

Gericht:	Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg 5. Zivilsenat
Entscheidungsname:	MONEYPENNY
Entscheidungsdatum:	24.10.2024
Aktenzeichen:	5 U 83/23
ECLI:	ECLI:DE:OLGHH:2024:1024.5U83.23.00
Dokumenttyp:	Urteil
Quelle:	
Normen:	§ 4 Nr 2 MarkenG, § 5 Abs 3 MarkenG, § 14 Abs 2 Nr 1 MarkenG, § 14 Abs 2 Nr 2 MarkenG, § 14 Abs 5 S 1 MarkenG ... mehr

Werktitelschutz für „MONEYPENNY“

Orientierungssatz

1. Ein Werktitelschutz für Figuren und Charaktere aus Romanen und Filmserien setzt voraus, dass diese eine gewisse Bekanntheit haben, vom verwendeten Werk losgelöst sind, im Verkehr selbstständig wahrgenommen werden und ein deutliches „Bild“ aufgrund optischer Ausgestaltung oder beigegebener Charaktereigenschaften haben. (Rn.140)
2. Danach besteht kein Werktitelschutz für „Miss Moneypenny“, bzw. „Moneypenny“. Ihr Charakter weist zu wenig Individualität auf, zudem hat der Begriff kein Eigenleben losgelöst von dem Gesamtwerk der James Bond 007-Filmserie und von dem Hauptcharakter James Bond. (Rn.143)

Verfahrensgang

vorgehend LG Hamburg 27. Zivilkammer, 15. Juni 2023, 327 O 230/21, Urteil
nachgehend BGH, 4. Dezember 2025, I ZR 219/24, Urteil

Tenor

1. Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 15.06.2023, Az. 327 O 230/21, wird zurückgewiesen.
2. Die Klägerin hat die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.
3. Das Urteil und die angefochtene Entscheidung sind ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung der Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des aufgrund des jeweiligen Urteils vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagten vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags leisten.
4. Die Revision wird beschränkt auf die auf Werktitelschutz gestützten Ansprüche zugelassen.

Beschluss

Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf 250.000,00 € festgesetzt.

Gründe

I.

- 1 Die Klägerin macht wettbewerbsrechtliche und zeichenrechtliche Ansprüche gegen die Beklagten aufgrund der Benutzung der Bezeichnungen „MONEYPENNY“ und „MY MONEY-PENNY“ durch letztere geltend.
- 2 Die Klägerin ist - gemeinsam mit der M. ... Studios Inc. (... Inc.) - in der Copyright-Notice auf Vervielfältigungsstücken von Filmen der James Bond-Serie benannt (vgl. Anlage K 2).
- 3 Seit 1962 erschienen 25 James Bond-Filme. Die ersten Filme der Serie basierten auf den James Bond-Romanen des britischen Autors Ian Fleming. In den Filmen ist die Figur „James Bond“ ein für den britischen Geheimdienst MI6 tätiger Geheimagent, die Figur „M“ der Leiter bzw. die Leiterin des Geheimdienstes MI6 und Vorgesetzte von „James Bond“, die Figur „Money Penny“ bzw. „Miss Money Penny“ die Sekretärin von „M“ und die Figur „Q“ Quartiermeister der Forschungs- und Entwicklungsabteilung des MI6. Nach dem Neustart der James Bond-Filmreihe mit „Casino Royale“ im Jahr 2006 kam die Figur „Money Penny“ bzw. „Miss Money Penny“ in den ersten beiden Filmen nicht vor und erschien im 2012 veröffentlichten Film „Skyfall“ als eine jüngere „Eve Money Penny“ wieder, zunächst als kämpferische Agentin an der Seite von „James Bond“, die später jedoch nach einem missglückten Rettungsversuch, bei dem „James Bond“ angeschossen wurde, auf dessen Empfehlung hin den Job im Vorzimmer von „M“ annimmt.
- 4 In Anlage K 4 hat die Klägerin Umsatzinformationen betreffend die James Bond-Filmserie für das Gebiet der Europäischen Union und Deutschlands bis einschließlich 31.12.2019 vorgelegt, in den Anlagen K 5 und K 7 Unterlagen des U.S. Copyright Office und ein Urteil des United States District Court for the Central District of California und in Anlage K 6 eine Erklärung der M. Inc. vom 08.12.2020 betreffend die Geltendmachung von Rechten durch die Klägerin im vorliegenden Rechtsstreit.
- 5 In den Anlagen K 14 bis K 18 hat die Klägerin Unterlagen betreffend die Benutzung des Begriffs „MONEYPENNY“ auf Merchandising-Artikeln, in der Werbung und in einem „Style Guide“ der Klägerin sowie in den Anlagen K 19 und K 31 Verkehrsbefragungsgutachten des IFD Allensbach vom 24.05.2019 und vom 14.10.2019 vorgelegt.
- 6 Die Klägerin ließ die Beklagte zu 2) erstmals mit Anwaltsschreiben vom 11.11.2015 abmahnen (Anlage K 38). In diesem Zusammenhang machte die Klägerin u.a. ihre Unionswortmarke „MONEYPENNY“ Nr. 005247374 geltend, die am 21.07.2006 angemeldet und am 15.09.2011 eingetragen wurde mit Schutz für Waren/Dienstleistungen in den Klassen 03, 09, 14, 16, 25, 28, 38, 41. Diese Marke wurde allerdings im Lösungsverfahren zum Az. 13782 C mit Wirkung zum 14.05.2020 gelöscht.
- 7 Die Klägerin meldete am 18.11.2015 die Unionswortmarke „MONEYPENNY“ Nr. 014802383 für Waren der Klassen 09, 16 und 18 an, gegen die die Beklagte zu 2) Widerspruch einlegte, der gegenwärtig noch anhängig ist.
- 8 Die Beklagte zu 1) wurde im Handelsregister des Amtsgerichts Tostedt am 19.11.2019 mit der im Rubrum genannten Firma eingetragen. Die Beklagte zu 2) ist Geschäftsführerin und einzige Gesellschafterin der Beklagten zu 1) (vgl. Anlage K 20).

- 9 Der Gegenstand des Unternehmens der Beklagten zu 1) ist das Halten und Verwalten von Markenrechten insbesondere in Bezug auf Sekretariats- und Assistenz Tätigkeiten für Unternehmen und die Vergabe von Nutzungsrechten daran unter Nutzung der beim DPMA eingetragenen Marke „MONEYPENNY“ und der Abschluss von Franchiseverträgen in diesem Zusammenhang.
- 10 Die Beklagte zu 2) ist Inhaberin der deutschen Wortmarke „MONEYPENNY“ Nr. 302015103606 mit einer Priorität vom 19.06.2015 und Schutz für Waren und Dienstleistungen in den Klassen 9, 35 und 41, in Klasse 35 u.a. für folgende Dienstleistungen: Büroarbeiten; Auswahl, Anwerbung, Vermittlung und Bereitstellung von Personal; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Planung und Überwachung von Unternehmensentwicklungen in organisatorischer Hinsicht; Dienstleistungen eines Franchisegebers und in Klasse 41 u.a. für folgende Dienstleistungen: Ausbildung in Bezug auf die Geschäftsführung von Franchise-Unternehmen; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Schulung in Bezug auf Geschäftsführung von Franchise-Unternehmen (vgl. Anlage K 21).
- 11 Mit Wirkung für den WIPO-Vertragsstaat Deutschland ist die Beklagte zu 2) ferner Inhaberin der internationalen Registrierung Nr. 741954 der Wortmarke „MONEYPENNY“ mit einer Priorität vom 26.07.2000 und Schutz für Dienstleistungen in den Klassen 35, 38 und 42 (vgl. Anlage K 21).
- 12 Zudem ist die Beklagte zu 2) Inhaberin der Domains „my-moneypenny.de“, „my-moneypenny.com“ und „moneypenny-werden.com“ (Anlage K 23).
- 13 Die Klägerin beanstandet als konkrete Verletzungsformen gemäß der Anlagen K 24 bis K 26 sowie K 28 Zeichenverwendungen auf den Webseiten www.my-moneypenny.com, www.moneypenny-werden.com und www.my-moneypenny.de. Die Klägerin wendet sich u.a. gegen diesen Webseitenauftritt auf www.my-moneypenny.com (S. 1 der Anlage K 24), der beispielhaft eingeblendet wird:



- 14 Die Klägerin hat die geltend gemachten Unterlassungsansprüche auf §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG, §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 5 Abs. 2 UWG, §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG, §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 4 Nr. 3 a), b) UWG, §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 4 Nr. 4 UWG und nachrangig auf Werktitelschutz gem. §§ 15 Abs. 2 und Abs. 3, 5 Abs. 3 MarkenG sowie auf §§ 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1, Nr. 2, Abs. 5, 4 Nr. 2 MarkenG (Schutz einer Verkehrsgeltungsmarke) gestützt. Die weiteren Klageansprüche hat die Klägerin als Beseitigungs- und Annexansprüche geltend gemacht.
- 15 Wegen des näheren Sach- und Streitstandes bis zur Entscheidung in erster Instanz und der erstinstanzlich gestellten Anträge wird gem. § 540 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 ZPO auf das Urteil des Landgerichts Bezug genommen.
- 16 Das Landgericht hat die Klage mit Urteil vom 15.06.2023 abgewiesen. Es hat gemeint, der Klägerin stünden die geltend gemachten Ansprüche weder aus Wettbewerbsrecht noch aus Markenrecht zu. Wegen der Einzelheiten wird auf das angegriffene Urteil verwiesen. Einen Tatbestandsberichtigungsantrag der Klägerin hat das Landgericht durch Beschluss vom 10.07.2023 zurückgewiesen.
- 17 Gegen dieses Urteil wendet sich die Klägerin mit ihrer Berufung, mit der sie ihr erstinstanzliches Begehren vollen Umfangs weiterverfolgt.
- 18 Die Klägerin meint, die tatsächlichen Feststellungen des Landgerichts seien unvollständig und trügen das Urteil nicht. Zudem sei die rechtliche Würdigung fehlerhaft.
- 19 Die Klägerin wiederholt zunächst die Rügen aus ihrem Tatbestandsberichtigungsantrag vom 30.06.2023. Der Tatbestand des landgerichtlichen Urteils habe wesentliche Argu-

mentation von ihr, der Klägerin, unberücksichtigt gelassen und eine Reihe von Anlagen nicht erwähnt.

