

Verkündet
am 22. März 1957

Grunau, Justizobersekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

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

In dem Rechtsstreit

der Firma ARWA Feinstrumpfwirkerei GmbH, B[REDACTED]/W[REDACTED].,
G[REDACTED]straße [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,
Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

g e g e n

- 1.) AWA-Druck, K[REDACTED] & Co., OHG, M[REDACTED], Fr[REDACTED]straße [REDACTED],
- 2.) Karl K[REDACTED], Buchdruckereibesitzer in M[REDACTED], ebenda,
- 3.) Erich F[REDACTED], Kaufmann in M[REDACTED], ebenda,

Beklagten und Revisionsbeklagten,
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs
auf die mündliche Verhandlung vom 22. März 1957
unter Mitwirkung des Präsidenten des Bundesgerichtshofs
Pr. h. c. Weinkauff und der Bundesrichter Dr. Birnbach,
Dr. Krüger-Nieland, Dr. Christoph und Dr. Weiß

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das den Parteien
an Verkündungs Statt am 11. und 12. August 1955 zugestell-
te Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in
München wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Für die im Dezember 1948 gegründete Klägerin, die sich in der Hauptsache mit der Herstellung und dem Vertrieb von Damenstrümpfen befaßt und diese Produktion am 1. Januar 1949 aufgenommen hat, ist das Wortzeichen "ARWA" warenzeichenrechtlich geschützt.

Dieses Zeichen war zunächst für die Firma "Arwa Feinstrumpf-Großwerke A. [REDACTED]" auf Grund einer Anmeldung vom 29. September 1942 am 26. Januar 1944 unter Nr 563 532 in der Warenzeichenrolle des Patentamts für Strumpfwaren (Klasse 3 c) eingetragen. Außerdem waren für diese Firma, die vorher "A. Robert Wi [REDACTED], A. [REDACTED]/E. [REDACTED]." firmierte, folgende Warenzeichen (Klasse 3 c) eingetragen:

Warenzeichen Nr 502 756 "Arwa-Strümpfe auf taille",
angemeldet am 14. März 1938,
eingetragen am 3. Juni 1938;

Warenzeichen Nr 541 259 "Arwa-Tailor made",
angemeldet 16. Januar 1941,
eingetragen 12. Januar 1942 (nur für Export);

Warenzeichen Nr 541 260 "Arwa auf taille",
angemeldet 16. Januar 1941,
eingetragen 12. Januar 1942.

Sämtliche genannten Warenzeichen sind durch Verfügung des Deutschen Patentamts vom 16. Februar 1951 aufrechterhalten und am 17. Februar 1951 auf die Klägerin umgeschrieben worden. Der Betrieb der Firma A. Robert Wi [REDACTED] (Arwa-Feinstrumpf-Großwerke - A. [REDACTED]) ist als volkseigen enteignet worden.

Die Beklagte zu 1, eine mit Wirkung vom 1. Juli 1948 gegründete Offene Handelsgesellschaft, deren Gesell-

- 3 -

schafter die Beklagten zu 2 und 3 sind, ist seit dem 9. August 1948 unter der Firma "AWA Druck K[REDACTED] & Co." im Handelsregister eingetragen. Sie setzte den Geschäftsbetrieb der bisherigen Firma Karl K[REDACTED] (Beklagter zu 2) als Buchdruckerei, Buchbinderei und Verlag fort. Unter der abgekürzten Bezeichnung "AWA"-Verlag" bietet die Beklagte zu 1 in Prospekten Bücher, vorwiegend Wildwest-Romane an. Die von ihr vertriebenen Bücher versieht sie mit dem siegelähnlichen Zeichen "AWA"; seit etwa Anfang 1954 betreibt die Beklagte zu 1 im wesentlichen nur mehr ihr Verlagsgeschäft.

Die Klägerin stellt die Bezeichnung "ARWA" auch zur Kennzeichnung ihres Unternehmens heraus. Unbestritten hat sie für dieses Firmenschlagwort sehr schnell Verkehrsgeltung erlangt. Nach Auffassung der Klägerin ist dieses Schlagwort eine berühmte Marke und sind die Voraussetzungen der berühmten Marke bereits vor dem 2. Weltkrieg erfüllt gewesen. Die Firma Wi[REDACTED] habe die Bezeichnung "ARWA" seit 1936 als Firmenschlagwort geführt, nachdem sie es schon seit 1928 als Warenzeichen verwendet habe. Sie habe vor dem 2. Weltkriege jährlich für 6 Mill. RM Damenstrümpfe verkauft. Die Klägerin nimmt für sich in Anspruch, Rechtsnachfolgerin der Auerbacher Firma auch in Bezug auf ihre Namensrechte geworden zu sein. Zur Begründung hat sie vorgetragen, sie habe auch deren in der Bundesrepublik belegenes Vermögen übernommen. Dieses Unternehmen sei schließlich eine Kommanditgesellschaft gewesen. Deren alleinige Komplementärin Frau Rosa P[REDACTED] habe alle Grundlagen dieses Unternehmens, die sich im Gebiete der Bundesrepublik befunden hätten, insbesondere deren Rechte aus der Firmenbezeichnung und dem Schlagwort "ARWA" durch



