede nicht für das andere hält (BGH WRP 05, 213, 216 – Das Telefon-Sparbuch). In der höchstrichterlichen Rechtsprechung ist entschieden, dass ein Sachbuch und eine Broschüre nach dem Verständnis eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers unterschiedliche Werke darstellen, die den selben Titel tragen können, ohne dass die beiden Werke miteinander verwechselt werden (BGH WRP 05, 213, 216 – Das Telefon-Sparbuch). Für den vorliegenden Fall gelten entsprechende Grundsätze. Die angesprochenen Verkehrskreise unterscheiden deutlich zwischen Tageszeitungen und Special-Interest-Zeitschriften wie dem Verletzungsgegenstand. Insoweit wird zur Vermeidung unnötiger Wiederholungen auf die Ausführungen des Bundesgerichtshofs in der Entscheidung "Das Telefon-Sparbuch" (BGH GRUR 05, 264 – Das Telefon-Sparbuch) Bezug genommen. Der Bundesgerichtshof hat hierbei unter anderem ausgeführt:

> „Das Sachbuch des Kl. und die streitige Broschüre stellen nach dem Verständnis eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers unterschiedliche Werke dar, die denselben Titel tragen können, ohne dass die beiden Werke miteinander verwechselt werden. Es handelt sich in beiden Fällen zwar um Druckwerke. Die einer Zeitschrift zugeordneten Broschüren und das Sachbuch des Kl. werden jedoch wegen des jedenfalls typischerweise unterschiedlichen Verwendungszwecks und der unterschiedlichen Vertriebswege als verschiedene Werke angesehen.
>
> (3) Der Verkehr wird die Broschüre der Bekl. auch nicht für das Buch des Kl. in anderer Werkform halten. Der Verbraucher ist zwar wie das BerGer. zutreffend angenommen hat daran gewöhnt, dass ihm das gleiche Werk als gebundene Ausgabe, als Taschenbuch und gegebenenfalls auch als Buchclub-Ausgabe begegnet. Es kann den konkret angegriffenen und im Antrag wiedergegebenen Broschüren jedoch keinerlei Hinweis darauf entnommen werden, dass es sich hierbei um „Auszüge“ oder Sonderausgaben des Werkes des Kl. handelt. Anders als bei Filmen, bei denen häufig Romane als Vorlage für eine Verfilmung dienen, hat der Verkehr bei einer Zeitschrift keinen Anhalt dafür, dass die mit ihr verbundenen Broschüren das Sachbuch des Kl. darstellen, zumal auf den Broschüren kein Autor genannt ist.“

Diese Grundsätze gelten entsprechend - wenngleich nicht in gleichem Ausmaß - auch für das Verhältnis zwischen einer Tageszeitung und einem Special-Interest Magazin. Auch insoweit hat der angesprochene Verkehr – auch wenn man den Dachtitel "Handelsblatt" bei dem Verletzungsgegenstand unberücksichtigt lässt - keine Veranlassung zu der Annahme, bei der Zeitschrift handelt es sich einen Sonderdruck mit Themen aus der "Financial Times Deutschland". Die Antragstellerin hat nicht dargelegt, dass in der Zeitungs-Branche eine dem Verkehr bekannte Übung besteht, Sonderdrucke in Magazinform mit erheblichem Umfang von über 100 Seiten gerade mit Rubriktiteln von Tageszeitungen zu benennen. Entsprechendes ist dem Senat ebenfalls nicht bekannt. Hierfür mag verbreitet der Zeitungstitel selbst, nicht jedoch die Rubrikbetitelung Verwendung finden.

d. Die Verkehrskreise haben im Übrigen auch noch nicht einmal Veranlassung zu der Annahme, bei dem Verletzungsgegenstand handele es sich um "Auszüge" oder eine Sonderausgabe konkreter Inhalte der Zeitung "Handelsblatt“ im Sinne der zitierten BGH-

Rechtsprechung. Denn der Verletzungsgegenstand beinhaltet - soweit ersichtlich - gerade nicht eine Zusammenstellung zuvor bereits in der Wirtschaftszeitung erschienener Artikel, sondern in der Wahrnehmung des Verkehrs eine eigenständige Berichterstattung zu einem bestimmten Thema. Dementsprechend hat der Senat nicht darüber zu entscheiden, was zu gelten hätte, wenn für den Verkehr erkennbar wäre, dass es sich bei dem Verletzungsgegenstand ausschließlich um eine themenbezogenen Sammlung von Zeitungsartikeln handelt, die in der Zeitung "Handelsblatt" vorveröffentlicht worden sind. Im Gegensatz dazu vermittelt der Verletzungsgegenstand den angesprochenen Verkehrskreisen den Eindruck einer inhaltlich eigenständigen Zeitschrift, die mit der Zeitung „Handelsblatt“ zwar unverkennbar über den Titel und die Herkunft (dazu noch im Folgenden), ansonsten inhaltlich lediglich über die allgemeine thematische Ausrichtung verknüpft ist.