- 20 Es sei unstreitig, dass sie zusammen mit der M. Inc. Mitinhaberin der Urheberrechte an der James Bond-Filmserie sei. Weiter ergebe sich aus der vorgelegten Verkehrsbefragung, dass „MONEYPENNY“ als Herkunftshinweis für die James Bond-Filmserie aufgefasst werde (von 38% aller Befragten). „MONEYPENNY“ sei ein betrieblicher Herkunftshinweis für die Filmserie und „MONEYPENNY“ nehme die beste Sekretärin und persönliche Assistentin der Welt in Bezug. Das Zeichen „MONEYPENNY“ sei von ihr, der Klägerin, bzw. mit ihrer Zustimmung auch geschäftlich ausgewertet worden, wie sich aus den Anlagen K 12 bis K 18 ergebe (Bücher: „Moneypenny Diaries“, Merchandising License Agreement mit Globe-Trotter Suitcase Co. Ltd. aus dem Jahr 2015 betreffend eine Nutzung für u.a. Taschen und Handyhüllen). Die Dienstleistungen der Beklagten würden konkret und tatsächlich im Hinblick auf ihre betriebliche Herkunft mit der Klägerin verwechselt (vgl. Verkehrsgutachten aus dem Juli 2019, Anlage K 31).
- 21 Sie, die Klägerin, habe auch zum Charakter der Filmfigur „Miss Moneypenny“ spezifiziert vorgetragen. Die „Miss Moneypenny“ in der Filmserie habe unabhängig von der jeweiligen Schauspielerin, die sie verkörpert habe, als Charakter ein eigenständiges „Leben“ unabhängig von der Fabel und dem jeweiligen Filmgeschehen entwickelt. Ganz unabhängig von wiederholten Verfeinerungen bestimmter Charakteristika, etwa im Hinblick auf feministische Emanzipation, die zu ihrer derzeitigen Personifikation geführt hätten, seien die berufsbezogenen Qualitäten des Charakters stets unverändert geblieben. Tatsächlich habe die Anpassung des Charakters an geänderte Frauenbilder völlig unberührt gelassen, wie die Figur „Miss Moneypenny“ stets herausragend ihre professionellen Leistungen abrufe und professionell stets an vorderster Front bleibe. Dies mache „Miss Moneypenny“ einzigartig, weil man fast nichts über ihr persönliches Leben wisse oder den familiären Hintergrund. Sie definiere sich durch ihre Professionalität und auch durch die Beziehung zu James Bond, geprägt von Verständnis, Freundschaft, Loyalität und Einsatzwillen. In diesem Hinblick sei jedermann klar, dass sie niemals ein Paar sein würden, genau, wie die beiden das auch wüssten. Im Ergebnis bleibe „Miss Moneypenny“ ein stets definierter Charakter, der aber für Veränderungen offen sei, genauso wie auch die Figur des James Bond selbst.
- 22 Entgegen der Ansicht des Landgerichts liege ein Wettbewerbsverhältnis vor. Dieses bestehe zwischen der James Bond-Filmserie und den Dienstleistungen der Beklagten. Das Verkehrsgutachten Anlage K 31 belege, dass die Verkehrskreise die von den Beklagten gewählte Bezeichnung „MONEYPENNY“ mit der entsprechenden Bezeichnung aus der Filmserie verwechselten, an der sie, die Klägerin, die Rechte innehave. Hieraus ergebe sich ein ad hoc-Wettbewerbsverhältnis. Es liege Behinderungswettbewerb vor. Das Konkurrenzmoment liege darin, dass beide Parteien für sich „MONEYPENNY“ als Herkunftshinweis in Anspruch nähmen. Es gehe um den guten Ruf, das Image, das die angesprochenen Verkehrskreise in beiden Fällen mit „MONEYPENNY“ verbänden und dessen Aufbau, Pflege und Schutz allein ihrer, der Klägerin, Leistung (aus eigenem und abgetretenem Recht) obliege. „MONEYPENNY“ sei die Personifikation einer perfekten Sekretärin und Erkennungsmerkmal für die Filmserie. Die Beklagten machten daraus einen Herkunftshinweis für Sekretariatsdienstleistungen in der Realität. Ihr, der Klägerin, Herkunftshinweis werde verwässert, was als Nachteil im Rahmen der Prüfung des Wettbewerbsverhältnisses zu berücksichtigen sei. Es liege eine Gleichstellungsbehauptung vor, da die Beklagten „MONEYPENNY“ für sich und ihre Dienstleistungen - auf dem Rücken ih-

rer, der Klägerin, Arbeit und Leistung - beanspruchten. Die Beklagten verwendeten „MONEYPENNY“ personalisiert, wie es für eine Marke, auch eine Dienstleistungsmarke, ungebräuchlich sei. Die Beklagten übernahmen ihre, der Klägerin, Leistung vollständig (nach Leistung, Bekanntheit, Image und Werbewert) und übertrugen sie in die Realität. Die Beklagten maßten sich die Person eines Lizenznehmers an. Weil das Angebot der Beklagten eine fehlerhafte betriebliche Zuordnung bewirke, liege ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien vor.

- 23 Die Klägerin wiederholt ihren erstinstanzlichen Vortrag, wonach sie und mit ihr verbundene Unternehmen Lizenzen dergestalt vergeben hätten, „dass die Bekanntheit von 'MONEYPENNY' jenseits der Filmserie für Bücher, Taschen, Koffer, Schreibbedarf und Uhren in die Realität transportiert“ worden sei. Die Abgrenzungsvereinbarung mit dem Unternehmen C... Ltd. (Anlage K 45) belege, dass auch eine Lizenz denkbar sei, sie, die Klägerin, in einem solchen Bestreben aber behindert sei, wenn die Beklagten ohne eine solche sich die Bezeichnung „MONEYPENNY“ aneigneten.
- 24 Der Annahme eines Wettbewerbsverhältnisses stehe nicht entgegen, dass sie, die Klägerin, ihren Sitz im Ausland habe. Sie sei mit Wirkung für die Bundesrepublik Deutschland Rechteinhaberin einer geschäftlichen Bezeichnung bzw. einer nicht-eingetragenen Marke und urheberrechtlicher Schutzpositionen. Ein hinreichender Inlandsbezug liege damit vor.
- 25 Es lägen Täuschung, Irreführung, Verwechslungsgefahr und Behinderung vor. Es komme nicht darauf an, ob sie, die Klägerin, über eine Marke verfüge. Entscheidend sei, ob die angesprochenen Verkehrskreise Verwechslungen unterlägen. Die Eintragung der Marke für die Beklagten könne keine Rechtfertigungs- oder Ausschlusswirkung für wettbewerbsrechtliche Ansprüche haben. Erst recht sei nicht vom Vorrang des Markenrechts auszugehen, wenn für die Gläubigerin - wie hier - kein Markenschutz vorliege.
- 26 Zum vom Landgericht verneinten Werktitelschutz (§§ 15 Abs. 2 und Abs. 3, 5 Abs. 3 MarkenG) macht die Klägerin geltend, sie habe bereits in der Klageschrift vorgetragen, dass die Figur „Miss Moneypenny“ die Manifestation einer perfekten Sekretärin und persönlichen Assistentin sei, die über hochkarätige organisatorische Fähigkeiten verfüge, besonders effizient und belastbar sei und absolut engagiert arbeite, sie sei der Inbegriff von Professionalität. Es lägen Merkmale vor, die den fiktionalen Charakter mit einem Eigenleben ausstatteten, das unabhängig von der Fabel und dem jeweiligen Filmgeschehen stehe. Die Beklagten nutzten aus, dass sich das Zeichen „MONEYPENNY“ von jeder physischen Gestalt entkleidet darstelle und als Ansammlung positiver Eigenschaften genutzt werden könne, sich also für nahezu jede Person im Dienstleistungsbereich als Projektionsfläche bzw. eben als „Katalysator“ anbiete.
- 27 Entgegen der Ansicht des Landgerichts sei auch eine Bekanntheit von „MONEYPENNY“ als Herkunftshinweis gegeben. Es treffe nicht zu, dass das Zeichen „MONEYPENNY“ den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als Name einer Filmfigur gegenübergetreten sei. Etwa 40% der angesprochenen Verkehrskreise ordneten „MONEYPENNY“ der Filmserie zu und damit ihrem, der Klägerin, Geschäft. „MONEYPENNY“ werde nicht nur mit der Filmfigur in Verbindung gebracht, sondern mit James Bond, mit Film, DVD, Blu-ray, Fernsehen und Kino. Es sei eine herkunftshinweisende Bekanntheit für die gesamte Filmserie gegeben.

- 28 Die Klägerin beantragt:
- 29 I. Das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 15.06.2023, Az: 327 O 230/21 wird aufgehoben und
- 30 1. die Beklagten werden verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,- € und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Falle mehrfacher Zuwiderhandlungen bis zu insgesamt zwei Jahren, im Falle der Beklagten zu 1. zu vollziehen an der Beklagten zu 2., zu unterlassen,
- 31 MONEYPENNY und/oder MY MONEYPENNY im geschäftlichen Verkehr handelnd für Sekretariatsdienste und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin und/oder damit zusammenhängende Bildungs-, Beratungs- und Coaching-Dienstleistungen zu benutzen und/oder dies anderen zu gestatten;
- 32 insbesondere es zu unterlassen, MONEYPENNY und/oder MY MONEYPENNY für die Bewerbung, das Angebot und/oder die Erbringung solcher Dienstleistungen zu benutzen und/oder dies anderen zu gestatten und/oder diese Bezeichnungen in der geschäftlichen Kommunikation für derartige Dienstleistungen zu benutzen;
- 33 Sekretariatsdienste und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin erfassen in diesem Zusammenhang Bereitschaftsdienste, Interimsdienste und ständige Engagements und erstrecken sich auch auf Büroverwaltungsdienste, Postdienste und Dienste für die Geschäftskorrespondenz, Telefon- und Kommunikationsdienste, Kalenderdienste, Termin- und Reisekoordination, Projektmanagement, Vertragsmanagement, Dienste für Marketingkonzepte und -verwaltung, Dienstleistungen für Kundenbeziehungsmanagement, Buchhaltungs- und Inkassodienstleistungen;
- 34 1.1. hilfsweise zu 1.:
- 35 Die Beklagten werden verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,- € und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Falle mehrfacher Zuwiderhandlungen bis zu insgesamt zwei Jahren, im Falle der Beklagten zu 1. zu vollziehen an der Beklagten zu 2., zu unterlassen,
- 36 MONEYPENNY und/oder MY MONEYPENNY im geschäftlichen Verkehr handelnd für Sekretariatsdienste und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin und/oder damit zusammenhängende Bildungs-, Beratungs- und Coaching-Dienstleistungen zu benutzen und/oder dies anderen zu gestatten;
- 37 insbesondere es zu unterlassen, MONEYPENNY und/oder MY MONEYPENNY für die Bewerbung, das Angebot und/oder die Erbringung solcher Dienstleistungen zu benutzen und/oder dies anderen zu gestatten und/oder diese Bezeichnungen in der geschäftlichen Kommunikation für derartige Dienstleistungen zu benutzen;
- 38 Sekretariatsdienste und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin erfassen in diesem Zusammenhang Bereitschaftsdienste, Interimsdienste und ständige Engagements und erstrecken sich auch auf Büroverwaltungsdienste, Postdienste und Dienste für die Geschäftskorrespondenz, Telefon- und Kommunikationsdiens-

te, Kalenderdienste, Termin- und Reisekoordination, Projektmanagement, Vertragsmanagement, Dienste für Marketingkonzepte und -verwaltung, Dienstleistungen für Kundenbeziehungsmanagement, Buchhaltungs- und Inkassodienstleistungen, soweit dies in der Form folgender Werbeaussagen geschieht:

- 39 „MONEYPENNY finden“,
- 40 „Ihre MONEYPENNY“,
- 41 „mit Ihrer persönlichen MONEYPENNY“,
- 42 „MONEYPENNYS sind im Einsatz“,
- 43 „hier finden Sie Ihre persönliche MONEYPENNY“,
- 44 „Sie wollen eine MONEYPENNY werden?“,
- 45 „für MONEYPENNYS“,
- 46 „MONEYPENNY werden“,
- 47 „MONEYPENNYS garantieren einen verbindlichen Qualitätsstandard“,
- 48 „Sie wollen eine MONEYPENNY werden?“,
- 49 „MONEYPENNYS bieten eine passgenaue Lösung“,
- 50 „MONEYPENNYS entlasten Ihre Kunden“,
- 51 „mit einer MONEYPENNY bleiben existentiell wichtige Dinge nicht mehr liegen“,
- 52 „Sie möchten unsere nächste MONEYPENNY werden?“,
- 53 „wir suchen bundesweit qualifizierte und erfahrene MONEYPENNYS“,
- 54 „wir suchen nicht nur weibliche Assistentinnen als MONEYPENNY“,
- 55 „was muss eine MONEYPENNY mitbringen?“,
- 56 „jede einzelne MONEYPENNY profitiert von gemeinsamen Werbe- und Akquisemaßnahmen“,
- 57 „übrigens: Sie können auch nebenberuflich MONEYPENNY werden“,
- 58 „so arbeitet eine MONEYPENNY“,
- 59 „hätte ich mir selbst eine MONEYPENNY gewünscht“,
- 60 „MONEYPENNY arbeitet stets lösungsorientiert und ist auf dem direkten Weg zum Ziel“,
- 61 „MONEYPENNY denkt und versteht schnell und setzt effizient um“,
- 62 „MONEYPENNY versteht Ihre Kunden und handelt unternehmerisch in Ihrem Sinne“,
- 63 „MONEYPENNY liegen Ihre Kunden wirklich am Herzen“,

- 64 „MONEYPENNY hat viel Lebens- und Berufserfahrung und ist vielseitig einsetzbar“,
- 65 „MONEYPENNY braucht keine lange Einarbeitung“;
- 66 2. die Beklagten werden verurteilt, jede Art von kommerzieller Kommunikation mit den Zeichen gemäß Ziffer 1. zu entfernen und/oder zurückzurufen und anschließend zu vernichten, was die Löschung aller Domains einschließt, die aus den Zeichen gemäß Ziffer 1. bestehen und/oder diese enthalten, insbesondere mymoneypenny.de, my-moneypenny.com und moneypennywerden.com, die zur Bewerbung, zum Angebot und/oder in Verbindung mit der Erbringung von Sekretariatsdienstleistungen und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin nach der Definition gemäß Ziffer 1. und/oder damit zusammenhängende Franchise-, Lizenzierung-, Bildungs-, Beratungs- und Coaching-Dienstleistungen verwendet werden;
- 67 2.1. hilfsweise zu 2.:
- 68 Die Beklagten werden verurteilt jede Art von kommerzieller Kommunikation mit den werblichen Aussagen gemäß Ziffer 1. zu entfernen und/oder zurückzurufen und anschließend zu vernichten, die zur Bewerbung, zum Angebot und/oder in Verbindung mit der Erbringung von Sekretariatsdienstleistungen und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin nach der Definition gemäß Ziffer 1. und/oder damit zusammenhängende Franchise-, Lizenzierung-, Bildungs-, Beratungs- und Coaching-Dienstleistungen verwendet werden;
- 69 3. die Beklagten werden verurteilt, die Firma Moneypenny Verwaltungs GmbH (HRB 207627, AG Tostedt) durch Ersetzung des Bestandteils MONEYPENNY abzuändern;
- 70 4. die Beklagte zu 2. wird verurteilt, in die vollständige Löschung der Deutschen Marke 302015103606, Wort: MONEYPENNY, einzuwilligen und wird verurteilt, auf den deutschen Anteil der Internationalen Registrierung 741954, Wort: MONEYPENNY, gegenüber den jeweils zuständigen Behörden zu verzichten;
- 71 5. die Beklagten werden verurteilt, Auskunft zu geben über die Zeit, Dauer und den Umfang der Benutzungshandlungen nach Ziffer 1. und über jede Art der kommerziellen Kommunikation dafür;
- 72 6. die Beklagten werden verurteilt, Auskunft über die Namen und Adressen sämtlicher Lizenznehmer und/oder sonst autorisierter Personen zu geben, die die Zeichen nach Ziffer 1. für Sekretariatsdienstleistungen und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin nach der Definition gemäß Ziffer 1. benutzen und/oder benutzt haben, unter Aufschlüsselung des jeweiligen Inhalts, des Umfangs, der Zeitdauer und des Gebiets einer solchen Lizenz und/oder Gestattung;
- 73 7. die Beklagten werden verurteilt, unverzüglich Auskunft zu geben und Rechnung zu legen über den Umsatz und Gewinn mit den Benutzungshandlungen nach Ziffer 1., durch Vorlage eines geordneten Verzeichnisses im Hinblick auf Umsatz und Gewinn, auch im Hinblick auf die jeweiligen Lizenznehmer und Gestattungsempfänger;
- 74 8. es wird festgestellt, dass die Beklagten verpflichtet sind, der Klägerin jeden Schaden zu ersetzen, der dieser durch die Handlungen nach Ziffer 1. und/oder 2. entstanden ist oder noch entstehen wird;

- 75 9. die Beklagten zahlen gesamtschuldnerisch an die Klägerin einen Betrag von 55.335,- € zzgl. Zinsen i.H.v. 9 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz der EZB seit Rechtshängigkeit zur Erstattung der Kosten für die Verkehrsbefragungen und Gutachten Moneypenny I und Moneypenny II des Instituts für Demoskopie Allensbach Gesellschaft zum Studium der öffentlichen Meinung mit beschränkter Haftung aus März 2019 und Juli 2019;
- 76 II. Hilfsweise: Die Revision wird zugelassen.
- 77 III. Hilfsweise: das angefochtene Urteil des Landgerichts Hamburg vom 15.06.2023, Az: 327 O 230/21, aufzuheben und zur anderweitigen Verhandlung an das Landgericht Hamburg zurückzuverweisen.
- 78 Die Beklagten beantragten,
- 79 die Berufung zurückzuweisen.
- 80 Die Beklagten verteidigen das landgerichtliche Urteil unter Wiederholung und Vertiefung ihres Vorbringens.
- 81 Die Beklagten tragen wiederholend vor, dass sie ihre seit dem Jahr 2000 eingetragene Marke nutzten. Dies sei weder irreführend noch verletze es die (nicht mehr vorhandenen) Markenrechte der Klägerin. Die Klägerin habe die Marke für keine einzige Ware oder Dienstleistung genutzt. Urheberrechtliche Ansprüche seien nicht streitgegenständlich.
- 82 Die Beklagten verweisen darauf, dass James Bond und die Figur der „Miss Moneypenny“ von Ian Fleming und nicht der Klägerin geschaffen worden seien. Die Klägerin sei in der Bundesrepublik Deutschland nicht geschäftlich tätig, Verleih und Vertrieb der James Bond-Filmserie erfolgten seit dem Jahr 2001 über M. Inc. Die Klägerin verwechsle die abstrakte Bekanntheit mit der markenrechtlich relevanten Bekanntheit.
- 83 Die Klägerin verlange von ihr, der Beklagten, die Löschung einer seit mehr als 20 Jahren eingetragenen Marke, obwohl die Klägerin ihre einzige Marke in einem Löschungs-/Verfallsverfahren mangels Benutzung verloren habe. Die klägerische Unionsmarke Nr. 005247374 sei zudem nicht für die nun beanstandeten Sekretariatsdienstleistungen eingetragen gewesen, sondern - wie unstreitig ist - für Waren und Dienstleistungen in den Klassen 03, 09, 14, 16, 25, 28, 38, 41. Wegen Nichtbenutzung sei die Marke mit Beschluss vom 19.06.2019 gelöscht worden.
- 84 Aus Anlage K 14 ergebe sich, dass die Benutzung - wenn überhaupt außerhalb Deutschlands - von der Ian Fleming Publications Ltd. erfolgt sei. Die Klägerin sei nicht anspruchsberechtigt.
- 85 Die Klägerin habe die Bezeichnung „MONEYPENNY“ nicht verwendet. Sie dulde nicht nur seit 20 Jahren ihre, der Beklagten, Marke, sondern auch die Eintragung und Benutzung unzähliger anderer „MONEYPENNY“-Marken.
- 86 Die Klägerin sei auch keine Inhaberin eines Werktitels „Miss Moneypenny“. Die denkbaren Assoziationen, die die Figur der James Bond-Filmserie „Miss Moneypenny“ hervorrufe, stünden nur am Rande im Zusammenhang mit der ihr ins Drehbuch geschriebenen Stellung als Sekretärin der Figur „M“. Die Tätigkeit als Sekretärin sei nur Vehikel der Rol-

lenverteilung zwischen James Bond und „Miss Money Penny“. „Miss Money Penny“ werde mit keinem bestimmten Charakter verbunden. Zudem sei die Klägerin nicht anspruchsberechtigt. Der Verfasser des Werks sei Inhaber eines Werktitelrechts und nicht derjenige, der erst durch umfangreiche Benutzung eines Werkes mit einem originär nicht unterscheidungskräftigen Titel zu seiner Schutzfähigkeit beitrage oder wer ansonsten mit der Produktion, der Vermarktung oder dem Vertrieb eines Werkes beschäftigt sei. Das Titelrecht sei nicht selbständig übertragbar.

