

Nachschlagewerk: ja

Amtliche Sammlung: ja

2534 001

WZG §§ 24, 31; UWG § 16

Quick

Hat ein zur Kennzeichnung von Waren verwendetes Wort (hier: "Glück" für einen Zeitschriftentitel) einen jedermann verständlichen, ausgeprägten Sinngehalt, so kann dies für die Frage der Verwechslungsgefahr mit ähnlichen Kennzeichnungen die Wirkung haben, daß die Verwechslungsgefahr von vornherein ausgeschaltet ist, weil in solchen Fällen der Leser oder Hörer die optischen oder klanglichen Unterschiede wesentlich schneller erfassen wird als bei Kennzeichnungen ohne solchen der alltäglichen Vorstellungswelt entnommenen Sinn.

BGB § 823 Abs. 1; UWG §§ 1, 16; WZG §§ 24, 31

Quick

Der Schutz einer berühmten Marke gegen die sogenannte Verwässerungsgefahr rechtfertigt sich - abgesehen von der unter Umständen möglichen Anwendung des § 12 BGB - unter dem Gesichtspunkt des Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb (§ 823 Abs. 1 BGB). Den Inhabern besonders starker Kennzeichnungen wird damit ein Rechtsschutz gewährt gegen die Beeinträchtigung der Werbekraft ihres Zeichens durch die Verwendung gleicher oder ähnlicher Kennzeichnungen seitens Dritter für nicht gleichartige Waren. Bei Berührung auf gleichartigem Warengbiet bedarf es der Prüfung unter dem Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr nicht, wenn das Gericht bei der innerhalb des Anwendungsgebietes der §§ 24, 25, 31 WZG, § 16 UWG vorgenommenen Prüfung zur Verneinung der Verwechslungsgefahr im engeren und weiteren Sinne gelangt ist.

BGH, Urt. v. 11. November 1958 - I ZR 152/57

OLG München

LG München

18

I ZR 152/57

Verkündet

am 11. November 1958
Grunau, Justizobersek-
retär als Urkundsbeam-
ter der Geschäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

der Firma Verlag Th. M. [REDACTED] & Co., GmbH, M. [REDACTED],
B. [REDACTED] Straße [REDACTED], vertreten durch die Geschäftsführer
Dr. Th. M. [REDACTED] und Dietrich K. [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma G. [REDACTED] & Co., vertreten durch den persön-
lich haftenden Gesellschafter Hans Giesbert K. [REDACTED],
H. [REDACTED], G. [REDACTED] / [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 11. November 1958 unter Mit-
wirkung der Bundesrichter Prof. Dr. h. c. Wilde,
Dr. Birnbach, Dr. Krüger-Nieland, Dr. Spreng und
Dr. Löscher

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das Urteil
des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München
vom 21. Juni 1957 wird auf Kosten der Klägerin
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

11

- 2 -

Tatbestand:

Die Klägerin verlegt seit dem Jahre 1948 die wöchentlich erscheinende illustrierte Zeitschrift "Quick". Das Verbreitungsgebiet umfaßt die meisten westeuropäischen Länder und zahlreiche Staaten in den übrigen Erdteilen. Die Auflage reichte im ersten Halbjahr 1956 an 1 000 000 Exemplare heran. Seit dem 25. November 1952 ist für die Klägerin das durch Druckbuchstaben dargestellte Wort "Quick" für Waren der Klasse 28 als Warenzeichen unter der Nr. 630 506 in die Warenzeichenrolle des deutschen Patentamts eingetragen. Am 23. Dezember 1954 ist dieses Warenzeichen unter der Nr. 181 612 auch international registriert worden. Seit dem Jahre 1952 bediente sich die Klägerin bei ihrer Werbung auch des Spruches "Glück muß man haben", und zwar in verschiedenen Fassungen, die von der bloßen Beifügung des Wortes "Quick" zu dem Worte "Glück" bis zu der abgewandelten Fassung "Quick muß man haben" reichten. Die Klägerin behauptet, auch für diesen Werbespruch Verkehrsgeltung erlangt zu haben.

Die Beklagte gibt seit dem 4. September 1956 unter dem Titel "Das Glück" eine Wochenzeitung heraus.

Die Klägerin meint, es bestehe die Gefahr, daß der von der Beklagten verwendete Zeitschriftentitel "Das Glück" mit der besonderen Bezeichnung, dem Namen, dem Warenzeichen und der Ausstattung "Quick" verwechselt werde. Für den flüchtigen Betrachter sei der Gesamteindruck der Bezeichnungen sowohl nach dem Schriftbild wie nach dem Klang und, im Hinblick auf den Werbespruch "(Glück) Quick muß man haben", auch nach dem Sinngehalt zum Verwechseln ähnlich, so daß der Verkehr zu mindest organi-



18

satorische Beziehungen oder sonstige wirtschaftliche Zusammenhänge zwischen den beiden Zeitschriften annehmen werde. Jedenfalls aber habe "Quick" sich zu einem berühmten Zeichen entwickelt und daher auch unter dem Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr Anspruch auf Schutz. Überdies könne auch der Werbespruch "(Glück) Quick muß man haben" kraft seiner Verkehrsdurchsetzung selbständigen Schutz beanspruchen. Gestützt auf dieses Vorbringen und die Behauptung, daß die Beklagte auch schuldhaft gehandelt habe, erhob die Klägerin Klage. Sie hat beantragt, der Beklagten unter Strafandrohung zu verbieten,

im geschäftlichen Verkehr, insbesondere für den Titel einer Druckschrift den Namen und die Bezeichnung "Das Glück" zu benutzen.

Außerdem hat die Klägerin Verurteilung der Beklagten zur Beseitigung der Bezeichnung "Das Glück" auf Ankündigungen usw. und zur Auskunftserteilung beantragt. Schließlich hat sie auch Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten begehrt.