e. Die von der Antragstellerin behauptete, zur Werkähnlichkeit führende Gewöhnung des Verkehrs ergibt sich auch nicht aus den von ihr vorgelegten Veröffentlichungsbeispielen, insbesondere nicht aus dem Magazin „enable“".

aa. Denn die Antragstellerin hat selbst nicht behauptet, dass gerade ein Zeitungsbuch im eigentlichen Sinne unter dieser Bezeichnung existiert. Vielmehr ist "„enable“" schon aufgrund der unterschiedlichen Aufmachung und Druckrichtung als eine von der eigentlichen Zeitung "Financial Times Deutschland" gesonderte Beilage aufgemacht. Nicht vergleichbar ist insoweit die Situation, ob eine in abweichender Druckform gestaltete, periodisch erscheinende gesonderte Zeitungs-Beilage dem Verkehr möglicherweise auch gelegentlich als Zeitschrift in Magazinform gegenübertritt, wie dies die Antragstellerin für die Beilage "„enable“" dargelegt hat (Anlage ASt 15 und ASt 16). Denn hierbei handelt es sich um einen selbständigen, von dieser körperlich abgegrenzten Teil einer Zeitung, während der Rubriktitel einen unselbständigen Teil (ein Buch) einer Zeitung kennzeichnet. Bei einer bereits selbständig konzipierten Beilage zu einer Zeitung ist aus Sicht des Verkehrs die Möglichkeit einer weiteren Verselbständigung in Richtung auf eine Zeitschrift wesentlich stärker ausgeprägt. Erscheint eine solche Beilage sodann in demselben Format und auch ansonsten - mit Ausnahme von Papier, Druckqualität und Art der Bindung – gleichartig als Magazin, so liegt aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise eine Werkidentität unmittelbar auf der Hand. Eine vergleichbare Situation ist im vorliegenden Rechtsstreit indes gerade nicht gegeben.

bb. Auch der Sonderdruck unter der Bezeichnung "thema" (Anlage ASt 20) rechtfertigt keine abweichende Beurteilung. Insbesondere reicht es hierfür nicht aus, dass die Antragsgegnerin hierin Beiträge aus ihrer Zeitung "Handelsblatt" übernimmt. Denn die Antragstellerin hat nicht vorgetragen, dass z. B. in dieser Zeitung ebenfalls ein Buch unter diesem Rubriktitel enthalten ist. Dies ist insbesondere nicht aus der Anlage AG 1 ersichtlich. Bei dem von der Antragsgegnerin herausgegebenen Magazin "thema" handelt es sich deshalb nicht um die Wiederholung des Rubriktitels der gedruckten Zeitung, sodass bereits insoweit von einer abweichenden Situation auszugehen ist.

cc. Auch für das von der Antragstellerin in der Kammersitzung als Anlage ASt 17 übergebene Beispiel des Magazins "Scoop" der "„Neuß-Grevenbroicher-Zeitung“" sind für den Senat keine hinreichend verlässlichen Anknüpfungspunkte einer vorherigen Verwendung als Rubriktitel in einer Zeitung ersichtlich. Im Übrigen handelt es sich hierbei um eine so offensichtlich an eine ganz bestimmte Zielgruppe gerichtete Art der Außendarstellung, die auch wegen ihrer regional-beschränkten und zudem eher geringen Verbreitung ersichtlich ungeeignet ist, die Wahrnehmung breiter Verkehrskreise in ganz Deutschland zu prägen, die zu den Lesern der Publikationen der Parteien gehören.

f. Aus dem Umstand, dass der Bundesgerichtshof etwa in der Entscheidung "Winnetous Rückkehr" eine Werknähe zwischen Romanen und Filmen angenommen hat, kann die Antragstellerin keine für sich günstigen Schlüsse herleiten. Insbesondere ist diese Entscheidung nicht Ausdruck eines abweichenden - gelockerten - Verständnisses der erforderlichen Werknähe. Vielmehr beruht sie auf den Besonderheiten der dort zur Entscheidung stehenden Werkkategorien. Die Werkkategorie der Filme weist zu Romanen schon deshalb eine besonders enge Beziehung auf, weil in Filmen häufig Romanvorlagen umgesetzt werden (BGH WRP 03, 644, 647 – Winnetous Rückkehr). Entsprechende Besonderheiten bestehen hier nicht.