87 Die Klägerin werfe alles in den Ring, was der gewerbliche Rechtsschutz und das Urheberrecht hergäben, jedoch fehle spezifizierter Vortrag zur eigenen Schöpfung (Urheberrecht), zur Tätigkeit als ihre, der Beklagten, Mitbewerberin (unlauterer Wettbewerb) oder zur herkunftshinweisenden Benutzung in Deutschland (Markenrecht).

88 Wegen des weiteren Vortrags der Parteien wird auf die eingereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie die Sitzungsprotokolle Bezug genommen.

II.

89 1. Die zulässige Berufung der Klägerin bleibt in der Sache ohne Erfolg. Das Landgericht hat zu Recht die vorliegende Klage abgewiesen. Der Klägerin stehen die von ihr im Hauptantrag gegen die Beklagten geltend gemachten Unterlassungsansprüche - auch unter Berücksichtigung des Berufungsvorbringens - weder aus Wettbewerbsrecht noch aus Markenrecht zu. Demgemäß bestehen auch keine klägerischen Ansprüche auf Beseitigung, Vernichtung, Domainlöschung, Firmenänderung, Markenlöschung, Auskunft und Schadensersatzfeststellung sowie auf die nebenfordernd geltend gemachten Kosten der Verkehrsgutachten. Auch unter Berücksichtigung des Berufungsvorbringens ist die zulässige Klage nicht begründet.

90 a. Es liegt eine zulässige Klage vor. Insbesondere sind die Klageanträge hinreichend bestimmt i.S.v. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

91 aa. Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Klageantrag - und nach § 313 Abs. 1 Nr. 4 ZPO eine darauf beruhende Verurteilung - nicht derart undeutlich gefasst sein, dass der Streitgegenstand und der Umfang der Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts nicht klar umrissen sind, der Beklagte sich deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und im Ergebnis dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung darüber überlassen bleibt, was dem Beklagten geboten ist (st. Rspr; BGH GRUR 2022, 1812 Rn. 13 - DNS-Sperre). Es sind bei der Formulierung des Antrags gewisse Verallgemeinerungen zulässig, sofern darin das Charakteristische (der „Kern“) der konkreten Verletzungsform aus der begangenen Verletzungshandlung zum Ausdruck kommt (st. Rspr; BGH GRUR 2008, 702 Rn. 55 - Internetversteigerung III). Einem Antrag kann in der Regel im Wege der Auslegung als „minus“ entnommen werden, dass jedenfalls die konkrete Wettbewerbsmaßnahme bzw. Verletzungsform verboten werden soll, wobei Voraussetzung ist, dass feststellbar ist, welche konkrete Verletzungsform auf jeden Fall erfasst sein soll (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 12 Rn. 1.44). Dies ist hier der Fall.

92 bb. Streitgegenstand des Haupt-Unterlassungsantrags zu 1. ist,

93 - MONEYPENNY und/oder MY MONEYPENNY

- 94 - im geschäftlichen Verkehr handelnd
- 95 - für Sekretariatsdienste und/oder Dienstleistungen einer persönlichen Assistentin und/oder damit zusammenhängende Bildungs-, Beratungs- und Coaching-Dienstleistungen zu benutzen und/oder dies anderen zu gestatten;
- 96 - insbesondere es zu unterlassen, MONEYPENNY und/oder MY MONEYPENNY für die Bewerbung, das Angebot und/oder die Erbringung solcher Dienstleistungen zu benutzen und/oder dies anderen zu gestatten und/oder diese Bezeichnungen in der geschäftlichen Kommunikation für derartige Dienstleistungen zu benutzen.
- 97 Im Hilfsantrag zu 1. geht es um die Unterlassung konkreter Aussagen, wie sich aus dem Zusatz: „soweit dies in der Form folgender Werbeaussagen geschieht:“ ergibt.
- 98 In erster Instanz hat die Klägerin hilfsweise zum Hilfsantrag zu Ziff. 1 den Antrag mit dem Zusatz „wie geschehen in den Anlagen K 24 bis K 26 bzw. K 28“ gestellt. Zwar ist dieser Hilfs-Hilfsantrag im Berufungsverfahren nicht wiederholt worden. Jedoch ergibt sich aus Antrag und Begründung (weiterhin), dass die Klägerin in den Anlagen K 24 bis K 26 sowie K 28 die konkreten Verletzungsformen sieht und jedenfalls die konkreten Verletzungsformen und kerngleiche Handlungen dazu verboten haben will.
- 99 Ob der abstrakte Antragsteil des Unterlassungsantrags zu weitgehend ist, ist eine Frage der Begründetheit.
- 100 Der „insbesondere“-Zusatz ist in den vorliegenden Anträgen unproblematisch. Denn ist ein (markenrechtlicher) Verletzungsfall festgestellt, erstreckt sich der Unterlassungsanspruch eines Klägers auf alle markenmäßigen Benutzungshandlungen des angegriffenen Zeichens (BGH GRUR 2018, 417 Rn. 56 - Resistograph; Senat GRUR-RR 2023, 253 Rn. 87 - BOSS; Senat GRUR 2024, 767 Rn. 28).
- 101 Zur Reihenfolge der Streitgegenstände hat die Klägerin angegeben, vorrangig aus Wettbewerbsrecht gegen die Beklagten vorzugehen und hilfsweise (in dieser Reihenfolge) aus Werktitelschutz (§§ 15 Abs. 2 und Abs. 3, 5 Abs. 3 MarkenG) und aus dem Schutz einer Verkehrsgeltungsmarke (§ 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1, Nr. 2, Abs. 5 i.V.m. § 4 Nr. 2 MarkenG). Richtet sich die Klage gegen die konkrete Verletzungsform, so ist in dieser der Lebenssachverhalt zu sehen, durch den der Streitgegenstand bestimmt wird. Leitet die klagende Partei die Unzulässigkeit des Verhaltens dabei aus verschiedenen - mitbewerber- oder verbraucherschützenden - Unlauterkeitstatbeständen ab, stellen diese nur unterschiedliche rechtliche Gesichtspunkte und keine verschiedenen Streitgegenstände dar (BGH GRUR 2021, 497 Rn. 38 - Zweitmarkt für Lebensversicherungen). Insoweit sind die lauterkeitsrechtlichen Ansprüche im Streitfall ein Streitgegenstand. Jedes Schutzrecht stellt demgegenüber einen weiteren Streitgegenstand dar (vgl. BGH GRUR 2015, 1201 Rn. 38 - Sparkassen-Rot/Santander-Rot).
- 102 b. Die vorliegende Klage ist jedoch nicht begründet. Die geltend gemachten Unterlassungs-, Beseitigungs- und Annexansprüche stehen der Klägerin gegen die Beklagten weder aus Wettbewerbsrecht noch aus Markenrecht zu.

- 103 aa. Es ist deutsches Sachrecht anzuwenden, und zwar nach Art. 6 Abs. 1 VO (EG) 864/2007 (Rom II-VO) für die auf das UWG gestützten Ansprüche und nach Art. 8 Abs. 1 VO (EG) 864/2007 (Rom II-VO) für die zeichenrechtlichen Ansprüche.
- 104 Nach Art. 6 Abs. 1 VO (EG) Nr. 864/2007 (Rom II-VO) ist auf außervertragliche Schuldverhältnisse aus unlauterem Wettbewerbsverhalten das Recht des Staats anzuwenden, in dessen Gebiet die Wettbewerbsbeziehungen oder die kollektiven Interessen der Verbraucher beeinträchtigt worden sind oder wahrscheinlich beeinträchtigt werden. Entscheidend ist danach der Ort der wettbewerblichen Interessenkollision (BGH MMR 2023, 362 Rn. 14 - Haftung für Affiliates). Die Klägerin wendet sich vorliegend gegen eine wettbewerbliche Kollision auf dem deutschen Markt, so dass deutsches Recht anwendbar ist.
- 105 Nach Art. 8 Abs. 1 VO (EG) Nr. 864/2007 (Rom II-VO) ist auf außervertragliche Schuldverhältnisse aus einer Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums das Recht des Staats anzuwenden, für den der Schutz beansprucht wird. Nach diesem Recht sind insbesondere das Bestehen des Rechts, die Rechtsinhaberschaft des Verletzten, Inhalt und Umfang des Schutzes sowie der Tatbestand und die Rechtsfolgen einer Rechtsverletzung zu beurteilen (stRspr; vgl. BGH MMR 2024, 419 Rn. 18 - Extreme Durable). Da Gegenstand der Klage Ansprüche aus § 5 Abs. 3 MarkenG und aus § 4 Nr. 2 MarkenG und damit aus deutschen Kennzeichen sind, ist im Streitfall deutsches Markenrecht anzuwenden.
- 106 bb. Die auf das Wettbewerbsrecht gestützten Ansprüche stehen der Klägerin weder aus eigenem noch aus abgetretenem Recht zu, da weder die Klägerin noch die Zedentin, die M. ... Studios Inc., Mitbewerberin der Beklagten i.S.v. § 8 Abs. 3 Nr. 1, § 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG sind. Es fehlt - bezogen auf die geltend gemachten UWG-Ansprüche - an einer Anspruchsberechtigung der Klägerin. Das Landgericht hat insoweit zutreffend entschieden. Das hiergegen gerichtete Berufungsvorbringen bleibt ohne Erfolg.
- 107 aaa. Das Landgericht ist von zutreffenden Grundsätzen ausgegangen.
- 108 Die Klägerin macht einen Verletzungsunterlassungsanspruch i.S.v. § 8 Abs. 1 UWG geltend, den sie auf verschiedene - ihrer Meinung nach gegebene - Wettbewerbsverstöße stützt. In § 8 Abs. 3 UWG ist geregelt, wer Gläubiger der in § 8 Abs. 1 UWG genannten Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche ist (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 8 Rn. 3.2). § 8 Abs. 3 UWG stellt eine abschließende Regelung dar (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 8 Rn. 3.4). Die - hier allein in Betracht kommende - Mitbewerbereigenschaft der Klägerin stellt keine Voraussetzung der Zulässigkeit, sondern der Begründetheit der Klage dar (BGH GRUR 2020, 303 Rn. 14 - Pflichten des Batterieherstellers).
- 109 Anspruchsberechtigt ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG u.a. ein Mitbewerber. Die Eigenschaft als Mitbewerber erfordert ein konkretes Wettbewerbsverhältnis i.S.v. § 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG. Das ist gegeben, wenn beide Parteien gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen und daher das Wettbewerbsverhalten des einen den anderen beeinträchtigen, d.h. im Absatz behindern oder stören kann (BGH NJW 2023, 3361 Rn. 19 - muenchen.de). Da im Interesse eines wirksamen lauterkeitsrechtlichen Individualschutzes grundsätzlich keine hohen Anforderungen an das Vorliegen eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses zu stellen sind, reicht es hierfür aus, dass sich der Verletzer durch seine Verletzungshandlung im konkreten Fall in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt. Ein konkre-

tes Wettbewerbsverhältnis ist daher anzunehmen, wenn zwischen den Vorteilen, die die eine Partei durch eine Maßnahme für ihr Unternehmen oder das eines Dritten zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die die andere Partei dadurch erleidet, eine Wechselwirkung in dem Sinne besteht, dass der eigene Wettbewerb gefördert und der fremde Wettbewerb beeinträchtigt werden kann und die von den Parteien angebotenen Waren oder Dienstleistungen einen wettbewerblichen Bezug zueinander aufweisen (sog. Behinderungswettbewerb, vgl. BGH NJW 2023, 3361 Rn. 19 - muenchen.de).