Die Beklagte hat um Klagabweisung gebeten. Sie räumt ein, daß die Klägerin für den Zeitschriftentitel "Quick" Verkehrsgeltung erlangt habe. Sie meint jedoch, es liege, gleich von welchem Grad der Verkehrsgeltung ausgegangen werde, keine Verwechslungsgefahr vor, weil sich die beiden Bezeichnungen sowohl nach dem Schriftbild wie nach dem Klang und vor allem nach ihrem Sinngehalt deutlich unterscheiden. Daran könne auch der Werbespruch der Klägerin "(Glück)Quick muß man haben" nichts ändern. Dieser Werbespruch habe nur eine geringe

Verbreitung gefunden und werde schon seit längerer Zeit nicht mehr verwendet, so daß seine Verkehrsdurchsetzung bestritten werden müsse. Auch handele es sich bei "Glück" um ein derart häufiges Werbe- und Zeichenmotiv, daß ihm weder irgendwelche Kennzeichnungskraft zukomme noch die Klägerin dieses Wort für sich monopolisieren dürfe. An den beiden Zeitschriften seien überdies, so meint die Beklagte weiter, verschiedene Verkehrskreise interessiert. Für die Zeitung der Beklagten kämen als Leser nur Lotto-spieler in Betracht. Ihr Inhalt befaße sich vornehmlich mit dem Lotteriewesen und bestehe nur ganz nebenher auch in Beiträgen von allgemeinem Interesse; dementsprechend erfolge der Vertrieb in der Hauptsache über die Lotto - Annahmestellen und nur ausnahmsweise über den Zeitungs-handel. Schließlich seien die Aufmachung und die sonst ins Auge fallenden Merkmale der beiden Zeitschriften völlig verschieden. Während "Quick" sich als typische illustrierte Wochenschrift darbierte, zeige "Das Glück" mehr das äußere Bild einer Wochenzeitung.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Es hat Verwechslungsgefahr zwischen den beiden Bezeichnungen nicht für gegeben gehalten und zum Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr ausgeführt, die Klägerin könne sich hierauf schon deshalb nicht berufen, weil der Sonder-schutz gegen Verwässerung lediglich die aus der unglei-chen Ware und der fehlenden wettbewerblichen Begegnung der Beteiligten abzuleitenden Hindernisse beseitigen solle und bei einer Begegnung auf dem gleichen Warengen-biet daher nicht eingreife. Auch mit dem Werbespruch der Klägerin lasse sich das Klagebegehren nicht rechtferti-gen. Die Klägerin könne nicht dagegen vorgehen, daß die Beklagte ein in diesem Spruch enthaltenes Wort der Um-

28

gangssprache als selbständiges Kennzeichnungsmittel benutze, zumal sie selbst nicht behauptete, das Wort "Glück" allein als Herkunftshinweis im Verkehr durchgesetzt zu haben. Schließlich hat das Landgericht auch die Frage, ob sich die Beklagte mit der Wahl ihres be- anstandeten Titels planmäßig an den Titel der Klägerin angenähert und unter Verstoß gegen § 1 UWG, §§ 823, 826 BGB in sittenwidriger Weise in deren Gewerbebetrieb eingegriffen habe, verneint.

Gegen dieses Urteil hat die Klägerin Berufung eingelegt. Hinsichtlich des Unterlassungsanspruchs hat sie hilfsweise begehrt, der Beklagten zu verbieten, auf einer periodischen Druckschrift den Titel "Das Glück" in weißer Schrift auf rotem Grunde in einer bestimmten - durch Verweisung auf eine Nummer der Zeitschrift "Das Glück" näher bezeichneten - Weise zu verwenden.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Klä- gerin zurückgewiesen. Die Revision der Klägerin wendet sich gegen diese Entscheidung. Die Klägerin bittet, das angefochtene Urteil aufzuheben und nach ihren in der Berufungsinstanz gestellten Anträgen zu erkennen. Die Beklagte beantragt Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I.

1.) Das Berufungsgericht hat im Hinblick darauf, daß die Klägerin ihre Ansprüche auf den wettbewerbsrecht- lichen Schutz des § 16 Abs. 1 UWG, den Namensschutz des § 12 BGB sowie auf Warenzeichen- und Ausstattungsschutz -stützt, zunächst mit Recht geprüft, ob die Benutzung des Titels "Das Glück" durch die Beklagte geeignet ist,

Verwechslungen mit dem Titel der Klägerin "Quick" herbeizuführen. Sowohl die in erster Linie als Rechtsgrundlage für die Klage in Betracht kommende Bestimmung des § 16 Abs. 1 UWG, durch die der Titel einer Zeitschrift als besondere Bezeichnung einer Druckschrift ausdrücklich gegen die Benutzung verwechslungsfähiger Bezeichnungen geschützt wird, als auch der auf die Eintragung als Warenzeichen gegründete zeichenrechtliche Schutz und der Ausstattungsschutz im Sinne des § 25 WZG setzen Verwechslungsgefahr voraus. Für den Namensschutz aus § 12 BGB, der auch auf Warenbezeichnungen anwendbar ist, wenn sie im Verkehr als Namen des Inhabers oder des Geschäfts angesehen werden, genügt zwar jedes schutzwürdige Interesse daran, daß nicht ein anderer unbefugt die gleiche Bezeichnung gebraucht; Verwechslungsgefahr ist insoweit nicht Voraussetzung. Unbefugt ist jedoch der Gebrauch der Bezeichnung schon dann, wenn er im geschäftlichen Verkehr Verwechslungen herbeizuführen geeignet ist. Im geschäftlichen Verkehr fallen daher, wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, die Tatbestände des § 16 UWG und des § 12 BGB weitgehend zusammen. Das Berufungsgericht hat auch in Übereinstimmung mit dem Landgericht zutreffend angenommen, daß die Verwechslungsgefahr für die gekennzeichneten Anspruchsgrundlagen einheitlich nach § 31 WZG zu prüfen ist. Wie der Senat in ständiger Rechtsprechung angenommen hat (BGH GRUR 1955, 95 - Buchgemeinschaft -; BGHZ 21, 85, 90 - Spiegel -), ist der Begriff der Verwechslungsgefahr für alle gewerblichen Kennzeichnungsmittel der gleiche.