Urkunde vom 17. Februar 1951 auf die von ihrem erstehelichen Sohn Hans T. [REDACTED] gegründete Klägerin übertragen. Schon vorher aber habe Frau P. [REDACTED] mit ihrem Sohn vereinbart, daß er den in den Westzonen befindlichen Teil des Geschäftsbetriebes der "ARWA/A. [REDACTED]" sichern und zusammenfassen sowie alles tun solle, um die Erhaltung der Warenzeichen zu sichern. Das sei auch geschehen. Auf den guten Namen ARWA habe T. [REDACTED] anlässlich der Gründung der Klägerin dann auch Kredite in Höhe von 1,8 Mill. DM von früheren Kunden der Firma Wi. [REDACTED] aufnehmen können. Darin zeige sich die Fortwirkung der Verkehrsgeltung aus der Zeit vor 1945.

Die Klägerin ist der Auffassung, daß die Bezeichnungen "ARWA und AWA" miteinander verwechslungsfähig seien. Sie wirft den Beklagten Verletzung der Warenzeichen- und Namensrechte der Klägerin unter Verstoß gegen §§ 1, 16 UnlWG sowie gegen §§ 12, 823 und 1004 BGB vor. Sie hat geltend gemacht, die beteiligten Verkehrskreise könnten auf geschäftliche Beziehungen zwischen den Parteien schließen, da die Klägerin auch eine Werkzeitung "Wir Arwaner", eine Kundenzeitschrift "ARWA-Strumpfzeitung" und die Aufklärungsschrift "Das Neue Strumpfbrevier" herausgebe. Unter der Firma der Beklagten könne daher die Hausdruckerei der Klägerin verstanden werden. Sie müsse ferner mit einer Verärgerung der von ihr für Reklame in Anspruch zu nehmenden Verlage und Druckereien rechnen, wenn sie diesen Eindruck nicht beseitige. Das Zeichen der Klägerin als berühmte Marke werde durch den Gebrauch äußerlich ähnlicher Schlagworte beeinträchtigt, auch wenn wegen Warenverschiedenheit keine Verwechslungsgefahr vorläge. Die Beklagten verschafften sich, so hat die Klägerin weiter vorgetragen, durch die Anlehnung an den großen Ruf der Klägerin ungerecht-

fertigte Vorteile. Schließlich werde das Publikum durch den Gebrauch der Qualitätsmarke auch irregeführt.

Mit der Klage hat die Klägerin zunächst verlangt, die Beklagten zu verurteilen, im Geschäftsverkehr die Benutzung ihrer Bezeichnung "AWA" zu unterlassen sowie das im Handelsregister eingetragene Firmenschlagwort "AWA" als Bestandteil der Firma der Beklagten löschen zu lassen.

Die Beklagten haben Klageabweisung beantragt. Sie haben eine Verwechslungsgefahr sowie Benutzung des Wortes "AWA" in Alleinstellung bestritten. Weiter haben sie mit Rücksicht auf die Gründungszeit der Klägerin die Priorität für sich in Anspruch genommen und betont, bei Wahl ihrer Firma im guten Glauben gehandelt zu haben. Ferner haben sie bestritten, daß das Schlagwort der Klägerin ("ARWA") vor 1952 eine berühmte Marke gewesen sei. Schließlich haben sie Verwirkung eingewendet, da die Klägerin die Firmenbezeichnung der Beklagten zu 1 drei Jahre lang geduldet habe.

Demgegenüber hat die Klägerin erwidert, sie habe zunächst den Ausgang ihres gegen die Firma C. geführten Rechtsstreits (1 HK O 67/52 des Landgerichts München) abwarten wollen, der die Frage der Berühmtheit des Firmenschlagworts "ARWA" betroffen habe.

Das Landgericht hat nach Beweisaufnahme die Klage abgewiesen.

Die Berufung der Klägerin ist zurückgewiesen worden.

Sie hat im Berufungsverfahren den Unterlassungsanspruch dahin gefaßt, daß den Beklagten die Firmenbezeichnung "AWA-Druck K. & Co." untersagt werde, und hat ihren Lösungsanspruch dementsprechend geändert. Außerdem hat die Klägerin die Klage auch auf § 3 UnlWG gestützt mit der Begründung, die Bezeichnung der Beklagten zu 1 als Druckerei sei irreführend, da sie nur noch das Verlagsgeschäft betreibe.

Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre Klageanträge in der zuletzt gestellten Fassung weiter, während die Beklagten um Zurückweisung der Revision bitten.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat in Übereinstimmung mit dem Landgericht die Klageansprüche, soweit sie auf Warenzeichenrecht sowie auf § 12 BGB und 16 UnlWG gestützt sind, wegen Fehlens der Verwechslungsgefahr abgewiesen.

1.) Ansprüche aus dem Warenzeichenrecht kann die Klägerin, wie auch die Revision nicht verkennt, schon deswegen nicht geltend machen, weil es an der dafür erforderlichen Voraussetzung der Warengleichartigkeit zwischen den von den Parteien hergestellten und vertriebenen Waren fehlt (BGH GRUR 1955, 487 ff, BGHZ 19, 23 ff).

2.) Soweit die Klage wegen Verletzung des Namensrechts auf die Vorschriften der §§ 12 BGB und 16 UnlWG gegründet wird, ist nach allgemeiner Rechtsauffassung (BGHZ 19, 23 ff) weder ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Benutzern der gleichen oder verwechslungsfähigen Bezeichnungen notwendig

noch brauchen die von ihnen hergestellten oder vertriebenen Waren im Sinne des Warenzeichengesetzes gleich oder gleichartig zu sein. Erforderlich bleibt aber ein schutzwürdiges Interesse des Zeicheninhabers an der Unterlassung der Benutzung der gleichen oder ähnlichen Bezeichnung durch den jüngeren Benutzer. Ein solches Interesse ist in der Regel dann als gegeben anzusehen, wenn auf Grund einer gewissen Übereinstimmung der Bezeichnungen zu befürchten ist, daß nicht ganz unbeachtliche Verkehrskreise geschäftliche Beziehungen zwischen den Benutzern der Bezeichnungen annehmen. Dies hat auch das Berufungsgericht nicht verkannt.

Bei Prüfung dieser Frage hat das Berufungsgericht ebenso wie das Landgericht unterstellt, daß die Klägerin Rechtsnachfolgerin der Auerbacher Firma auch in Bezug auf ihre Namensrechte geworden sei und hat der Klägerin sowohl für ihren Firmenbestandteil "ARWA" als auch für das Zeichen gleichen Namens Zeitvorrang vor der mit Zusätzen versehenen Bezeichnung "AWA" der Beklagten zuerkannt. Es hat aber eine Verwechslungsgefahr im obenbezeichneten Sinne verneint. Nach seiner Auffassung kann mit Rücksicht auf die völlige Verschiedenheit der von den Parteien hergestellten und vertriebenen Waren und ihre unterschiedlichen Abnehmerkreise nicht angenommen werden, daß ein nicht völlig unerheblicher Teil dieser Verkehrskreise geschäftliche Beziehungen zwischen den Parteien vermute. Bei Prüfung der Verwechslungsfähigkeit der beiden Bezeichnungen hat das Berufungsgericht im Einklang mit der Rechtsprechung des Senats (BGH GRUR 1954, 331) zunächst die vollen Firmennamen der Parteien einander gegenübergestellt und ist in Übereinstimmung mit dem Landgericht ohne Rechtsirrtum - auch von der Revision nicht angefochten - zu dem Ergebnis gelangt,

daß die vollen Firmenbezeichnungen der Parteien durch die beiderseitigen Zusätze stark voneinander abweichen und infolgedessen eine Verwechslungsgefahr nicht zu befürchten sei. Wohl aber sind nach der gleichfalls rechtlich nicht zu beanstandenden Auffassung des Berufungsgerichts die beiden schlagwortartigen Bestandteile der Firmen der Parteien, ARWA und AWA, denen das Berufungsgericht eigentümlichen und unterscheidenden Charakter zuerkennt, sowohl klanglich als wortbildlich verwechslungsfähig, zumal der Buchstabe R nicht immer deutlich gesprochen werde und die übrige Buchstabenfolge bei beiden Bezeichnungen gleich sei. Diese Verwechslungsgefahr zwischen ARWA und AWA hält das Berufungsgericht aber nicht für entscheidungserheblich, da nach der Rechtsprechung (Hinweis auf BGH GRUR 1954, 331) von der konkreten Verletzungsform auszugehen sei und festzustellen sei, daß zwar die Klägerin die Firmenbezeichnung ARWA in Alleinstellung verwende, die Beklagten sich jedoch der Firma AWA-Druck K. & Co. und daneben der abgekürzten Firmenbezeichnung "AWA-Druck, AWA-Verlag" sowie zur Kennzeichnung ihrer Bücher der Warenbezeichnung "AWA-Buch" bediene.