g. Bei einer Betrachtung der sich gegenüber stehenden Titel in ihrem Gesamteindruck ist eine Verwechslungsgefahr nach Auffassung des Senats zumindest nicht überwiegend wahrscheinlich. Für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es auch auf die konkreten Marktverhältnisse an, insbesondere dann, wenn unterschiedliche Werke infrage stehen. Insbesondere bleiben Charakter und Erscheinungsbild, Gegenstand, Aufmachung, Erscheinungsweise und Vertriebsform nicht ohne Einfluss auf das Entstehen einer Verwechslungsgefahr (BGH WRP 05, 213, 216 – Das Telefon-Sparbuch; BGH WRP 02, 89, 90 – Auto Magazin; BGH GRUR 00, 504, 505 – FACTS). Der Verletzungsgegenstand tritt dem Leser mit der Bezeichnung „Handelsblatt - **agenda**“ als einheitliche Bezeichnung entgegen. Zumindest in der Kombination mit dem Titel der Tageszeitung der Antragsgegnerin entfaltet das Wort "agenda" keine (hinreichend) eigenständige kennzeichnende Bedeutung. Denn die angesprochenen Verkehrskreise erkennen ohne Weiteres, dass es sich bei der Zeitschrift um eine "agenda“ als Sonderausgabe der Zeitung "Handelsblatt" handelt. Dies ergibt sich bereits aus der unmittelbaren Kombination beider Begriffe in dem Zeitschriftentitel. Der Umstand, dass das Wort "Handelsblatt" in kleinerer Schrifttype erscheint, vermag hieran in der Wahrnehmung des Verkehrs nichts zu ändern. Diese Feststellungen zum Verkehrsverständnis können die Mitglieder des Senats aus eigener Sachkunde treffen. Denn sie gehören zu den angesprochenen Verkehrskreisen.

h. Die von der Antragstellerin unter Bezugnahme auf die THOMSON LIFE - Entscheidung des EuGH (EuGH GRUR 05, 1042 ff. – THOMSON LIFE) vertretene Auffassung, der Bestandteil "agenda" entwickle eine eigenständige prägende Bedeutung, hinter der der

Bestandteil "Handelsblatt" zurücktrete, teilt der Senat nicht. In der vorliegenden Fallgestaltung wird der Magazintitel "agenda" eindeutig und konkret der weithin bekannten Wirtschaftszeitung "Handelsblatt" zugeordnet. Dies erkennt der Verkehr in einer eine Verwechslungsgefahr ausschließenden Weise. Der Senat hält es für erfahrungswidrig, dass die Verkehrskreise lediglich den Titel "agenda" zur Kenntnis nehmen und die eindeutige sowie unmissverständliche Zuordnung zu der gleichnamigen Wirtschaftszeitung der Antragsgegnerin ignorieren. Dies ist schon deshalb fern liegend, weil die Antragsgegnerin selbst - wie die Antragstellerin - Herausgeberin einer Wirtschaftszeitung ist und deshalb in den Augen des Verkehrs unmittelbar auch als verantwortliche Herausgeberin einen derartigen Magazins in Betracht kommt. Von Zeichenidentität, wie sie die Antragstellerin annimmt, kann bei dieser Sachlage keine Rede sein. Die Antragstellerin geht hierbei auch von unrichtigen Voraussetzungen aus, wenn sie meint, der Begriff "Handelsblatt" werde hierbei nur als (Dach)Marke oder Unternehmenskennzeichnung nicht zur Bezeichnung eines Werks, sondern lediglich als Herkunftshinweis benutzt. Er bildet vielmehr als Zeitungs(dach)titel mit dem Zeitschriften(unter)titel eine Einheit, deren Zergliederung willkürlich wäre, weil die angesprochenen Verkehrskreise wissen, dass es eine Zeitung mit dem Titel "Handelsblatt" gibt, auf die sich die Themen in der Zeitschrift beziehen. Jedenfalls im vorliegenden Fall hat der Verkehr keine Veranlassung, einen derartigen Dachtitel zu vernachlässigen und sich ausschließlich an dem Titel des Einzelwerks zu orientieren.