Bei der hiernach vorgenommenen Prüfung ist das Berufungsgericht zunächst davon ausgegangen, daß sich

LP

die beiden Bezeichnungen auf dem gleichen Warengeliet begegnen, daß die beteiligten Käuferkreise sich zu-
mindest überschneiden, daß der Titel "Quick" für eine
illustrierte Zeitschrift bereits von Natur aus unter-
scheidungskräftig sei und sich überdies seit Jahren
Verkehrsgeltung erworben habe und daß die Klägerin
ihr förmliches Zeichenrecht erlangt habe, bevor die Be-
klagte den beanstandeten Titel in Gebrauch nahm. Im
Anschluß hieran vergleicht das Berufungsgericht den
Gesamteindruck der beiden Zeitschriftentitel "Quick"
und "Das Glück" nach Wortbild, Klang und Sinngehalt.
Dabei mißt es dem bestimmten Artikel, den die Beklagte
ihrem Titel zugesetzt hat, keine Bedeutung bei. Unter
Bezugnahme auf die Ausführungen des Landgerichts ver-
neint das Berufungsgericht die Verwechslungsgefahr in
jeder der drei Richtungen. Das stärkste Argument gegen
die Annahme einer Verwechslungsgefahr erblickt es in
dem nach seiner Auffassung deutlich verschiedenen Sinn-
gehalt der beiden Titel. Im einzelnen führt das Beru-
fungsgericht insoweit aus: Über den Sinngehalt des Wortes
"Glück" brauche nichts weiter gesagt zu werden. Es habe
sich aber auch das Wort "quick" von seiner niederdeut-
schen Herkunft längst gelöst und sei in seiner Bedeutung
"schnell, lebendig", vor allem durch die gebräuchliche
Zusammenfassung "quicklebendig", dem gesamten deutschen
Durchschnittspublikum durchaus geläufig geworden. Der
verschiedene Begriffsinhalt der beiden Titel liege dabei
so nahe, daß dadurch eine noch etwa anzunehmende wort-
bildliche und klangliche Verwechselbarkeit behoben werde.
Diese klare Verschiedenheit des Sinngehalts werde auch
nicht etwa, so führt das Berufungsgericht weiter aus,
durch den Werbespruch der Klägerin überbrückt. Selbst
wenn die von der Klägerin behauptete Verkehrsdurchset-

zung dieses Werbespruchs zu beweisen wäre, könne doch schlechterdings keine Rede davon sein, daß dadurch eine Gleichsetzung oder auch nur eine bloße Verwischung der Begriffe "Glück" und "Quick" eingetreten wäre. Der erörterte begriffliche Unterschied trete, so meint das Berufungsgericht in diesem Zusammenhang schließlich noch, auch in dem Inhalt der beiden Zeitschriften hervor. Bei "Glück" stehe das staatliche Glücksspiel und bei "Quick" die schnelle und lebendige Bildberichterstattung im Vordergrund. Dazu träten weitere Umstände, die den festgestellten weiten Abstand noch erhöhten und die berücksichtigt werden dürften, weil sie, obzwar außerhalb der beiden Bezeichnungen liegend, doch deren Gesamteindruck beeinflussten. Das gelte jedenfalls von dem äußeren Bild, unter dem sich die beiden Zeitschriften im Verkehr gegenüberträten.

Auf Grund dieser Überlegungen hält das Berufungsgericht weder Verwechslungsgefahr im engeren noch solche im weiteren Sinne für gegeben.

2.) Die Revision rügt in diesem Zusammenhang zunächst allgemein, das Berufungsgericht habe zu Unrecht eine Verwechslungsgefahr zwischen "Quick" und "Das Glück" verneint, weil es die Bedeutung der Warengleichheit für die Frage der Verwechslungsgefahr ebenso wie die Erfordernisse dieses Rechtsbegriffs verkannt und darüber hinaus den Einfluß der Berühmtheit einer Marke auf deren Schutzzumfang rechtsirrig beurteilt habe. Der Entscheidung des Berufungsgerichts ist jedoch im Ergebnis beizutreten, wenngleich die Begründung nicht in allen Teilen rechtlich unbedenklich ist.

Die Revision meint, das Berufungsgericht sei zwar zutreffend davon ausgegangen, daß Warengleichheit vorliege, weil beide streitbefangenen Titel zur Kennzeichnung von Zeitschriften benutzt würden, es habe jedoch diesen zutreffenden Ausgangspunkt bei seinen späteren Erörterungen verlassen und sich insofern von begriffsfremden Erwägungen leiten lassen, als es die Auffassung vertreten habe, im Rahmen des Gesamteindrucks der beiden Titel sei auch der unterschiedliche Inhalt der in Frage stehenden Zeitschriften zu beachten.

Der Revision ist zuzugeben, daß bei der Prüfung der Verwechslungsfähigkeit von Kennzeichnungsmitteln nach Klang, Bild und Sinngehalt diese in der Regel für sich allein und unabhängig von ihrer Umgebung zu betrachten sind. Inwieweit es hinsichtlich der Zweckbestimmung, der äußeren Aufmachung und ähnlicher Umstände der gekennzeichneten Ware anders liegen kann, bedarf hier nicht der Erörterung. Jedenfalls kommt es bei solchen Zeitschriftentiteln, die sich nicht an einen mehr oder weniger geschlossenen Abnehmerkreis, sondern - wie hier - an die Allgemeinheit wenden, nur auf die Titel als solche an. Eine durch sie begründete Verwechslungsgefahr kann durch den Inhalt und die Aufmachung der mit ihnen gekennzeichneten Zeitschriften nicht beseitigt werden. Es mag sein, daß dann, wenn den Interessenten die mit den angeblich verwechslungsfähigen Titeln gekennzeichneten Zeitschriften gleichzeitig vor Augen liegen, die Gefahr einer Verwechslung gemindert oder beseitigt ist. Da die Titel aber im geschäftlichen Verkehr auch in Fällen in Erscheinung treten, in denen von Inhalt und Aufmachung der damit gekennzeichneten Zeitschriften keine Kenntnis genommen werden kann, sich überdies auch Aufma-

chung und Charakter von Zeitschriften ändern können, sind Zeitschriftentitel nur für sich allein zu betrachten (so zutreffend OLG Freiburg GRUR 1952, 524, 525; Tetzner, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 2. Aufl. Bem. 49 zu § 16 UWG; vgl. auch BGH GRUR 1958, 141, 143 - Spiegel der Woche). Der Umstand, daß das Berufungsgericht dem entgegen auch dem Inhalt und der Aufmachung der beiden Zeitschriften "Quick" und "Das Glück" Bedeutung eingeräumt hat, berührt indessen den Bestand des angefochtenen Urteils nicht. Das Berufungsgericht hat durch diese Ausführungen seine aus der Betrachtung der Titel als solcher gewonnene Auffassung, daß Verwechslungsgefahr nicht bestehe, lediglich noch unterbäuen wollen. Es handelt sich ersichtlich um eine zusätzliche Begründung, der keine entscheidende Bedeutung zukommt.