Eine Verwechslungsfähigkeit zwischen dieser Verletzungsform der Beklagten und ARWA verneint das Berufungsgericht. Bei dieser auf das schutzwürdige Interesse der Klägerin an der Unterlassung der Verletzungsform abgestellten Prüfung berücksichtigt das Berufungsgericht die von den Parteien angesprochenen Verkehrskreise und mißt es der Frage, ob der Verletzer gleichartige Waren führe, wesentliche Bedeutung bei. Dabei weist es insbesondere als Beispiel auf den Namen Mercedes hin, der für Kraftwagen, Schreibmaschinen, Schuhe und Zigaretten eingeführt sei, und hält die Warenart der Parteien für so völlig verschieden, daß

mit einer für eine Verwechslungsgefahr in Betracht kommenden Annäherung der beiderseitigen Warenarten nicht zu rechnen sei, zumal die Parteien sich mit ihren Waren an völlig verschiedene Verbrauchergruppen wendeten, insbesondere setze die Beklagte zu 1 ihre Bücher bei Buchhändlern ab. Dabei führt das Berufungsgericht weiter aus, die Annahme der Verwechslungsgefahr ohne Rücksicht auf Warenverschiedenheit und Kundenkreis würde das Recht zur Firmenwahl in einer, dem § 30 HGB widersprechenden Weise einengen. Diese Folge zeige insbesondere der Umstand, daß die Klägerin 36 branchenfremde Firmen zur Aufgabe ihrer Bezeichnung teils veranlaßt, teils noch bewegen wolle. Außerdem gebe es eine große Anzahl in der Warenzeichenrolle eingetragener Wortzeichen, welche die Klägerin jetzt als verwechslungsfähig ansehe. Diese Zeichen seien aber teilweise älter als das Firmenschlagwort und Warenzeichen der Klägerin. Daraus folge, daß auch die Rechtsvorgängerin der Klägerin bei der Wahl ihres Schlagworts und Zeichens der Ansicht gewesen sein müsse, daß es auf die Warenverschiedenheit entscheidend ankomme. Andernfalls würde der Grundgedanke der Einteilung in Warenklassen von der Seite des Namensschutzes her ausgehöhlt werden. Das Berufungsgericht mißt weiter im Hinblick auf die von ihm angenommene völlige Verschiedenheit der Waren der Parteien auch den Zusätzen, die die Beklagte zu 1 der Bezeichnung AWA gibt (Verlag, Buch und Druck) eine erhöhte und unterscheidende Wirkung bei. Diese Zusätze weisen nach Auffassung des Berufungsgericht erkennbar auf einen anderen Betrieb als die Klägerin hin. Die Meinung der Klägerin, ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucherschaft werde annehmen, es handle sich bei der Bezeichnung AWA-Druck um die Hausdruckerei der Klägerin oder um eine von ihr hergestellte neue Strumpfsorte, nämlich bedruckte

Strümpfe, sei abwegig. Schon die völlige Verschiedenheit dieser beiden Befürchtungen zeige, daß es sich um einen konstruierten Einwand handle. Daß es Textildruckereien gebe, sei gerichtsbekannt. Wenn aber von einer Druckerei schlechthin oder schlagwortartig abgekürzt von "Druck" die Rede sei, werde im Geschäftsleben kein ins Gewicht fallender Teil der in Betracht kommenden Verbraucherkreise an eine Textildruckerei denken. Bei dem Kundenkreis der Klägerin sei dies gewiß nicht zu erwarten. Es sei ferner auch nicht zu befürchten, daß der Verkehr, selbst wenn er die Unterschiede der Firmen und Waren der Parteien übersehe, darauf schließen könne, daß zwischen den Parteien Beziehungen beständen (sog. mittelbare Verwechslungsgefahr). Hierzu reiche auch eine Berühmtheit des Firmenbestandteils der Klägerin nicht aus; denn die Waren seien allzu verschieden und das von der Beklagten zu 1 umworbene Publikum sei nach dieser Richtung nicht irrtumsanfällig. Wenn in der von der Klägerin zur Begründung ihrer gegenteiligen Ansicht angeführten Sache (I HK O 67/52 des Landgerichts München) eine solche mittelbare Verwechslungsgefahr angenommen worden sei, so beruhe das auf einem anders gelagerten Sachverhalt. Jenem Rechtsstreit hätten Strümpfe und Waschmittel zugrunde gelegen, und es entspreche der Erfahrung und sei auch durch Reklame dem Bewußtsein der weiten Massen nahegebracht, daß feine Strumpfwaren mit besonderen Waschmitteln behandelt werden müssen.

Diese im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegenden Erwägungen des Berufungsgerichts lassen einen entscheidungsbedeutsamen Rechtsfehler nicht erkennen.