- 110 Voraussetzung ist ein konkreter, nämlich wettbewerblicher Bezug der Ware oder Dienstleistung des handelnden Unternehmers zur Ware oder Dienstleistung eines anderen Unternehmers (BGH GRUR 2017, 918 Rn. 19 - Wettbewerbsbezug). Dieser konkrete (sachliche, funktionale) Bezug kann sich aus der Eigenart der Produkte oder aus der getroffenen Werbemaßnahme ergeben. Hinzukommen muss die Eignung der Förderung des eigenen Absatzes zur Beeinträchtigung des fremden Absatzes (Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 2 Rn. 4.29). Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis ist zu bejahen, wenn die Ware oder Dienstleistung des handelnden Unternehmers einen wettbewerblichen Bezug zur Ware oder Dienstleistung eines anderen Unternehmers aufweist und mit der Förderung des eigenen Absatzes die Beeinträchtigung des fremden Absatzes einhergehen kann (Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 2 Rn. 4.30).
- 111 Der Begriff des Mitbewerbers ist grundsätzlich im gesamten UWG einheitlich auszulegen, so dass an die Mitbewerbereigenschaft im Sinne der mitbewerberschützenden Normen grundsätzlich keine anderen Anforderungen zu stellen sind als an die im Sinne der Verbraucherschützenden Normen (BGH GRUR 2021, 497 Rn. 32 - Zweitmarkt für Lebensversicherungen).
- 112 Schließlich ist der Begriff des Unternehmers grds. weit auszulegen. Geboten ist eine wirtschaftliche Betrachtungsweise, die auf die tatsächliche Stellung im Wettbewerb abhebt. Erforderlich ist eine auf Dauer angelegte, selbstständige wirtschaftliche Betätigung, die darauf gerichtet ist, Waren oder Dienstleistungen gegen Entgelt zu vertreiben (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 8 Rn. 3.27b). Der Mitbewerber muss seine unternehmerische Tätigkeit im Zeitpunkt der Verletzungshandlung bereits aufgenommen haben und er darf sie im Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung noch nicht beendet haben. Maßstab hierfür ist, ob der Betreffende schon oder noch als Wettbewerber auf dem Markt anzusehen ist. Die Anerkennung eines nur potentiellen Wettbewerbsverhältnisses hat der Bundesgerichtshof abgelehnt, um der Gefahr der uferlosen Ausweitung der Anspruchsberechtigung des Mitbewerbers vorzubeugen (BGH GRUR 2021, 1207 Rn. 15 - Vorsicht Falle; BGH GRUR 2020, 303 Rn. 42 - Pflichten des Batterieherstellers). Nicht ausreichend ist z.B. die bloße Anmeldung und Eintragung einer Marke, soweit es um den Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen unter einer Marke geht (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 8 Rn. 3.29).
- 113 bbb. Nach Maßgabe der vorgenannten Grundsätze hat das Landgericht im Streitfall zu Recht die Mitbewerbereigenschaft der Klägerin (und auch der Zedentin, der M. ... Studios Inc.) verneint.
- 114 Im Streitfall kommt - wie auch die Klägerin geltend macht - allenfalls ein sog. Behinderungswettbewerb in Betracht. Im Hinblick auf die Tätigkeit der Klägerin (und der der Zedentin, der M. ... Studios Inc.) betreffend die Vermarktung/Auswertung der James Bond-

Filmserie fehlt es jedoch an einer Beeinträchtigung durch die angegriffenen Handlungen. Hinsichtlich eines potentiellen Lizenzgeschäfts der Klägerin und/oder der Zedentin fehlt es in zeitlicher Hinsicht an einem konkreten Wettbewerbsverhältnis auf dem maßgeblichen deutschen Markt, da ein potentielles Wettbewerbsverhältnis insoweit nicht ausreichend ist.

- 115 (1) Das Landgericht hat darauf abgestellt, dass die Klägerin eine eigene - globale - Lizenzierungstätigkeit lediglich behauptet habe. Weder die Klägerin noch die Zedentin seien Partei der von der Klägerin in den Anlagen K 14 und K 15 vorgelegten Lizenzverträge. Anhaltspunkte für eine eigene Lizenzierungstätigkeit oder eine solche der Zedentin betreffend „Moneypenny“-Zeichen in Deutschland habe die Klägerin nicht vorgetragen. Auch aus dem Gesichtspunkt eines potentiellen Wettbewerbsverhältnisses zwischen der Klägerin oder der Zedentin und der Beklagten zu 1) ergebe sich keine Anspruchsberechtigung der Klägerin im Hinblick auf die Geltendmachung der vorliegenden lauterkeitsrechtlichen Ansprüche, da ein potentielles Wettbewerbsverhältnis nicht ausreichend sei. Das gegen diese Bewertung gerichtete Berufungsvorbringen bleibt ohne Erfolg.
- 116 (2) Die Klägerin macht geltend, sie sei im „Film- und Lizenzbusiness“ rund um die berühmte Filmserie James Bond 007 tätig.
- 117 Soweit es um die Filmserie und deren Auswertung geht, so ist weder dargetan noch ersichtlich, dass die Auswertung der James Bond-Filmserie durch das gegenständlich angegriffene Angebot der Beklagten behindert werden könnte. Erforderlich ist - wie ausgeführt -, dass die Ware oder Dienstleistung des handelnden Unternehmers einen wettbewerblichen Bezug zur Ware oder Dienstleistung des vermeintlich verletzten Unternehmers aufweist und mit der Förderung des eigenen Absatzes die Beeinträchtigung des fremden Absatzes einhergehen kann. Jedenfalls an letztgenanntem Merkmal fehlt es vorliegend. Eine Absatzbeeinträchtigung im Hinblick auf die Auswertung der James Bond-Filmserie durch die angegriffenen Handlungen der Beklagten, die „MONEYPENNY“ in Bezug auf Sekretariats- und Assistenz Tätigkeiten für Unternehmen nutzen und insoweit ein Lizenz- und Franchise-Geschäft betreiben, ist nicht zu erkennen und von der Klägerin auch nicht geltend gemacht. Eine Behinderung oder Beeinträchtigung in der Auswertung der Filmserie ist nicht zu erkennen. Vielmehr geht es der Klägerin um das „Lizenzgeschäft“.
- 118 (3) Soweit die Klägerin geltend macht, sie könnte auch Lizenzen für Sekretariatsdienstleistungen unter „Moneypenny“ erteilen, sei hieran jedoch gehindert, wenn sich die Beklagten die Bezeichnung „Moneypenny“ einfach so nähmen und für eigene Zwecke verwendeten, so ergibt sich auch hieraus für den Streitfall kein konkretes Wettbewerbsverhältnis.
- 119 Ein nur potentielles Wettbewerbsverhältnis genügt nach der aktuellen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH GRUR 2023, 1116 Rn. 29 - Aminosäurekapseln; BGH GRUR 2020, 303 Rn. 42 - Pflichten des Batterieherstellers) für die Annahme der Mitbewerbereigenschaft des betroffenen Unternehmers nicht (mehr). Jedenfalls muss die konkrete Wahrscheinlichkeit eines Marktzutritts bestehen, die bloß abstrakte Möglichkeit eines entsprechenden Marktzutritts reicht keinesfalls aus (vgl. Wille in Büscher, UWG, 3. Aufl., § 2 Abs. 1 Nr. 4 Rn. 17). Die Vorbereitung des Marktzutritts muss so weit fortgeschritten sein, dass die bevorstehende Aufnahme der Geschäftstätigkeit des betroffenen Unternehmers auf dem Markt bereits konkret in Erscheinung tritt und deshalb bereits wett-

bewerbsrechtlich geschützte Interessen berührt sein können (Wille in Büscher, UWG, 3. Aufl., § 2 Abs. 1 Nr. 4 Rn. 17).

- 120 Derartiges lässt sich im Streitfall jedoch im Hinblick auf ein „Lizenzgeschäft“ der Klägerin oder der Zedentin im maßgeblichen Gebiet der Bundesrepublik Deutschland nicht feststellen. Der klägerische Vortrag beschränkt sich auf die abstrakte Möglichkeit der Lizenzvergabe, was unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht genügend ist.
- 121 (a) Zwar kann die Vergabe von Lizenzen ein Wettbewerbsverhältnis begründen.
- 122 So besteht auch zwischen dem Inhaber eines Schutzrechts oder einer ausschließenden Lizenz an einem Schutzrecht, der die Herstellung oder den Vertrieb eines von diesen Rechten erfassten Produkts lizenziert und dem Anbieter gleichartiger Produkte ein konkretes Wettbewerbsverhältnis. Auch in einem solchen Fall stellt sich der Verletzer durch seine Verletzungshandlung in Wettbewerb zu dem Betroffenen und kann sein Wettbewerbsverhalten diesen im Absatz behindern oder stören, da der Absatzerfolg des Lizenzgebers letztlich vom Absatzerfolg des lizenzierten Produkts abhängt (BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 33 - nickelfrei). Es bedarf jedoch einer geschäftlichen Aktivität, eine Marke oder ein Schutzrecht selbst zum Handelsobjekt etwa durch Lizenzvergabe zu machen (vgl. BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 29 - nickelfrei; BGH GRUR 1995, 697, 699 - Funny Paper). Derartiges kann dann eine Stellung als Mitbewerber zudem nur in diesem (beschränkten) geschäftlichen Bereich begründen (BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 29 - nickelfrei; BGH GRUR 1995, 697, 699 - Funny Paper). Nicht ausreichend ist es, wenn die Maßnahme den anderen nur irgendwie in seinem Marktstreben betrifft (BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 32 - nickelfrei).
- 123 Es lässt sich im Streitfall aber nicht feststellen, dass die Klägerin - im hier relevanten Gebiet der Bundesrepublik Deutschland - ein ihr zustehendes Schutzrecht zum Handelsobjekt durch Lizenzvergabe gemacht hätte, erst recht nicht im hier betroffenen geschäftlichen Bereich der Sekretariats- und Assistenz Tätigkeiten für Unternehmen, was erforderlich wäre. Das Landgericht hat eine Lizenzierungstätigkeit der Klägerin oder eine solche der Zedentin betreffend „Moneypenny“-Zeichen in Deutschland nicht feststellen können, woran der Senat gem. § 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO gebunden ist. Konkrete Anhaltspunkte, die Zweifel an der Richtigkeit oder Vollständigkeit dieser Feststellungen begründen und deshalb eine erneute Feststellung gebieten könnten, zeigt die Berufung nicht auf.
- 124 (b) Soweit sich die Berufung auf ein sog. ad hoc-Wettbewerbsverhältnis stützt, so lässt sich auch ein solches im Streitfall nicht feststellen. Erforderlich ist ein auf der Beeinträchtigungshandlung beruhendes konkretes Wettbewerbsverhältnis (Wille in Büscher, UWG, 3. Aufl., § 2 Abs. 1 Nr. 4 Rn. 32). Ein potentiell Wettbewerbsverhältnis genügt - wie ausgeführt - nach der aktuellen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH GRUR 2023, 1116 Rn. 29 - Aminosäurekapseln; BGH GRUR 2020, 303 Rn. 42 - Pflichten des Batterieherstellers) für die Annahme der Mitbewerbereigenschaft des betroffenen Unternehmers nicht. Die Beeinträchtigungshandlungen der Beklagten könnten ein konkretes Wettbewerbsverhältnis nur dann begründen, wenn die Klägerin oder die Zedentin Schutzrechte im hier maßgeblichen Gebiet der Bundesrepublik Deutschland vermarkten würden (vgl. hierzu BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 33 - nickelfrei). Jedoch lässt sich eine Vermarktung von Schutzrechten durch die Klägerin (oder die Zedentin) im maßgeblichen Gebiet der Bundesrepublik Deutschland - wie ausgeführt - nicht feststellen.