Auch die weitere Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe bei der Beurteilung der Frage der Verwechslungsgefahr den Einfluß der Berühmtheit des Klagezeichens auf dessen Schutzzumfang nicht hinreichend gewürdigt, ist nicht gerechtfertigt. Die Revision geht hierbei ersichtlich von der zutreffenden Erwägung aus, daß der Grad der Durchsetzung einer Bezeichnung im Verkehr für die Frage der Verwechslungsgefahr von Bedeutung ist. Je bekannter ein Zeichen ist, umso größer ist seine Kennzeichnungskraft und damit die Gefahr, daß das Publikum ein anderes Zeichen, das sich auch nur entfernt an das bekannte Zeichen anlehnt, mit dem Erinnerungsbild, das es von dem bekannten Zeichen besitzt, in Verbindung bringt (so u. a. BGH NJW 1951, 843, 844 - Widia Ardia; BGH GRUR 1957, 281, 283 - Karo As; BGH GRUR 1958, 141, 142 - Spiegel der Woche). Wenn die Revision jedoch meint, das Berufungsgericht habe diese Grundsätze bei seinen Überlegungen zur Verwechslungs-

KS

gefahr nicht beachtet und die Behauptung der Klägerin unberücksichtigt gelassen, ihrem Titel komme durch Verkehrsgeltung erworbene überragende Kennzeichnungskraft zu, kann dem nicht beigespflichtet werden. Die Ausführungen des Berufungsgerichts lassen in ihrem Zusammenhang erkennen, daß das Gericht den erwähnten Grundsätzen Rechnung getragen hat und von einer übernormalen Kennzeichnungskraft des Titels "Quick" ausgegangen ist. Dafür spricht insbesondere auch, daß das Berufungsgericht bei der Prüfung der hier in Rede stehenden Bezeichnungen nach Wortbild, Klang und Sinn in weitem Umfang auf die Ausführungen des Landgerichts Bezug genommen hat, das seinerseits in Anbetracht der hohen Auflage und der weiten Verbreitung der Zeitschrift "Quick" angenommen hat, daß diesem Titel eine über das normale Maß hinausgehende Kennzeichnungskraft zuzubilligen sei. Die Ausführungen, die das Berufungsgericht im Rahmen der Erörterung der Verwässerungsgefahr gemacht hat, sprechen nicht dagegen. Es hat dort nicht die starke Bekanntheit und überragende Kennzeichnungskraft des Zeichens der Klägerin bezweifelt, sondern vielmehr die Berühmtheit deshalb in Frage gestellt, weil es ein besonderes zusätzliches Erfordernis nicht für nachgewiesen hielt. Das Berufungsgericht hat nämlich die Berühmtheit des Titels "Quick" in Zweifel gezogen, weil "die Berühmtheit eine Funktion der Qualität der bezeichneten Ware" sei, insoweit die Klägerin aber nichts vorgetragen habe. Dieser Auffassung kann allerdings nicht zugestimmt werden. Nach der vom Senat im Einklang mit der Rechtsprechung des Reichsgerichts vertretenen Rechtsmeinung ist ein Zeichen dann berühmt, wenn es über die Abnehmerkreise hinaus, d. h. auch außerhalb des betreffenden Konkurrenzgebietes in weitesten Kreisen bekannt ist (vgl. u. a. BGHZ 19, 23, 27 - Magirus). In der Regel ist damit

beim Publikum auch eine Gütevorstellung in Bezug auf die unter der Marke vertriebenen Waren verbunden. Dabei handelt es sich jedoch um eine subjektive und damit notwendig relative Wertung. Das Berufungsgericht irrt, wenn es einen objektiven Wertgehalt im Sinne einer "gerechtfertigten" Schätzung für die Frage der Berühmtheit einer Marke und des daraus abzuleitenden Schutzes gegen Verwässerungsgefahr maßgebend sein läßt. Diese rechtsirrigte Betrachtungsweise ändert jedoch nichts daran, daß das Berufungsgericht die Behauptung der Klägerin berücksichtigt hat, ihrem Titel komme ein überragender Grad der Verkehrsdurchsetzung zu.

3.) Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr ist das Berufungsgericht zutreffend davon ausgegangen, daß die streitenden Bezeichnungen nach dem Gesamteindruck zu vergleichen sind, den sie nach Wortbild, Klang und Sinngehalt auf den Verkehr hervorrufen. Dabei hat es in Übereinstimmung mit dem Landgericht dem bestimmten Artikel "Das", den die Beklagte ihrem Titel zugesetzt hat, mit Recht keine Bedeutung beigemessen. Es ist - ebenso wie das Landgericht - zu dem Ergebnis gelangt, daß eine Verwechslungsfähigkeit der beiden Wörter "Quick" und "Glück" nach dem Schriftbild und nach der Klangwirkung zu verneinen sei. Es kann dahingestellt bleiben, ob die Angriffe, die die Revision gegen die diesbezüglichen Darlegungen des Berufungsgerichts im einzelnen vorbringt, gerechtfertigt sind. Denn das Oberlandesgericht hat - insoweit in der Hauptsache gleichfalls unter Verweisung auf die Ausführungen des Landgerichts - für den Fall, daß eine weitergehende Annäherung dem Wortklange nach angenommen werde, bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr in akustischer Hinsicht zusätzlich die Sinnbedeutung der beiden Titel mitberücksichtigt. Unter Hinweis auf eine Entscheidung des Senats (BGH LM Nr. 16 zu § 16

XJ

UWG = GRUR 1956, 321 - Synochem/Firmochem) hat das Landgericht insoweit ausgeführt, der Betrachter oder Hörer, der sich ausgeprägt sinngebundenen Kennzeichnungen gegenübersehe, würde damit leicht fassliche und einprägsame Begriffsvorstellungen verbinden, die ihm Wortbild und Klang besser einprägten als das bei willkürlich gebildeten Buchstaben und Klangfolgen möglich sei, so daß etwaige visuelle oder akustische Anklänge völlig in den Hintergrund gedrängt würden und unschädlich seien. Das Oberlandesgericht hat ergänzend allgemein bemerkt, eine wortbildliche und klangliche Verwechselbarkeit könne vom Sinngehalt her behoben werden. Die Revision meint hierzu, es müsse bei der Grundregel, daß bereits die Verwechslungsgefahr in einer der drei Richtungen genüge, verbleiben.