i. Der Umstand, dass der Begriff „Handelsblatt“ in der typischen Schriftart und die farbliche Gestaltung des Zeitschriftentitels (orange) in den Hausfarben dieses Presseorgans gehalten ist, wirkt einer gleichwohl gegebenenfalls noch bestehenden Gefahr einer Fehlzuordnung weiter entgegen. Auch vor diesem Hintergrund wird der Zeitschriftentitel jedenfalls nicht allein durch den Bestandteil "agenda" geprägt, mit der Folge, dass die sonstigen Zeichenbestandteile (bzw. Gestaltungselemente) in den Augen des Verkehrs als unbedeutend in den Hintergrund treten. Die von der Antragstellerin hierzu zitierte Rechtsprechung des Senats (Senat GRUR-RR 05, 50, 51 – OFF ROAD) betraf eine abweichende Sachverhaltsgestaltung (u.a. Werkidentität bei zwei Zeitschriften). Im übrigen ist die Billigung dieser Entscheidung durch den Bundesgerichtshof maßgeblich im Hinblick auf die parallele – hier indes fehlende – marken- (und nicht nur werktitel)rechtliche Rechtslage erfolgt. Vorliegend erkennt der Verkehr ohne Weiteres, dass es sich bei der Zeitschrift um einen Sonderdruck des "Handelsblatt" handelt.

j. Die Gefahr einer werkbezogenen Verwechslungsgefahr dergestalt, dass der Verkehr annehmen wird, bei dem Verletzungsgegenstand handele sich um eine Sammlung von Artikeln, die etwa zuvor unter dem Rubriktitel "Agenda" in der "Financial Times Deutschland" erschienen sind, hält der Senat für fernliegend. Bei den Parteien handelt es sich um unmittelbare Konkurrenten auf einem engagiert umkämpften Markt um eine spezielle Lesergruppe, die das Marktgeschehen schon angesichts ihres Interessenschwerpunkts auf wirtschaftlich relevanten Themen in der Regel kritisch und mit erhöhter Aufmerksamkeit verfolgt. Bei dieser Situation

erscheint es dem Senat als erfahrungswidrig, dass die angesprochenen Verkehrskreise trotz der ausdrücklichen und unübersehbaren Nennung der Zeitung der Antragsgegnerin den Verletzungsgegenstand für ein Produkt aus dem Hause der Antragstellerin halten könnten. Dies umso weniger, als derartige Presseorgane in aller Regel „auf Sicht“ - und zwar in Bezug auf den Zeitschriftentitel und die Titelseite - erworben werden.

k. Ob dies bei den von der Antragstellerin als Anlagen ASt 10 und ASt 11 aufgeführten weiteren Publikationen der Antragsgegnerin ebenfalls der Fall ist, bedarf im vorliegenden Rechtsstreit keiner Entscheidung des Senats. Für die Frage, ob ein Dachtitel bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr von Bedeutung ist, kommt es stets auf die konkreten Umstände des Einzelfalls an. Für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es zudem auch auf die konkreten Marktverhältnisse an, insbesondere dann, wenn unterschiedliche Werke in Frage stehen. Es bleiben – wie bereits erwähnt – insbesondere Charakter und Erscheinungsbild, Gegenstand, Aufmachung, Erscheinungsweise und Vertriebsform nicht ohne Einfluss auf das Entstehen einer Verwechslungsgefahr (BGH WRP 05, 213, 216 – Das Telefon-Sparbuch; BGH WRP 02, 89, 90 – Auto Magazin; BGH GRUR 00, 504, 505 – FACTS). Danach ist aus Sicht des Senats eine Verwechslungsgefahr zumindest nicht überwiegend wahrscheinlich zu befürchten.

l. Es gilt auch beim Zeitschriftentitel der allgemein kennzeichnungsrechtliche Grundsatz einer Wechselwirkung zwischen allen in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Identität oder Ähnlichkeit der sich gegenüber stehenden Titel und der Identität oder Ähnlichkeit der Werke sowie der Kennzeichnungskraft des älteren Titels, für den Schutz begehrt wird (BGH WRP 05, 213, 215 – Das Telefon-Sparbuch; BGH WRP 02, 1279, 1280 – 1, 2, 3 im Sauseschritt; BGH WRP 02, 89, 90 – Auto Magazin; BGH GRUR 99, 235, 237 – Wheels Magazin; BGH GRUR 92, 547, 549 – Morgenpost; BGH GRUR 75, 604, 605 – Effecten-Spiegel). Trotz einer normalen Kennzeichnungskraft des Titels AGENDA sowie einer in Teilen der Kennzeichnung bestehenden Zeichenidentität kommt angesichts der Unterschiede in den Werkkategorien sowie der Tatsache, dass der Verkehr den Hinweis auf das "Handelsblatt" in dem angegriffenen Titel zutreffend als Herkunftsaussage versteht, bei der gebotenen Gesamtbetrachtung eine titelmäßige Verwechslungsgefahr nicht in Betracht.