Zu Unrecht macht die Revision demgegenüber geltend,

das Berufungsgericht habe die Bedeutung der Warengleichartigkeit im Rahmen der §§ 12 BGB und 16 UnlWG verkannt. Das Berufungsgericht ist entsprechend der allgemeinen, bereits oben angeführten Rechtsauffassung davon ausgegangen, daß Warengleichartigkeit für den Schutz im Rahmen dieser Vorschriften nicht Voraussetzung sei und daß es insoweit nur darauf ankomme, daß der prioritätsältere Benutzer ein schutzwürdiges Interesse an der Untersagung der Benutzung durch den jüngeren Benutzer besitze. Wenn das Berufungsgericht dann im Rahmen der Prüfung dieser Frage auch dem Abstand, den die zum Vergleich stehenden Warenggebiete voneinander haben, eine wesentliche Bedeutung beigemessen hat, so steht das im Einklang mit der Rechtsprechung des Senats (BGHZ 15, 107 [1107]; 19, 23 [267]). Darin ist ausgesprochen, daß die Verwechslungsgefahr umso eher zu bejahen sein werde, je verwandter die Gebiete seien, für die die Vergleichszeichen geführt würden.

Rechtlich nicht ganz unbedenklich ist allerdings, wenn das Berufungsgericht für seine Ansicht, daß bei Prüfung des Vorliegens eines schutzwürdigen Interesses auch die Warengleichartigkeit von Bedeutung sei, auch anführt, die gegenteilige Auffassung würde zur Aushöhlung des Grundgedankens der Einteilung der Waren in Warenklassen führen. Insoweit weist die Revision mit Recht auf die Entscheidung des Reichsgerichts in GRUR 1951, 332 [333] - Koh-i-noor hin, worin das Reichsgericht es für unzulässig erachtet, rein warenzeichenrechtliche Erwägungen auf dem Gebiet des Firmenrechts anzustellen. Bei diesen Ausführungen des Berufungsgerichts handelt es sich jedoch ersichtlich nur um eine zusätzliche Erwägung, die für die Entscheidung des Berufungsgerichts nicht von ausschlaggebender Bedeutung gewesen ist.

Weiter wendet sich die Revision gegen die Annahme des Berufungsgerichts, daß dem Zusatz "Druck usw" eine wesentliche Bedeutung zukomme. Sie meint, der Firmenbestandteil "AWA-Druck", um den es nach dem Klageantrage in der zuletzt gestellten Form allein gehe, sei nur hinsichtlich des ersten Wortes AWA unterscheidungskräftig, das Wort Druck habe als Gattungsbezeichnung hingegen keine Unterscheidungskraft. Das mag im Grundsatz zutreffen. Wenn das Berufungsgericht jedoch innerhalb seiner Fragestellung im Hinblick auf die völlige Verschiedenheit der von den Parteien vertriebenen Waren dem Zusatz "Druck" doch Bedeutung und unterscheidende Wirkung für die Frage der Verwechslungsfähigkeit beigemessen hat, so kann dem aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden, weil aus der Bezeichnung "Druck" auf eine andere Ware als Strumpfwaren geschlossen wird.

Soweit die Revision ferner die Annahme des Berufungsgerichts, wonach sich die Parteien mit ihren Waren an verschiedene Abnehmerkreise wenden, beanstandet mit der Begründung, in Wirklichkeit komme die Kundschaft der Beklagten zu 1 zum großen Teil auch als Kundschaft der Klägerin in Betracht und umgekehrt, so kommt es darauf nicht entscheidend an. Denn selbst wenn sich die Abnehmerkreise der Parteien überschneiden würden, so würde - das ist die Meinung des Berufungsgerichts - die Verschiedenheit ihrer Waren so im Vordergrunde stehen, daß kaum jemand geneigt wäre, anzunehmen, daß die Waren aus der gleichen Herstellungsstätte kämen.

Auch mit der in diesem Zusammenhang erhobenen Verfahrensrüge aus § 286 ZPO, die dahin geht, das Berufungsgericht habe das unter Beweis gestellte Vorbringen der Klägerin, wonach der Textildruck im Verkehr durchaus

bekannt sei und immer mehr zunehme, sowie die im Verhandlungstermin am 23. Juni 1955 zu dieser Nachweise überreichten Drucksachen unberücksichtigt gelassen, kann die Revision nicht durchdringen. Das Berufungsgericht hat dieses Vorbringen der Klägerin als richtig unterstellt. Es hat daraus jedoch nicht die von der Klägerin gewünschte Folgerung gezogen, daß nämlich der Verkehr daran denken werde, es handle sich bei der Bezeichnung AWA-Druck um die Hausdruckerei der Klägerin oder um eine von ihr hergestellte neue Strumpfarmt. Das Berufungsgericht verneint entgegen der Auffassung der Revision nicht, daß diese beiden Annahmen logisch miteinander vereinbar seien. Es meint nur, daß sie tatsächlich nicht zuträfen, daß also der Verkehr aus der Bezeichnung AWA nicht in dem behaupteten Sinne auf zwischen den Parteien bestehende Beziehungen schließe. Dies ist rechtlich nicht angreifbar.