Der Senat hat in seinem erwähnten Urteil im Rahmen der Prüfung der Verwechselbarkeit von Zeichenbestandteilen ausgeführt, die Verwechslungsgefahr könne trotz lautlicher Annäherung der Bezeichnungen - Verneinung der Verwechslungsfähigkeit nach dem Schriftbild vorausgesetzt - dann entfallen, wenn es sich um dem Verkehr geläufige Silben handele, die an Worte mit verschiedenem Sinngehalt anknüpfen. In einem weiteren Urteil (BGH GRUR 1958 81, 82 - Tymopect/Rigopect) hat der Senat diesen Grundsatz bestätigt und auf den Fall ausgedehnt, daß die Möglichkeit einer Anknüpfung an einen im Verkehr bekannten Begriff nur bei einer von zwei sich einander gegenüberstehenden Bezeichnungen gegeben ist. Der Senat ist dabei nicht, wie die Revision anzunehmen scheint, von dem anerkannten Grundsatz der Rechtsprechung abgewichen, daß es für die Bejahung der Verwechslungsgefahr genügt, daß eine solche Gefahr auf Grund

Annäherung der Zeichen in einer der drei Richtungen (Bild, Klang und Sinn) besteht. Er hat nicht zum Ausdruck bringen wollen, daß die in einer Richtung in nicht unerheblichem Maße tatsächlich bestehende Verwechslungsgefahr durch Unterschiede in einer der anderen Richtungen "kompensiert" oder - wie dies das Berufungsgericht ausgedrückt hat -, behoben werden könne. Es sollte vielmehr lediglich ausgesprochen werden, daß es Fälle gibt, bei denen trotz an sich bestehender Annäherung im Klang die Gefahr der Verwechslung der Bezeichnungen in klanglicher Hinsicht nicht besteht, weil die angesprochenen Kreise zugleich mit dem Hören die ihnen bekannte, leicht fassliche Sinnbedeutung des Zeichens in sich aufnehmen und weil dadurch die Gefahr klanglicher Verwechslung beim Hören zurückgedrängt wird. Während bei Phantasieworten die klangliche Annäherung - und das gilt auch für eine Annäherung im Schriftbild - zur Bejahung der Verwechslungsgefahr führen würde, droht solche Gefahr unter Umständen dann nicht, wenn ausgeprägt sinngesundene Kennzeichnungen dem Leser oder Hörer gleichzeitig den Begriffsinhalt vermitteln und damit die schriftbildliche oder akustische Übereinstimmung in den Hintergrund drängen. Mit der optischen oder akustischen Aufnahme spricht den Leser oder Hörer solchen Falles gleichzeitig der Begriffsinhalt an, er erfaßt infolgedessen den optischen oder klanglichen Unterschied auch bei flüchtigem Sehen oder Hören schneller als bei Worten ohne so stark ausgeprägten Sinn und unterliegt weniger der Gefahr der Verwechslung. Wenn solches beim größten Teil der Abnehmer anzunehmen ist, kann sich die Verneinung der Verwechslungsgefahr rechtfertigen. Es kann freilich auch in solchem Falle ein Rest von Verwechslungsgefahr bleiben, weil es Einzelfälle geben kann, bei denen dem Leser oder Hörer die begriffliche

AP

Bedeutung des Zeichens nicht zum Bewußtsein kommt, er sich lediglich "verhört". Ein solcher Rest von Verwechslungsgefahr kann jedoch, wenn er praktisch nicht ins Gewicht fällt, unbeachtet bleiben.

Hiervon ausgehend kann der von den Instanzgerichten angenommenen Verneinung der Verwechslungsgefahr aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Das Wort "Glück" hat einen sich jedermann unmittelbar aufdrängenden eindeutigen Begriffsinhalt und ist der alltäglichen Vorstellungswelt der Menschen so geläufig, daß auch bei flüchtigstem Lesen oder Hören die Erinnerung an diese Bedeutung sich vordrängen und damit die durch die äusserliche Annäherung an das Wort "Quick" etwa zu befürchtende Gefahr einer Verwechslung ausgeschaltet wird. Dabei kann dahingestellt bleiben, ob die Annahme der Instanzgerichte geteilt werden kann, auch der Titel "Quick" werde vom Verkehr als sinngebend im Sinne von "schnell, lebendig" aufgefaßt. Zum mindesten ist ihnen darin beizupflichten, daß das Wort "Glück" einen ausgeprägten Sinngehalt hat, was in diesem Ausmaß für das Wort "Quick" zweifellos nicht zutrifft. Dieser Sinngehalt ist auch nicht etwa, wie die Revision meint, durch den Werbespruch der Klägerin "(Glück)Quick muß man haben" beeinträchtigt und auf den Zeitschriftentitel "Quick" der Klägerin hingelenkt worden. Der Slogan der Klägerin lenkt mit seiner Antithese im Gegenteil geradezu davon ab, das Wort "Glück" mit der Vorstellung einer Kennzeichnung in Verbindung zu bringen. Infolgedessen stellt die Auffassung des Berufungsgerichts, durch den Werbespruch sei eine Gleichsetzung oder auch nur eine bloße Verwischung der Begriffe "Glück" und "Quick" nicht eingetreten, keinen Rechtsirrtum dar. Dann aber kann aus Rechtsgründen die sich jedenfalls im Ergebnis so dar-

LP

stellende Annahme der Instanzgerichte nicht beanstandet werden, ein klanglicher Unterschied werde infolge der ausgeprägten Sinnbedeutung des Wortes "Glück" beim Hören schneller erfaßt und die akustische Verwechslungsgefahr werde daher auf ein Ausmaß beschränkt, das zeichenrechtlich nicht mehr, beachtlich ist. Das gleiche muß auch für die Vergleichen nach dem Schriftbild gelten.

Eine Verwechslungsgefahr im engeren Sinne ist nach all dem von dem Berufungsgericht zu Recht verneint worden. Wenn es weiterhin auch eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne verneint hat, so läßt sich auch diese Auffassung trotz der starken Verkehrsdurchsetzung des Titels der Klägerin aus Rechtsgründen nicht beanstanden. Bei dem vor allem durch den Begriffsinhalt des Wortes "Glück" begründeten weiten Abstand der beiden Titel ist nicht anzunehmen, daß die Vorstellung erweckt werden könnte, die beiden Unternehmen stünden in Beziehungen geschäftlicher, wirtschaftlicher, organisatorischer oder sonstiger Art zueinander.

II.

Das Berufungsgericht hat das Klagebegehren weiter unter den Gesichtspunkten der Verwässerungsgefahr und der sittenwidrigen Anlehnung an ein fremdes Kennzeichnungsmittel geprüft.