- 125 (c) Soweit wettbewerbsrechtlicher Sonderschutz und ein Wettbewerbsverhältnis in der Vergangenheit auch dann bejaht worden sind, wenn sich ein Dritter durch eine ausdrückliche oder bildliche Gleichstellungsbehauptung an Ruf und Ansehen von fremden Waren oder Marken anhängt und für den Absatz seiner ungleichartigen und nicht konkurrierenden Waren auszunutzen sucht, wobei die objektive Eignung der Kennzeichen zur Lizenzierung genügte, ohne dass eine diesbezügliche subjektive Bereitschaft erforderlich war (vgl. BGH GRUR 1994, 808, 811 - Markenverunglimpfung I), so ist dies nach dem Vor genannten und dem Erfordernis eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses heute nicht mehr genügend. Erforderlich ist - wie ausgeführt -, dass der Anspruchsteller schon oder noch als Wettbewerber auf dem Markt anzusehen ist.
- 126 Entgegen der Ansicht der Berufung lässt sich ein konkretes Wettbewerbsverhältnis nicht allein damit begründen, dass ein Unternehmer am Ruf und am Ansehen eines anderen schmachtet, um seine Produkte aufzuwerten, wenn die Produkte selbst auch bei großzügiger Betrachtungsweise nicht als austauschbar erscheinen (Bähr in MüKo UWG, 3. Aufl. 2020, UWG § 2 Rn. 255). Eine etwaig entgangene Lizenzgebühr kann noch nicht das nötige Konkurrenzmoment für ein wenigstens mittelbares Wettbewerbsverhältnis begründen. Neben dem allgemeinen deliktischen Schutz bleibt dem Anspruchsteller nur ein Sonderrechtsschutz (vgl. Bähr in MüKo UWG, 3. Aufl. 2020, UWG § 2 Rn. 255 m.w.N.). Die deliktsrechtlichen Regelungen und bereicherungsrechtliche Ausgleichsansprüche schützen den ausgebeuteten Unternehmer ausreichend. Fehlt es an einem konkreten Wettbewerbsverhältnis, kommt - außerhalb des Sonderrechtsschutzes - nur ein ergänzender bürgerlich-rechtlicher Kennzeichenschutz (§§ 823, 826 BGB) in Betracht (Köhler/Alexander in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 4 Rn. 4.79).
- 127 ccc. Im Hinblick auf die geltend gemachten wettbewerbsrechtlichen Ansprüche ist zudem - wie das Landgericht zu Recht ausgeführt hat - zu beachten, dass Wertungswidersprüche zu bestehendem Sonderrechtsschutz, insbesondere dem Markenrecht, zu vermeiden sind (vgl. BGH GRUR 2017, 734 Rn. 24 - Bodendübel).
- 128 Im Streitfall begehrt die Klägerin (nachrangig) Schutz für ihr - wie sie geltend macht - bekanntes Zeichen „Moneypenny“ bzw. „Miss Moneypenny“ (als Werktitel und als Verkehrsgeltungsmarke). Die Beklagte zu 2) verfügt im hier maßgeblichen Gebiet der Bundesrepublik Deutschland über eine eingetragene deutsche Wortmarke „MONEYPENNY“ Nr. 302015103606 mit einer Priorität vom 19.06.2015 und Schutz für Waren und Dienstleistungen in den Klassen 9, 35 und 41, in Klasse 35 u.a. für folgende Dienstleistungen: Büroarbeiten; Auswahl, Anwerbung, Vermittlung und Bereitstellung von Personal; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Planung und Überwachung von Unternehmensentwicklungen in organisatorischer Hinsicht; Dienstleistungen eines Franchisegebers und in Klasse 41 u.a. für folgende Dienstleistungen: Ausbildung in Bezug auf die Geschäftsführung von Franchise-Unternehmen; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Schulung in Bezug auf Geschäftsführung von Franchise-Unternehmen (vgl. Anlage K 21).
- 129 Sofern der Klägerin zeichenrechtliche Ansprüche, die sie geltend macht, nicht zustehen, kann sich auch aus dem Wettbewerbsrecht kein anderes Ergebnis ergeben.
- 130 ddd. Schließlich besteht auch der geltend gemachte wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz aus dem Gesichtspunkt eines sog. „character merchandising“, der Verwendung bekannt-

ter fiktiver Figuren, im Streitfall nicht (vgl. BGH GRUR 2016, 725 Rn. 23ff. - Pippi-Langstrumpf-Kostüm II).

- 131 Die richterrechtliche Schaffung eines Leistungsschutzrechts im Rahmen des § 3 Abs. 1 UWG, das dem Schutz der Verwertbarkeit einer fiktiven Figur außerhalb des Urheberrechts sowie dem Schutz der vom Rechteinhaber im Bereich der wirtschaftlichen Verwertung dieser Figur erbrachten Investitionen dient, ist nicht geboten (BGH GRUR 2016, 725 Rn. 25 - Pippi-Langstrumpf-Kostüm II). Eine allein der Klägerin als - wie sie geltend macht - Rechteinhaberin zugewiesene Verwertungsbefugnis würde die Wettbewerbsfreiheit und damit auch die Interessen der Allgemeinheit sowie die ebenfalls grundrechtlich geschützten Interessen der Beklagten (Art. 12 Abs. 1 Satz 2 GG) einschränken und kommt nur bei einem überwiegenden klägerischen Interesse in Betracht (vgl. BGH GRUR 2016, 725 Rn. 25 - Pippi-Langstrumpf-Kostüm II). Ein solches läge nur vor, wenn ohne die Anwendung der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG eine Schutzlücke bestünde. Dies ist regelmäßig nicht der Fall. Es ist nicht ersichtlich, dass ohne die Anwendung der Generalklausel gem. § 3 Abs. 1 UWG eine Schutzlücke entsteht, die geschlossen werden müsste, um die Klägerin in der wirtschaftlichen Verwertung ihrer Leistung nicht rechtlos zu stellen. Von der Klägerin oder ihren Lizenznehmern vertriebene konkrete Merchandisingartikel sind gegen Nachahmungen unter den Voraussetzungen des § 4 Nr. 3 UWG geschützt. Zudem steht es einem Rechteinhaber frei, Marken und Designs schützen zu lassen und Sonderrechtsschutz in Anspruch zu nehmen (vgl. BGH GRUR 2016, 725 Rn. 27 - Pippi-Langstrumpf-Kostüm II).
- 132 Ein aus der (grundrechtlich geschützten) Berufsfreiheit resultierendes geschütztes Recht der Klägerin auf wirtschaftliche Verwertung der Figur der „Miss Money Penny“ begründet keinen Schutz für jede wirtschaftliche Nutzung, die auf diese Figur Bezug nimmt (vgl. BGH GRUR 2016, 725 Rn. 28 - Pippi-Langstrumpf-Kostüm II). Dies gilt auch vorliegend.
- 133 cc. Entscheidend ist daher im Streitfall, ob sich die Klägerin mit Erfolg auf Sonderrechtsschutz - den hilfsweise geltend gemachten Werktitelschutz gem. §§ 15 Abs. 2 und Abs. 3, 5 Abs. 3 MarkenG oder den weiter hilfsweise geltend gemachten Schutz einer Verkehrsgeltungsmarke gem. §§ 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1, Nr. 2, Abs. 5, 4 Nr. 2 MarkenG - berufen kann. Auch insoweit hat das Landgericht jedoch die klägerischen Ansprüche zutreffend verneint. Das Berufungsvorbringen rechtfertigt keine abweichende Bewertung.
- 134 aaa. Ein Werktitelschutz für die Figur „Money Penny“ bzw. „Miss Money Penny“ gem. § 5 Abs. 3 MarkenG ist mit dem Landgericht nach Maßgabe der derzeitigen Rechtsprechung und Meinung im Schrifttum im Ergebnis nicht anzunehmen.
- 135 (1) Nach § 5 Abs. 1 MarkenG werden als geschäftliche Bezeichnungen Unternehmenskennzeichen und Werktitel geschützt. Nach § 5 Abs. 3 MarkenG sind Werktitel die Namen oder besonderen Bezeichnungen von Druckschriften, Filmwerken, Tonwerken, Bühnenwerken oder sonstigen vergleichbaren Werken.
- 136 (2) Der Werktitel ist werkbezogen. Seine Funktion besteht darin, geistige Leistungen, soweit sie nach der Verkehrsauffassung bezeichnungsfähig erscheinen, namensmäßig zu benennen und so von anderen Leistungen geistiger Art unterscheidbar zu machen. Es geht in erster Linie um die Namensfunktion eines Werktitels und es gehört nicht zur originären Funktion des Werktitels, auf die betriebliche Herkunft der Ware, in der das Werk gegebenenfalls verkörpert ist, oder der Dienstleistung, durch die das Werk produziert wird, hinzuweisen (BGH GRUR 2019, 535 Rn. 61 - Das Omen; Hacker in Ströbele/Ha-

cker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 5 Rn. 88). Dies schließt nicht aus, dass der Verkehr unter bestimmten Voraussetzungen mit einem Werktitel gleichzeitig auch die Vorstellung einer bestimmten betrieblichen Herkunft verbindet; Bedeutung hat dies aber allein für den Schutzzumfang des Werktitels (Hacker in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 5 Rn. 88).