Außerdem beanstandet die Revision die Ausführungen des Berufungsgerichts, daß zur Annahme einer mittelbaren Verwechslungsgefahr im Hinblick auf die Verschiedenheit der von den Parteien vertriebenen Waren und der von ihnen angesprochenen Verkehrskreise auch die Berühmtheit des Firmenschlagworts der Klägerin nicht ausreichen würde. Demgegenüber meint die Revision, daß nach anerkannter Auffassung gerade der berühmte Name das typische Merkmal sei, das stets die Annahme eines schutzwürdigen Interesses im Sinne der §§ 12 BGB, 16 UnlWG rechtfertige. Ein solcher allgemeiner Rechtsgrundsatz besteht jedoch nicht. In der Rechtsprechung des Reichsgerichts und des Senats (RG GRUR 1951, 332 335; BGH GRUR 1955, 299 302) ist vielmehr nur ausgesprochen, die Berühmtheit eines Zeichens werde die Möglichkeit besonders nahelegen, daß der Verkehr ein auch nur an eine

solche Bezeichnung anklingendes Zeichen mit der berühmten Marke in Verbindung bringen werde. Es kommt demnach auf die Umstände des Einzelfalles an. Im übrigen ist diese Frage gegenstandslos, weil das Berufungsgericht verneint, daß das Firmenschlagwort der Klägerin in entscheidungserheblicher Zeit berühmt gewesen sei.

Für den Namensschutz aus § 12 BGB ist, worin der Revision beizutreten ist, eine Verwechslungsgefahr nicht Voraussetzung, sondern es genügt insoweit jedes schutzwürdige Interesse (Urteil des Senats vom 15. Juni 1956 - I ZR 149/54 - Meisterbrand). Ein solches Interesse der Klägerin an der Unterlassung der von ihr beanstandeten Bezeichnung der Beklagten ist jedoch nicht dargetan. Dabei kann dahingestellt bleiben, ob die Annahme eines solchen schutzwürdigen Interesses der Klägerin gerechtfertigt wäre, wenn ihre Behauptung zuträfe, sie müsse mit einer Verärgerung der von ihr für Reklame in Anspruch zu nehmenden Verlage und Druckereien rechnen, wenn sie den Eindruck nicht beseitige, daß unter der Firma der Beklagten die Hausdruckerei der Klägerin verstanden werden könne. Denn nach der rechtsirrtumsfreien Feststellung des Berufungsgerichts steht fest, der Verkehr werde aus der Bezeichnung "AWA" (mit Zusätzen) nicht schließen, daß zwischen den Parteien Beziehungen beständen. Mit dieser Feststellung entfällt auch die Grundlage für die Annahme der Klägerin, sie müsse, wenn die Beklagte die Bezeichnung AWA nicht unterlasse, mit einer Verärgerung der von der Klägerin in Anspruch genommenen Verlage und Druckereien rechnen.

Nach alledem entfallen die Vorschriften der §§ 12

BGB, 16 UnlWG als Anspruchsgrundlage für den Namensschutz der Klägerin.

II. Auch aus dem Gesichtspunkte der Verwässerung (BGHZ 19, 23 [27]) hat das Berufungsgericht die Klageansprüche für unbegründet erachtet. Das Berufungsgericht billigt der Bezeichnung ARWA zwar die Eigenschaft einer berühmten Marke zu, jedoch erst seit 1952. Insoweit ist es dem Gutachten des Industrie- und Handelstages gefolgt. Die Behauptung der Klägerin, daß sie bereits im August 1948, als die Beklagte zu 1 den Bestandteil AWA in ihre Firma aufgenommen habe, berühmt gewesen sei, sieht das Berufungsgericht nicht als erwiesen an. Insoweit würdigt das Berufungsgericht auch das von der Klägerin vorgelegte Werbematerial im einzelnen.

In diesen auf tatsächlichem Gebiet liegenden Darlegungen des Berufungsgerichts tritt ein Rechtsfehler nicht zutage. Insoweit hat die Revision besondere Einwendungen auch nicht erhoben.

Sie beanstandet in der Hauptsache vielmehr die weitere Annahme des Berufungsgerichts, daß die Erstarkung eines Zeichens zur Berühmtheit rechtsbegründend wirke und demnach keine Rückwirkung auf früher erlaubter Weise gewählte Firmen haben könne. Deshalb sei für die Frage der Priorität im Rahmen des Gesichtspunkts der Verwässerung nicht darauf abzustellen, wer zuerst das Wort bzw. Zeichen in Gebrauch genommen habe. Zur Begründung dieser Auffassung führt das Berufungsgericht aus, es bestehe zwar für