1.) Bei der Erörterung, ob die Klägerin Schutz unter dem Gesichtspunkt der sog. Verwässerungsgefahr beanspruchen kann, hat das Berufungsgericht dahingestellt gelassen, ob ein solcher Schutz nur bei Branchenver-

schiedenheit in Frage kommen könne und daher im vorliegenden Falle deswegen auszuscheiden habe, weil die Titel zur Kennzeichnung von gleichen oder doch jedenfalls gleichartigen Waren dienen. Das Berufungsgericht läßt auch offen, ob es sich bei dem Titel "Quick" um ein berühmtes Zeichen handelt. Es meint, angesichts der festgestellten wesentlichen Unterschiede zwischen den beiden streitenden Bezeichnungen könne, selbst wenn dem Titel der Klägerin Berühmtheit zugestanden werde, nicht angenommen werden, daß in seine Alleinstellung durch die Benutzung des Titels "Glück" für eine andere Zeitschrift eingebrochen und dadurch die auf seiner Einmaligkeit beruhende starke Werbewirkung beeinträchtigt werde. Die Revision hält demgegenüber die Voraussetzungen des selbständigen Schutzanspruchs aus dem Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr für gegeben. Sie meint insbesondere, Schutz gegen Verwässerungsgefahr sei in jedem Falle - also auch bei Warengleichartigkeit - gegen die Verwendung von Kennzeichnungen zu gewähren, die, ohne eine Verwechslungsgefahr zu begründen, doch geeignet seien, eine Kennzeichnung von überragender Verkehrsgeltung in ihrer wettbewerblichen Alleinstellung zu beeinträchtigen. Dieser Revisionsangriff kann jedoch keinen Erfolg haben.

Der Senat verwendet in der neueren Rechtsprechung den Begriff der sog. Verwässerungsgefahr für solche typischen Sachverhalte, bei denen eine weithin bekannte Kennzeichnung, d. h. eine Kennzeichnung mit überragender Verkehrsgeltung (sog. berühmtes Zeichen), durch kennzeichenmäßigen Gebrauch durch Dritte beeinträchtigt wird, infolge weitgehender Branchenverschiedenheit jedoch warenzeichen- oder firmenrechtliche Verwechslungsgefahr weder im engeren noch in weiterem Sinne besteht. In solchem

Falle kann ein außerzeichenrechtlicher Schutz des berühmten Zeichens in Betracht kommen. Diesem Sonderschutz aus dem Rechtsgedanken der Verwässerung liegt die Erwägung zugrunde, daß der Inhaber eines solchen Kennzeichens ein berechtigtes Interesse daran hat, daß ihm seine unter großem Aufwand von Zeit und Geld erworbene Alleinstellung erhalten bleibt und daß alles vermieden wird, was die Eigenart und den kennzeichnenden Charakter seiner Kennzeichnung verwässern und damit die auf deren Einmaligkeit beruhende starke Werbewirkung beeinträchtigen könnte (BGHZ 15, 107, 112 - Koma; BGHZ 19, 23, 27, 31 - Magirus; BGH GRUR 1957, 435, 438 - Eucerin; BGH GRUR 1958, 500, 503 - Mecki-Igel). Es geht also im Grunde darum, einen erworbenen Besitzstand gegen Beeinträchtigungen zu schützen, nicht dagegen darum, irgendwelche Verwechslungen zu verhindern. Der Schutz gegen Verwässerungsgefahr ist, wie das Landgericht zutreffend bemerkt hat, grundsätzlich von der Möglichkeit einer Irreführung des Verkehrs durch ähnliche Kennzeichnungen unabhängig. Den Inhabern besonders starker Kennzeichnungen wird damit ein Rechtsschutz gegen die Verwendung gleicher oder ähnlicher Kennzeichnungen in gänzlich anderen Geschäftsbereichen und außerhalb des eigentlichen Anwendungsbereiches der §§ 24, 25 WZG, § 16 UWG gewährt. Ein solcher Sonderschutz aus dem Rechtsgedanken der Verwässerung darf jedoch, wie der Senat wiederholt ausgeführt hat (vgl. u. a. BGHZ 19, 23, 31 - Magirus) nur mit großer Vorsicht und nur bei besonders gelagerten Ausnahmefällen gewährt werden. In der Regel wird eine Gefährdung der Werbekraft eines berühmten Zeichens durch Verwendung in anderen Branchen ernsthaft nur dann in Betracht kommen, wenn der Alleinstellung der weithin bekannten Kennzeichnung durch Zeichen Ab-

bruch getan wird, die entweder mit ihr identisch sind oder doch mit ihren charakteristischen Merkmalen weitgehend übereinstimmen, da andernfalls eine Schwächung der Werbekraft der berühmten Kennzeichnung nicht zu befürchten steht (BGHZ aaO).

Dieser Sonderschutz aus dem Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr findet seine Rechtsgrundlage in den §§ 1004, 823 Abs. 1 BGB und, soweit das berühmte Zeichen im Verkehr als Name des Inhabers oder des Geschäftes angesehen wird, auch in § 12 BGB. Seine in früheren Entscheidungen in Anlehnung an die Rechtsprechung des Reichsgerichtes geäußerte Auffassung, der Schutz gegen Verwässerungsgefahr sei aus § 1 UWG abzuleiten, hält der Senat im Hinblick auf die in der Literatur geäußerten Bedenken nicht aufrecht (vgl. u. a. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht 7. Aufl. Bem. 180 zu § 1 UWG; Tetzner, Kommentar zum Warenzeichengesetz 1958, Bem. 3 zu § 24 WZG; Rudolf Callmann, The Law of Unfair Competition and Trade-Marks 2. Aufl. 1950 S. 87 ff, 1642 ff; Troller, La marque de haute renommée in Propriété Industrielle 1953, 73, 80; Blasendorff, Markenartikel 1951, 369). Dagegen spricht insbesondere, daß § 1 UWG ein Wettbewerbsverhältnis voraussetzt, das bei Branchenverschiedenheit zwischen dem Inhaber des berühmten Zeichens und dem Verletzer in der Regel nicht vorliegt. Der Schutz der berühmten Marke gegen Verwässerungsgefahr soll es aber gerade ermöglichen, eine solche Kennzeichnung vor einem ihren Wert gefährdenden Gebrauch durch Nichtkonkurrenten zu schützen. Die Anwendung des § 823 Abs. 1 BGB in Verbindung mit § 1004 BGB rechtfertigt sich unter dem Gesichtspunkt des Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb. Die berühmte Marke