- 137 (3) Gegenstand des Titelschutzes können „sonstige vergleichbare Werke“ zu Druckschriften, Filmwerken, Tonwerken und Bühnenwerken sein.
- 138 Der Werkbegriff in § 5 Abs. 3 MarkenG stimmt nicht mit dem Werkbegriff des Urheberrechts (§ 2 Abs. 2 UrhG) überein, sondern ist eigenständig zu bestimmen. Werke im kennzeichenrechtlichen Sinne sind alle immateriellen Arbeitsergebnisse, die als Gegenstand des Rechts- und Geschäftsverkehrs nach der Verkehrsanschauung bezeichnungsfähig sind (BGH GRUR 2016, 1300 Rn. 17 - Kinderstube). Die an den Werkkatalog des § 2 Abs. 1 UrhG angelehnte Aufzählung von titelschutzfähigen Werkkategorien in § 5 Abs. 3 MarkenG spricht aber dafür, dass Erzeugnisse, die dem Urheberschutz wenigstens ihrer Art nach zugänglich sind, auch mögliche Objekte des Titelschutzes sind, soweit im Verkehr das Bedürfnis für eine individualisierende Bezeichnung besteht (Hacker in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 5 Rn. 98). Fiktive Figuren, etwa Comic-Figuren, die grundsätzlich urheberrechtlich schutzfähig sind, kommen als Werke i.S.v. § 5 Abs. 3 MarkenG in Betracht (Senat GRUR-RR 2006, 408, 411 - OBELIX; Hacker in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 5 Rn. 104). So hat der Senat entschieden, dass die Comic-Figur des „OBELIX“ wegen ihrer Originalität und Einprägsamkeit und der hieraus folgenden titelmäßigen Bekanntheit einen eigenen Werktitelschutz genießt (Senat GRUR-RR 2006, 408, 411 - OBELIX). „OBELIX“ ist der seit vielen Jahren sehr bekannte Name einer Comic-Figur und wesentlicher Bestandteil der auch in Deutschland mit großem Erfolg vertriebenen „Asterix“-Comicserie und des Films „Asterix und Obelix gegen Cäsar“ (Senat GRUR-RR 2006, 408, 411 - OBELIX).
- 139 (4) Ein eigener Titelschutz ist demnach auch für Figuren und Charaktere, die nicht Bestandteil des Titels des Werkes sind, grundsätzlich möglich (J. B. Nordemann in Ingerl/Rohnke/Nordemann, MarkenG, 4. Aufl., § 5 Rn. 90). Das muss jedenfalls insoweit gelten, als solche Figuren oder Charaktere urheberrechtlich schutzfähig sind und sie deshalb eine geistige Umsetzung bei Betrachter oder Leser auslösen (J. B. Nordemann in Ingerl/Rohnke/Nordemann, MarkenG, 4. Aufl., § 5 Rn. 90). Bildliche Darstellungen einzelner fiktiver Charaktere sind gem. § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG schutzfähig, wenn diese sich durch eine unverwechselbare Kombination äußerer Merkmale, Charaktereigenschaften, Fähigkeiten und typischer Verhaltensweisen auszeichnen, somit zu besonders ausgeprägten Persönlichkeiten geformt sind und in den Geschichten jeweils in einer bestimmten charakteristischen Weise auftreten (zum UrhG: BGH GRUR 2014, 258 Rn. 26 - Pippi Langstrumpf-Kostüm I). Gleiches gilt auch für literarische Figuren (etwa Romanfiguren), sofern sie vergleichbar dem Figureschutz bei Darstellungen der bildenden oder angewandten Kunst für den Leser als ebenso deutliches „Bild“ geschaffen wurden (BGH GRUR 2014, 258 Rn. 27 - Pippi Langstrumpf-Kostüm I; J. B. Nordemann in Ingerl/Rohnke/Nordemann, MarkenG, 4. Aufl., § 5 Rn. 90).
- 140 Der zeichenrechtliche Titelschutz von Figuren und Charakteren aus Romanen und (Film-)Serien setzt allerdings - soweit bisher in Rechtsprechung und Literatur vertreten - eine gewisse Bekanntheit und Loslösung vom Werk, in dem sie Verwendung finden, voraus, da sie erst dann gleichsam ein vom Werk trennbares „Eigenleben“ entwickeln können, so dass sie im Verkehr nunmehr etwa aufgrund ihrer optischen Ausgestaltung oder der

ihnen beigegebenen Charaktereigenschaften selbständig wahrgenommen werden (Weiler in BeckOK Markenrecht, 38. Ed., § 5 Rn. 197; LG Hamburg GRUR-RS 2019, 33998 Rn. 29 - Galupy). Erforderlich ist nach Ansicht des Senats daher auch beim Werktitelschutz für eine Figur gem. § 5 Abs. 3 MarkenG ein deutliches „Bild“ der handelnden Figur, sei es aufgrund ihrer optischen Ausgestaltung oder der ihnen beigegebenen Charaktereigenschaften (vgl. BGH GRUR 2014, 258 Rn. 27 - Pippi Langstrumpf-Kostüm I zum UrhG).

- 141 (5) Nach Maßgabe der vorgenannten Grundsätze lässt sich eine bestimmte optische Ausgestaltung der Figur „Miss Money Penny“ aus der seit 1962 erschienenen James Bond-Filmserie und basierend auf den James Bond-Romanen des britischen Autors Ian Fleming nicht feststellen - wie beispielhaft die folgenden Schauspielerinnen zeigen, die die Figur verkörperten:

142



- 143 Auf eine bestimmte optische Ausgestaltung der Figur „Miss Money Penny“ beruft sich die Klägerin daher auch nicht. Die Klägerin stützt sich vielmehr auf die der Roman-/Filmfigur beigegebenen Charaktereigenschaften. Ein deutliches „Bild“ ist jedoch auch im Hinblick auf die Charaktereigenschaften der seit vielen Jahren dem Verkehr in Deutschland gegenüberstehenden Roman-/Filmfigur „Miss Money Penny“ aus der James Bond-Filmserie mit der landgerichtlichen Bewertung nicht gegeben, wenngleich von einer langjährigen Bekanntheit der Roman-/Filmfigur mit dem Namen „Miss Money Penny“ als Sekretärin des Geheimdienstchefs aus der James Bond-Filmserie auszugehen ist.
- 144 (6) Das Landgericht hat angenommen, dass abgesehen davon, dass die Figur „Miss Money Penny“ in nahezu allen James Bond-Filmen erscheine, ein „Eigenleben“ der Figur - losgelöst vom Gesamtwerk und losgelöst vom Charakter „James Bond“ - nicht ersichtlich sei. Es könne nicht festgestellt werden, dass der Verkehr der Figur „Miss Money Penny“ die ihr von der Klägerin beigegebenen Eigenschaften - namentlich die Erbringung besonders zuverlässiger und verlässlicher Sekretariatsdienstleistungen - beimesse. Die Figur „Miss Money Penny“ sei die Sekretärin des Geheimdienstchefs „M“, die bisweilen darum

bemüht sei, „Bond“ ausfindig zu machen, die z.T. mit „James Bond“ flirte und die im Film „Skyfall“ auch selbst als Geheimagentin tätig gewesen sei. Ihre Charaktereigenschaften seien diffus und führten nicht dazu, dass die Figur der „Moneypenny“ ein vom Hauptcharakter und Werk „James Bond“ trennbares Eigenleben entwickelt habe.

- 145 (7) Der Senat ist gem. § 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO an die landgerichtlichen Feststellungen gebunden, soweit nicht die Berufung konkrete Anhaltspunkte aufzeigt, die Zweifel an der Richtigkeit oder Vollständigkeit der entscheidungserheblichen Feststellungen begründen und deshalb eine erneute Feststellung gebieten könnten. Die Bindungswirkung besteht insoweit im Ausgangspunkt, als dass der Verkehr der Figur „Miss Moneypenny“ die ihr von der Klägerin beigegebenen Eigenschaften - namentlich die Erbringung besonders zuverlässiger und verlässlicher Sekretariatsdienstleistungen - nicht beimitst und im Übrigen die Charaktereigenschaften der Figur diffus sind. Die Rolle als Sekretärin des Geheimdienstchefs „M“ in der James Bond-Filmserie ist konstant geblieben.
- 146 Die Klägerin wiederholt im Berufungsverfahren ihren Vortrag, wonach die Figur „Miss Moneypenny“ ein eigenständiges „Leben“ unabhängig von der Fabel und dem jeweiligen Filmgeschehen entwickelt habe. Denn es seien die „berufsbezogenen Qualitäten des Charakters“ unverändert geblieben. Hierzu gehöre, wie „Miss Moneypenny“ stets herausragend ihre professionellen Leistungen abrufe und professionell stets an vorderster Front bleibe. Dies mache „Miss Moneypenny“ einzigartig, weil man fast nichts über ihr persönliches Leben wisse oder den familiären Hintergrund. Sie definiere sich durch ihre Professionalität und auch durch die Beziehung zu James Bond, geprägt von Verständnis, Freundschaft, Loyalität und Einsatzwillen. In diesem Hinblick sei Jedermann klar, dass sie niemals ein Paar sein würden, genau, wie die beiden das auch wüssten. „Miss Moneypenny“ sei ein definierter Charakter, der aber für Veränderungen offen sei, genauso wie auch die Figur James Bond selbst.
- 147 Mit diesen Einwendungen wird die Richtigkeit oder Vollständigkeit der landgerichtlichen Feststellungen jedoch nicht in Frage gestellt. Dass die Figur „Miss Moneypenny“ „stets herausragend ihre professionellen Leistungen abrufe und professionell stets an vorderster Front bleibe“, ist entgegen der Ansicht der Berufung kein deutliches „Bild“ eines Charakters. Welche Charaktereigenschaften, Fähigkeiten und typischen Verhaltensweisen die Figur der „Moneypenny“ auszeichnen, bleibt damit vage. Die Erbringung besonders zuverlässiger und verlässlicher Sekretariatsdienstleistungen misst der Verkehr der Figur „Miss Moneypenny“ jedenfalls nicht bei. Der Verkehr verbindet mit der Figur die stets mit James Bond flirtende Chefsekretärin des britischen Geheimdienstchefs „M“, die nie mehr als einen harmlosen Körperkontakt mit Bond hatte. Eine Prägung der Figur - wie die Klägerin geltend macht - durch Professionalität und durch die Beziehung zu James Bond, geprägt von Verständnis, Freundschaft, Loyalität und Einsatzwillen, vermag ebenfalls kein ausreichend deutliches „Bild“ eines Charakters der Filmfigur zu zeichnen. Jedenfalls lässt sich eine Loslösung der Figur aus der James Bond-Filmserie und von dem Filmcharakter James Bond nicht feststellen. Auch die Berufung stellt vor allem auf die besondere Beziehung zu James Bond ab, was gegen die Loslösung der Figur spricht. Die Figur „Moneypenny“ ergibt allenfalls im Zusammenhang mit „James Bond“ ein „Bild“, jedoch nicht gleichermaßen losgelöst von „James Bond“ bzw. der James Bond-Filmserie, wie es für einen eigenständigen Titelschutz einer (Film-/Roman-)Figur nach Ansicht des Senats erforderlich ist. Zudem handelt es sich - wie ausgeführt - um kein hinreichend deutliches „Bild“, weder optisch noch im Hinblick auf feste spezifizierte Charaktereigenschaften, das die Figur der „Miss Moneypenny“ über die Jahre zeichnet. Ein bloßer „Pro-