Jedes Warenzeichen oder Firmenschlagwort theoretisch die Möglichkeit, daß es zur berühmten Marke erstarke. Es dürfe aber nicht außer Betracht bleiben, daß zwischen dem Inhaber des Warenzeichens bzw. Firmenschlagworts und dem des ähnlichen, jedoch wegen Warenverschiedenheit nicht verwechslungsfähigen anderen Zeichens bzw. Firmenschlagworts überhaupt keine Rechtsbeziehung bestehe, solange jene Zeichen noch nicht berühmt seien. Auch aus rechtssystematischen Erwägungen lasse sich eine Rückwirkung der Berühmtheit eines Zeichens nicht begründen. Die jedem Zeichen inwohnende Möglichkeit, Berühmtheit zu erlangen, dürfe nicht als Regeltatbestand zugrunde gelegt werden. Das würde zu einer weitgehenden Sperrwirkung in der Wahl der Warenzeichen und Firmennamen führen. Auch Billigkeitserwägungen könnten einen gegenteiligen Standpunkt nicht rechtfertigen. Nach anerkanntem Rechtsgrundsatz im Firmenrecht (Hinweis auf BGH in LM § 16 UnlWG Nr 5) müsse derjenige, der eine Veränderung herbeiführe, die eine Überschneidung von Rechten mit sich bringe, für die notwendige Abgrenzung sorgen. In der genannten und der vorliegenden Entscheidung handele es sich um eine Veränderung der Verhältnisse, die dem natürlichen Ablauf entspreche. Keinem der Beteiligten könne ein Vorwurf gemacht werden. Es sei daher nicht unbillig, daß der Inhaber der berühmt gewordenen Marke die hieraus für ihn zwangsläufig entstehenden Nachteile in Kauf nehme. Besondere Umstände, die etwa unter dem Gesichtspunkt von Treu und Glauben eine andere Beurteilung zu Gunsten der Klägerin rechtfertigen würden, lägen nicht vor. Für die Klägerin ständen keine erheblichen wettbewerblichen Interessen auf dem Spiel, während andererseits den Beklagten mit dem Verbot ihrer Firma ein außerordentlich hoher Schaden zuge-

fügt würde.

Diesen Ausführungen des Berufungsgerichts ist im wesentlichen beizutreten.

Die Revision will - unter Hinweis auf RG JW 1932, 2805 (Terranova) - den Schutz aus dem Rechtsgedanken der Verwässerung bereits auf Fälle angewendet wissen, in denen sich ein Firmenschlagwort im Verkehr durchgesetzt, jedoch noch nicht Berühmtheit erlangt hat. Dem kann nicht gefolgt werden. Nach ständiger Rechtsprechung des Senats (BGHZ 15, 107 112; 19, 23 27) kommt ein Sonderschutz aus dem Gesichtspunkte der Verwässerung nur bei Kennzeichnungen mit wirklich überragender Verkehrsgeltung in Betracht. Eine solche hat das Firmenschlagwort der Klägerin nach der einwandfreien Feststellung des Berufungsgerichts erst seit 1952 erlangt. Das Berufungsgericht hat daher rechtlich nicht geirrt, wenn es im Rahmen der Prüfung des Sonderschutzes des Gesichtspunktes der Verwässerung die Prioritätsfrage erneut geprüft hat.

Auch der Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe zu Unrecht eine Zurückbeziehung dieses Sonderschutzes auf die Zeit vor 1952, also auf einen Zeitraum, in dem das Zeichen der Klägerin noch nicht Berühmtheit erlangt hatte, abgelehnt, kann kein Erfolg zuteil werden. Die Revision meint, die Berühmtheit eines Zeichens bringe dieses nicht neu zur Entstehung, sondern bedeute lediglich die größtmögliche Ausdehnung seines Schutzzumfanges. Dieser Schutzzumfang könne sich im Laufe der Zeit ausdehnen oder verringern. So könne sich auch die Verwechslungsfähigkeit eines Zeichens während des Verletzungsprozesses ändern. In allen diesen

Fällen sei die Prioritätsfrage einheitlich nach dem Zeitpunkt der Registrierung bzw. Eintragung des materiellen Rechts (Ausstattung, Firmenschlagwort) zu beantworten. Es verstoße daher gegen einen elementaren Grundsatz des gesamten Wettbewerbsrechts, wenn das Berufungsgericht (für Registerrechte ohnehin rechtsirrig) annehme, bei einem bekannten Kennzeichen sei für die Frage der Priorität nicht darauf abzustellen, wer zuerst das Zeichen in Gebrauch genommen habe. Das alles gelte in besonderem Maße, wenn ein Name oder ein Firmenschlagwort berühmt geworden sei. Dem kann nicht beigetreten werden. Die von der Revision angegriffene Auffassung des Berufungsgerichts steht im Einklang mit der Rechtsprechung des Senats (BGHZ 19, 23 [27]). Darin ist ausgesprochen, es gehe nicht an, den Schutz gegen Verwässerung auf einen Zeitraum zurückzubeziehen, in dem die Entwicklung zu dem für diesen Sonderschutz erforderlichen Ausmaße der Verkehrsgeltung noch im Fluß gewesen sei, weil dies auf eine Durchbrechung des das Kennzeichnungsrecht beherrschenden Grundsatzes der Priorität hinauslaufe und dazu führen würde, daß auf Grund einer später erlangten Verkehrsdurchsetzung auch solche Zeichenrechte beseitigt werden könnten, denen im Zeitpunkt ihrer Entstehung ein besseres sachliches Recht nicht habe entgegenggehalten werden können. Von dieser Rechtsauffassung abzugehen, liegt kein Grund vor.