genießt in ihrer Alleinstellung, ihrem Berühmtsein, als wertvoller Bestandteil des eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetriebes Schutz gegen objektiv widerrechtliche Störung. Eine solche Störung liegt vor, wenn der Werbewert der berühmten Marke durch die Verwendung gleicher oder ähnlicher Kennzeichnungen gemindert wird. Die objektiv widerrechtliche Störung löst als solche Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche aus. Es handelt sich nicht um einen Schutz gegen verwechslungsfähige Nutzung, die Verwässerung ist nicht eine Steigerung oder Abschwächung des Begriffes der Verwechslungsgefahr (so zutreffend Schramm, Grundlagenforschung auf dem Gebiete des gewerblichen Rechtsschutzes und Urheberrechtes S. 53). Es kommt daher auch nicht darauf an, ob der Verletzer die berühmte Marke oder deren charakteristische Merkmale als Vorspann, d. h. in der Absicht benutzt, mit ihrer Zugkraft die Absatzmöglichkeiten der eigenen Ware zu erhöhen. Bei dem Schutz gegen Verwässerungsgefahr geht es vielmehr darum, die berühmte Marke außerhalb der allgemeinen zeichenrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Schutzgründe dann zu schützen, wenn eine Gefährdung ihres Werbewertes durch Verwendung auf branchenfremden Gebieten zu besorgen ist.

Diese rechtliche Begründung des Schutzes der berühmten Marke schließt freilich, wie der Revision zuzugeben ist, die Anwendung auf Fälle der Warengleichartigkeit begrifflich nicht aus. Die Rechtsprechung hat denn auch, worauf das Berufungsgericht hinweist, verschiedentlich auf entsprechendes Vorbringen des Inhabers der berühmten Marke hin den Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr auch bei einer Berührung auf dem gleichen Warengebiet geprüft. Einer solchen Prüfung bedarf es jedoch

- was hier zur Klarstellung im Hinblick auf frühere Entscheidungen des Senats bemerkt sei - dann nicht, wenn das Gericht - wie hier - bei Prüfung der Verwechslungsgefahr innerhalb des Anwendungsbereiches der §§ 24, 25, 31 WZG, § 16 UWG zur Verneinung der Verwechslungsgefahr im engeren und weiteren Sinne gelangt ist. Zwar decken sich, wie dargelegt, die Begriffe Verwechslungsgefahr und Verwässerungsgefahr nicht. Das Problem der Beeinträchtigung der Werbekraft des berühmten Zeichens kann sich jedoch im allgemeinen dann nicht stellen, wenn bei vorhandener Warengleichartigkeit die Prüfung der Verwechslungsgefahr trotz des dabei vorauszusetzenden außerordentlich weiten Schutzbereiches einer berühmten Marke zu einem negativen Ergebnis geführt hat. Dann kann schlechterdings auch von einer Beeinträchtigung der Alleinstellung der berühmten Marke durch das angeblich verletzende Zeichen keine Rede sein. Die Sachlage kann anders liegen, wenn der Zeichenschutz bei Warengleichartigkeit aus anderen Gründen, etwa wegen nicht kennzeichenmäßiger Verwendung des Gegenzeichens, entfällt. Daß ein Bedürfnis für einen Sonderschutz unter dem Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr nicht besteht, wenn dem Klagebegehren wegen festgestellter Verwechslungsgefahr bereits aus kennzeichnungsrechtlichen Gründen stattzugeben ist, versteht sich von selbst.

Da das Berufungsgericht den Einfluß der Berühmtheit des Klagezeichens auf dessen Schutzzumfang bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr berücksichtigt und eine solche Gefahr ohne Rechtsirrtum verneint hat, hätte es sonach einer Prüfung unter dem Gesichtspunkt der Verwässerungsgefahr nicht mehr bedurft. Das Berufungsgericht hätte schon auf Grund der früheren Prüfung davon ausgehen können, daß eine Beeinträchtigung der Werbekraft des Titels "Quick" nicht anzunehmen ist.

2.) Das Berufungsgericht hat unabhängig von der Frage der Verwässerungsgefahr weiter geprüft, ob besondere die Unlauterkeit des Verhaltens der Beklagten begründende Tatsachen vorliegen, die die Anwendung des § 1 UWG rechtfertigen könnten. Es ist dabei zutreffend davon ausgegangen, daß trotz Fehlens der Verwechslungsgefahr die Benutzung eines ähnlichen Zeichens wettbewerbswidrig sein kann, wenn besondere, die Unlauterkeit der Zeichenbenutzung begründende Umstände vorliegen. Den Sachverhalt hat es insoweit unter dem Gesichtspunkt der sog. Anlehnung an ein fremdes Kennzeichnungsmittel geprüft. Ersichtlich ist es dabei von der Rechtsprechung des Senats ausgegangen, wonach die Ausbeutung der Werbekraft eines allgemein bekannten Zeichens, durch die dessen Werbekraft beeinträchtigt wird, ein Umstand sein kann, der die Annahme einer sittenwidrigen Handlungsweise zu begründen geeignet ist (BGHZ 15, 107, 113 - Koma). Abgesehen davon, daß, wie ausgeführt, eine Beeinträchtigung der Werbekraft des Titels "Quick" nicht festzustellen ist, fehlt es aber nach der zutreffenden Auffassung des Berufungsgerichtes an hinreichenden Anhaltspunkten dafür, daß die Beklagte in Ausbeutungsabsicht gehandelt hat. Die Titelwahl der Beklagten findet vielmehr ihre natürliche Erklärung in der sachlichen Beziehung zu dem im Vordergrund stehenden Inhalt ihrer sich vorwiegend mit Fragen des öffentlichen Glücksspiels befassenden Zeitschrift. Daß diesem Inhalt noch ein unterhaltender Teil angefügt ist, kann daran nichts ändern; auf eine wettbewerbsfremde Annäherung kann daraus nicht geschlossen werden. Auch soweit die Klägerin eine solche Absicht daraus herleiten will, daß die Beklagte den