5. Ansprüche aus ergänzendem wettbewerblichen Leistungsschutz gem. § 4 Nr. 9 Buchst. b. UWG bestehen ebenfalls nicht. Derartige Ansprüche sind auf Grund der Spezialität des Markenrechts ausgeschlossen. Der Markenschutz verdrängt in seinem Anwendungsbereich grundsätzlich den lauterkeitsrechtlichen Schutz (BGH GRUR 07, 339, 342 – Stufenleitern; BGH GRUR 06, 329, 332 – Gewinnfahrzeug mit Fremdemblem; BGH GRUR 2002, 622 - shell.de; BGH GRUR 2005, 163, 165 - Aluminiumräder). Ansprüche wegen eines Verstoßes gegen das UWG treten in diesem Fall zurück, es sei denn, dass etwa mangels Erkennbarkeit der Marke oder mangels einer markenmäßigen Benutzung ein lediglich nach dem UWG zu beurteilender Tatbestand zur Entscheidung steht (BGH GRUR 06, 329, 332 – Gewinnfahrzeug mit

Fremdemblem; BGH GRUR 2005, 163, 165 - Aluminiumräder). Soweit markenrechtliche Ansprüche ausscheiden, kann eine Unlauterkeit nach den Vorschriften des UWG nur dann angenommen werden, wenn weitere, nicht bereits bei der Prüfung des Markenrechts zu berücksichtigende Umstände vorliegen, die die Unlauterkeit begründen (BGH GRUR 06, 329, 332 – Gewinnfahrzeug mit Fremdemblem). Ein derartiges Begehren fällt nicht in den Schutzbereich des Markenrechts (vgl. BGH GRUR 07, 339, 342 – Stufenleitern). Besondere, zusätzliche subjektive Unlauterkeitsmerkmale sind hier weder ausreichend vorgetragen worden noch erkennbar. Die Antragstellerin hat nichts Konkretes dafür vorgelegt, dass es der Antragsgegnerin mit der Wahl ihres Zeitschriftentitels darum gegangen ist, einen guten Ruf der Antragstellerin ausnutzen oder diesen zu beeinträchtigen (nur diese Fallgruppe macht die Antragstellerin vorliegend geltend). Zwar liegt es nahe, dass der Antragsgegnerin der Rubriktitel der Zeitschrift der Antragstellerin bekannt gewesen ist. Hinreichende Anhaltspunkte für eine "verwerfliche Absicht" vermag der Senat insoweit gleichwohl nicht zu erkennen.

6. Ausreichende Anhaltspunkte für eine unlautere wettbewerbswidrige Behinderung gem. § 4 Nr. 10 UWG liegen ebenfalls nicht vor. Es ist nicht ersichtlich, inwieweit die Antragsstellerin durch den Verletzungsgegenstand - über den markenrechtlich gewährten Verwechslungsschutz hinaus - in ihrer wirtschaftlichen Entfaltung im Wettbewerb unlauter behindert wird. Anhaltspunkte dafür, dass die Antragsgegnerin mit der Titelwahl einen Sperreffekt zu Lasten der Antragstellerin beabsichtigt hat, sind nach Auffassung des Senats jedenfalls nicht überwiegend wahrscheinlich vorgetragen, als dass hierauf eine Verurteilung gestützt werden könnte. Denn zwischen beiden Publikationen besteht keine ausgeprägte Werknähe. Dafür, dass die Antragstellerin ihrerseits beabsichtigt, unter der Bezeichnung "„AGENDA“" ein Magazin herauszugeben, ist nichts vorgetragen. Schon gar nichts ist dafür ersichtlich, dass die Antragsgegnerin von einer derartigen Absicht Kenntnis gehabt haben könnte. Nur theoretisch zukünftig bestehende Möglichkeiten sind insoweit nicht berücksichtigungsfähig. Die Frage, ob die Antragsgegnerin ihrerseits aus einem Werktitelrecht gegen künftige Publikationen der Antragstellerin vorgehen könnte, bedarf in diesem Rechtsstreit keiner Entscheidung. Denn auch insoweit kommt es maßgeblich auf die - noch nicht bekannten - konkreten Umstände des Einzelfalls an.

7. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Rieger Zink Lemke