Dieser Rechtsgrundsatz gilt, was die Revision zur Nachprüfung gestellt hat, insbesondere auch für den Kennzeichnungsschutz aus § 12 BGB. Der Senat hat bereits in der vorbezeichneten Entscheidung zum Ausdruck gebracht, daß es sich um einen das gesamte Kennzeichnungsrecht beherrschenden Grundsatz handelt. Er hat ihn dann ohne nähere Begründung auch bereits auf den Schutz aus § 16 UnlWG angewendet (BGHZ 21, 85 [94]). Es ist auch kein innerer Grund vorhanden,

der die Nichtanwendung dieses Grundsatzes auf den Kennzeichnungsschutz aus § 12 BGB rechtfertigen könnte.

Das Berufungsgericht hat daher vorliegend einen Schutz der Klägerin aus dem Gesichtspunkte der Verwässerung schon wegen mangelnder Priorität zu Recht abgelehnt.

Dadurch erledigen sich auch die von der Revision in diesem Zusammenhang erhobenen weiteren sachlichen Rügen.

III. Dafür, daß die Beklagten in sittenwidriger Weise den guten Ruf der Waren der Klägerin oder deren Reklame für sich ausgenutzt hätten (§§ 1 UnlWG, 826 BGB), ist kein hinreichender Anhalt gegeben. Nach der rechtsirrtumsfreien Feststellung des Berufungsgerichts hat die Beklagte zu 1, als sie die beanstandete Firmenbezeichnung wählte, von einer Strumpfmärke ARWA nichts gewußt, sie jedenfalls nicht für allgemein bekannt gehalten und sich von der Verwendung einer ähnlichen Bezeichnung keine Vorteile versprochen. Insoweit hat die Revision Bemängelungen nicht erhoben.

Rechtlich unbedenklich ist auch die Begründung, mit der das Berufungsgericht die Klageansprüche aus dem Gesichtspunkte der §§ 823 Abs 1, 1004 BGB ebenfalls abgelehnt hat. Insoweit führt das Berufungsgericht unter Hinweis auf LM § 16 UnlWG Nr 4 Anm Lindenmaier aus, das Recht am eingerichteten Betrieb werde durch Handlungen der hier vorliegenden Art dann nicht verletzt, wenn diese Handlungen nach den insoweit spezielleren und daher vorgehenden Vorschriften der §§ 12 BGB, 16 UnlWG, 24 WZG rechtmäßig seien.

IV. Schließlich hat das Berufungsgericht die Klage-

ansprüche auch im Rahmen des § 3 UnlWG nicht für gerechtfertigt erachtet. Dazu führt es aus: Die Bezeichnungen AWA-Buch und AWA-Druck erweckten, da keine unmittelbare oder mittelbare Verwechslungsgefahr mit der Bezeichnung der Klägerin vorliege, nicht den irreführenden Eindruck, es handle sich um Waren besonderer Qualität. Die Klägerin könne sich auch, da zwischen ihr und den Beklagten ein Wettbewerbsverhältnis nicht bestehe, nicht darauf berufen, daß die Beklagte zu 1) noch die Bezeichnung "Druck" führe, während sie nur noch Verlag sei. Im übrigen sei diese Behauptung bestritten und nicht bewiesen. Die Beklagte zu 1) wickle ihre Druckereigeschäfte z.Zt. noch ab; es sei aber möglich, daß sie sie wieder aufnehme.

Diesen im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegende Erwägungen des Berufungsgerichts ist beizutreten. Ein Anspruch der Klägerin aus § 3 UnlWG muß schon daran scheitern, daß es an dem erforderlichen Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien im Sinne des § 13 Abs 1 UnlWG fehlt; denn die Parteien sind, wie das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei angenommen hat, nicht Mitbewerber gleicher oder verwandter Branche.

Dadurch erledigt sich auch die in diesem Zusammenhange von der Revision erhobene Verfahrensrüge aus § 286 ZPO, die dahin geht, das Berufungsgericht habe unter Außerachtlassung wesentlichen Prozeßstoffes nicht für erwiesen angesehen, daß die Beklagte zu 1) nur noch das Verlagsgeschäft betreibe.

Nach alledem war die Revision der Klägerin
als unbegründet mit der Kostenfolge aus § 97 ZPO
zurückzuweisen.

Weinkauff Birnbach Krüger-Nieland

Christoph Weiß