roten Signetkasten in gleicher Weise wie sie benutzt, kann ihr nicht gefolgt werden. Daß das Berufungsgericht dem roten Signetkasten keine Bedeutung beige-messen hat, kann nicht beanstandet werden. Ein solcher Signetkasten wird, was auch die Revision offensichtlich nicht bestreitet, seit Jahren und damit auch schon vor der Ingebrauchnahme des Titels der Beklagten derart häufig bei Zeitschriften und Zeitungen benutzt, daß aus der Verwendung des Signetkastens durch die Beklagte auf eine Anlehnungsabsicht nicht geschlossen werden kann. Da dem Signetkasten als solchem eine Erinnerungsfunktion in Hinsicht auf eine bestimmte Zeitschrift im Zeitpunkt der Ingebrauchnahme durch die Beklagte nicht eignete (vgl. hierzu auch OLG Düsseldorf GRUR 1956, 35), läßt sich damit die von der Klägerin behauptete sittenwidrige Annäherung und Ausnutzung auch unterstützend nicht begründen. Auch der von der Klägerin gestellte Hilfsantrag könnte daher schon aus diesem Grunde keinen Erfolg haben. Ebensowenig kann schließlich der Umstand, daß die Klägerin den Werbespruch "(Glück)Quick muß man haben" benutzt und nach ihrer Behauptung für diesen Slogan Verkehrsgeltung erlangt hat, als Indiz für die sittenwidrige Annäherung an den Titel "Quick" gewertet werden. Auch insoweit würde schon der natürliche Grund für die Titelwahl der Beklagten dagegen sprechen, daß sich die Beklagte auf solchem Umwege die Werbekraft des Titels der Klägerin habe zu eigen machen wollen.

Es ist daher nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht auch die Voraussetzungen für einen etwaigen Anspruch aus §§ 1 UWG, 826 BGB verneint hat.

III.

Die Revision rügt schließlich noch, das Berufungsgericht habe zu Unrecht das auf den Werbespruch der Klägerin "(Glück)Quick muß man haben" gestützte Schutzbegehren der Klägerin verneint. Es habe die Verkehrsdurchsetzung dieses Slogans angezweifelt, ohne den von der Klägerin insoweit angebotenen Beweis zu erheben. Der Auffassung des Berufungsgerichts, die Klägerin könne keinen Schutz beanspruchen, weil die Beklagte das Wort "Glück" nur im Sinne des allgemeinen Sprachgebrauchs verwende, könne nicht gefolgt werden. Es komme nicht darauf an, ob die Beklagte das Wort "Glück" mit dem herkömmlichen Sinngehalt benutze, sondern darauf, daß die Beklagte dieses Wort zeichenmäßig verwende. Auch mit diesen Angriffen kann die Revision jedoch keinen Erfolg haben.

Das Berufungsgericht hat zwar im Rahmen der zum Begriffsinhalt der Worte "Quick" und "Glück" angestellten Erwägungen die Verkehrsdurchsetzung des Slogans der Klägerin zunächst in Zweifel gezogen, die Durchsetzung jedoch im Verlauf seiner weiteren Darlegungen unterstellt. In seinen späteren Ausführungen (S. 13 des Urteils) zur Frage, ob dem Werbespruch ein selbständiger Schutz zukomme, hat das Berufungsgericht zwar keine Ausführungen zur behaupteten Verkehrsgeltung gemacht, aus dem Zusammenhang seiner Darlegungen ist jedoch zu schließen, daß es auch hierbei die behauptete Verkehrsgeltung unterstellt hat. Es trifft auch nicht zu, daß das Berufungsgericht in diesem Zusammenhang übersehen habe, daß die Beklagte das Wort "Glück" zeichenmäßig verwende. Das Berufungsgericht geht vielmehr an der hier in Frage kommenden Stelle (S. 13 des Urteils) ausdrücklich von zeichen-

mäßigem Gebrauch aus. Es vertritt jedoch die Auffassung, daß die Beklagte in den von der Klägerin behaupteten Ausstattungsschutz an dem Werbespruch deshalb nicht eingreife, weil sie einen gleichen oder auch nur ähnlichen Spruch nicht verwende.

Diesen Ausführungen des Berufungsgerichts ist zuzustimmen. Verwechslungsgefahr zwischen dem das Wort "Glück" enthaltenden Werbespruch der Klägerin und dem Hauptbestandteil "Glück" des Titels der Beklagten besteht nicht, auch nicht dem Sinne nach, und zwar weder im engeren noch im weiteren Sinne. Mag auch der Slogan sich als Ganzes durchgesetzt haben, so ist doch nichts dafür dargetan, daß die Verwendung des einen Wortes "Glück" aus dem Werbespruch Verwechslungsgefahr oder auch nur eine Ideenassoziation zur Folge haben könne. Das der Umgangssprache angehörende Wort "Glück" bildet keine hinreichende Grundlage für eine Gedankenassoziation zum Werbespruch der Klägerin. Die Klägerin kann für ihren Slogan Schutz nur in dessen bestimmter Wortfassung beanspruchen. Es liegen auch keine Anhaltspunkte für die Annahme einer wettbewerbsfremden Annäherung an den Werbespruch der Klägerin und einer Ausnutzung der Werbekraft dieses Slogans seitens der Beklagten vor, wie sich aus den früheren Ausführungen ergibt. Die Wahl des Titels "Das Glück" erklärt sich vielmehr, wie dargelegt, zwanglos aus der sachlichen Beziehung des Titels zu dem im Vordergrund stehenden Inhalt der Zeitschrift der Beklagten. Besondere Umstände, die insoweit auf wettbewerbsfremdes Verhalten der Beklagten hindeuten könnten, hat die Klägerin nicht dartun können.

Nicht entscheidungserheblich ist die Behauptung der Klägerin, der Bestand ihres Werbespruchs sei im Falle

des Obsiegens der Beklagten gefährdet, weil sie in diesem Falle unter Umständen dem Vorwurf ausgesetzt sei, mit der Verwendung ihres Werbespruches vergleichende Werbung zu betreiben. Denn hier ist nur darüber zu befinden, ob der Werbevers der Klägerin als solcher der Rechtsposition der Beklagten entgegensteht. Die Frage, ob die Beklagte der Klägerin gegenüber Rechte geltend machen könnte, hat damit nichts zu tun.

Da sonach sowohl der Hauptantrag wie auch der Hilfsantrag der Klägerin der Begründung entbehren; war die Revision mit der sich aus § 97 ZPO ergebenden Kostenfolge zurückzuweisen.

Wilde Bundesrichter Krüger-Nieland Spreng Löscher
Dr. Birnbach
ist in den Ruhe-
stand getreten.

Wilde