totyp einer Sekretärin“ ist kein spezifischer titelschutzfähiger Charakter einer Film-/Romanfigur, weil er zu wenig Individualität aufweist. Auch allgemeine Eigenschaften wie Professionalität, Verständnis, Freundschaft, Loyalität und Einsatzwillen vermögen noch keinen derart deutlichen bzw. bestimmten individualisierten Charakter auszumachen, wie es nach dem Vorgenannten als erforderlich angesehen wird. Letztlich geht es um den besonderen, gleichbleibenden Namen der Figur „Moneypenny“ und deren Bezug zur James Bond-Filmserie, was ohne ein bestimmtes individualisiertes Charakterbild und damit ohne eine bestimmte konkrete Verkörperung der Figur für einen Titelschutz nach § 5 Abs. 3 MarkenG (noch) nicht schutzbegründend ist.

- 148 (8) Ob die Klägerin in Bezug auf ein Werktitelrecht „Moneypenny“ aktivlegitimiert ist, kann dann im Streitfall offenbleiben. Aus der Akzessorietät des Werktitelrechts folgt jedoch, dass wegen der Unübertragbarkeit des Urheberrechts auch Titel von Werken nicht übertragen werden, sondern daran nur Nutzungsrechte eingeräumt werden können (BGH GRUR 2019, 535 Rn. 48 - Das Omen). Ob sich aus einer etwaigen (urheberrechtlichen) Nutzungsrechtseinräumung, die die Klägerin geltend macht und die Beklagte bestreitet, im Streitfall eine Aktivlegitimation der Klägerin im Hinblick auf einen Titelschutz gem. § 5 Abs. 3 MarkenG ergibt, braucht vorliegend nicht entschieden zu werden.
- 149 bbb. Das Landgericht hat auch die weiter hilfsweise geltend gemachten Ansprüche aus einer Verkehrsgeltungsmarke „Moneypenny“ oder „Miss Moneypenny“ gem. §§ 14 Abs. 2 Nr. 1, 2, Abs. 5, 4 Nr. 2 MarkenG zu Recht verneint. Auch das hiergegen gerichtete Berufungsvorbringen bleibt ohne Erfolg.
- 150 (1) Nach § 4 Nr. 2 MarkenG entsteht Markenschutz durch die Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr, soweit das Zeichen innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat. § 4 Nr. 2 MarkenG stellt für die Entstehung des sachlichen Markenschutzes drei Voraussetzungen auf: (1.) Benutzung des Zeichens im geschäftlichen Verkehr, (2.) Verkehrsgeltung und (3.) Verkehrsgeltung *als Marke*. Alle drei Voraussetzungen müssen kumulativ vorliegen (Hacker in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 4 Rn. 22).
- 151 (2) Auch eine Benutzungs-/Verkehrsgeltungsmarke erfordert eine markenmäßige Benutzung (OLG Köln GRUR-RR 2010, 433, 434 - Oerlikon; Hacker in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 4 Rn. 24). Das Zeichen muss gerade als Marke Verkehrsgeltung erworben haben. Das ist nur dann der Fall, wenn das Zeichen im Verkehr als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der so gekennzeichneten Waren/Dienstleistungen zur Unterscheidung von gleichen Waren/Dienstleistungen anderer betrieblicher Herkunft verstanden wird (Hacker in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 14. Aufl., § 4 Rn. 29).
- 152 Nicht ausreichend ist etwa eine Benutzung als Filmtitel, wenn damit nicht die betriebliche Herkunft der Filme angegeben, sondern deren künstlerischer Ursprung bezeichnet wird (vgl. EuG GRUR-Int 2010, 50 Rn. 25 - Dr. No).
- 153 Geschützt wird über § 4 Nr. 2 MarkenG eine Leistung des Zeicheninhabers, nämlich die Erlangung von Verkehrsgeltung infolge der Benutzung des Zeichens. Unter kennzeichenrechtlichen Aspekten besteht für einen Schutz von Benutzungen in nicht-kennzeichenmäßiger Weise jedoch kein Anlass: Wird ein Zeichen vom Verkehr als Unterscheidungszeichen verstanden, obwohl es nicht zu Unterscheidungszwecken benutzt wurde, dann geht dieser Zustand nicht auf den Zeichenverwender zurück, weshalb ihm kein Schutz

in Form eines Ausschließlichkeitsrechts zu gewähren ist (Weiler in BeckOK MarkenR, 38. Ed., § 4 Rn. 38.1).

- 154 (3) Das Landgericht hat angenommen, die Klägerin habe bereits nicht zu einer markenmäßigen Benutzung des Zeichens „Moneypenny“ für konkrete Waren und/oder Dienstleistungen schlüssig vorgetragen. Auch das hiergegen gerichtete Berufungsvorbringen bleibt ohne Erfolg.
- 155 (4) Die Klägerin macht geltend, „Moneypenny“ bzw. „Miss Moneypenny“ werde - wie „James Bond“ oder „007“ - als herkunftshinweisend für die James Bond-Filmserie verstanden und in dieser Weise von ihr, der Klägerin, genutzt. Indes ist damit eine Benutzung im geschäftlichen Verkehr für konkrete Waren und/oder Dienstleistungen nicht dargetan. Die Klägerin hat eine Benutzung nur für die Filmfigur dargetan. Dies ist keine markenmäßige Benutzung für konkrete Waren oder Dienstleistungen.
- 156 Selbst wenn - wie das Landgericht ausgeführt hat - eine Verwendung des Zeichens „Moneypenny“ auf der Schutzhülle von Videokassetten, auf DVDs, Büchern oder Merchandising-Artikeln zu den Filmen der James Bond-Filmserie vorläge, so ergäbe sich hieraus (noch) keine markenmäßige Benutzung des Zeichens. Dass „Moneypenny“ etwas anderes als die Figur bezeichne, ist weder dargetan noch ersichtlich. Die Zeichenverwendung erfolgt dann zur Unterscheidung der Figur von anderen Figuren der James Bond-Filmserie (vgl. hierzu auch EuG GRUR-Int 2010, 50 Rn. 25 - Dr. No). Ob ein Zeichen vom angesprochenen Verkehr als Herkunftshinweis für die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen und damit als Marke erkannt wird, muss anhand der Umstände des Einzelfalls positiv festgestellt werden (st. Rspr.; BGH GRUR 2024, 1033 Rn. 32 - VW Bulli). Es geht um eine Zeichenverwendung, die es ermöglicht, die gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden (BGH GRUR 2024, 1033 Rn. 28 - VW Bulli). Eine solche herkunftshinweisende Verwendung von „Moneypenny“ lässt sich im Streitfall - wie das Landgericht zu Recht angenommen hat - nicht feststellen, da „Moneypenny“ die Filmfigur bezeichnet und damit keine konkrete Ware oder Dienstleistung. Insoweit geht es um den künstlerischen Ursprung (der bezeichneten Figur) (vgl. EuG GRUR-Int 2010, 50 Rn. 25 - Dr. No).
- 157 (5) Auf die von der Klägerin geltend gemachte Bekanntheit kommt es dann nicht mehr an. Zudem ergibt sich aus den vorgelegten Verkehrsgutachten Anlagen K 19 und K 31 nur eine Bekanntheit als Filmfigur aus der James Bond-Filmserie und nicht als Marke. Eine Bekanntheit als Filmfigur ist für eine Verkehrsgeltungsmarke jedoch nicht genügend.
- 158 dd. Die von der Klägerin geltend gemachten Ansprüche auf Beseitigung, Vernichtung, Domainlöschung, Firmenänderung, Markenlöschung, Auskunft, Rechnungslegung und Schadensersatzfeststellung sowie auf die nebenfordernd geltend gemachten Kosten der Verkehrsgutachten bestehen - ebenso wie die hierzu von der Klägerin gestellten Hilfsanträge - mangels feststellbarer wettbewerbs- oder zeichenrechtlicher Rechtsverletzung ebenfalls nicht.
- 159 2. Die Voraussetzungen für eine Zurückverweisung gem. § 538 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO liegen nicht vor.
- 160 3. Die prozessualen Nebenentscheidungen folgen aus §§ 97 Abs. 1, 708 Nr. 10, 709, 711 ZPO.

- 161 4. Die Zulassung der Revision erfolgt gemäß § 543 Abs. 2 Nr. 2 ZPO im Hinblick auf die Fortbildung des Rechts, beschränkt auf die auf §§ 15 Abs. 2 und Abs. 3, 5 Abs. 3 MarkenG gestützten Ansprüche. Der vorliegende Fall gibt Veranlassung dazu, Leitsätze zum Werktitelrecht betreffend den Werktitelschutz von (Film-)Figuren aufzustellen bzw. zu präzisieren.
- 162 5. Die Streitwertfestsetzung für das Berufungsverfahren beruht auf §§ 40, 45, 47, 51, 63 GKG. Das auf das UWG gestützte klägerische Begehren ist mit insgesamt 150.000,- € zu bemessen. Im Hinblick auf die hilfsweise geltend gemachten weiteren Streitgegenstände - Werktitelschutz und Schutz aus einer Verkehrsgeltungsmarke -, über die auch im Berufungsverfahren eine Entscheidung erging, ist der Streitwert jeweils maßvoll um weitere 50.000,- € zu erhöhen. Die Kosten für die beiden Verkehrsgutachtens sind als Teil der Prozesskosten vorliegend Nebenforderungen und erhöhen den Streitwert nicht.