

Nachschlagewerk: ja

BGHZ : nein

UWG § 1

McLaren

Es verstößt nicht gegen § 1 UWG, wenn ein Hersteller von Autorennspielen - entsprechend einer langjährigen Übung in der Spielwarenbranche und im Bestreben, mit seinem Spielzeug die Rennsportwirklichkeit im kleinen möglichst naturgetreu wiederzugeben - unter den zum Spiel gehörigen Autos auch die in Form und Farbe naturgetreue Nachbildung eines als Sieger vieler Rennen weithin bekannten und angesehenen Formel 1-Rennwagens ohne Zustimmung des berechtigten Rennstallinhabers anbietet, solange dies ohne ausdrückliche Nennung des Namens des Inhabers und ohne anderweite werbende Herausstellung des Originalfahrzeugs, seines Rufs und/oder seines Vorbildcharakters für den Spielzeugwagen zur Förderung des Absatzes dieses Produkts geschieht.

BGB § 12

Für eine namensmäßige Zuordnung kann unter Umständen auch schon der Eindruck genügen, daß der Namensträger dem Benutzer das Recht zum Gebrauch des Namens verliehen hat.

BGB § 823 Ah

Ein Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Namensträgers durch unbefugte Benutzung des Namens kommt regelmäßig nur in Betracht, wenn der Name selbst tatsächlich genannt wird. Die Weckung bloßer Namensassoziationen genügt hierfür jedenfalls dann nicht, wenn letztere für sich genommen keinerlei kränkenden oder in anderer Weise verletzenden Charakter aufweisen.

BGH, Urt. v. 9. Juni 1994 - I ZR 272/91 - OLG Hamburg
LG Hamburg

BUNDESGERICHTSHOF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 272/91

Verkündet am:
9. Juni 1994

Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Ca[REDACTED] Ce[REDACTED] T[REDACTED] GmbH, vertreten durch ihren Geschäfts-
führer Kurt H[REDACTED], W[REDACTED]straße [REDACTED], F[REDACTED]/Bayern,

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

M[REDACTED] International Ltd., vertreten durch ihren Direktor,
W[REDACTED] Bu[REDACTED] Park, Albert Dr[REDACTED], Wo[REDACTED], Su[REDACTED], England,
[REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
[REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 24. März 1994 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Piper und die Richter Dr. Teplitzky, Dr. Mees, Prof. Dr. Ullmann und Starck

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg vom 29. August 1991 mit Ausnahme des auf § 91 a ZPO beruhenden Ausspruchs über die Kosten des in der Hauptsache erledigten Teils des Rechtsstreits aufgehoben.

Soweit Ansprüche auf Schadensersatzfeststellung und Rechnungslegung der Klägerin wegen solcher Verletzungshandlungen im Streit stehen, die unter oder im Zusammenhang mit der Nennung der Namen ~~Möller~~ Honda begangen worden sind, wird die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Im übrigen wird auf die Berufung der Beklagten das Urteil der 15. Zivilkammer des Landgerichts Hamburg vom 8. Juni 1990 abgeändert und die weitergehende Klage, soweit sie keine Erledigung in der Hauptsache gefunden hat, abgewiesen.

Von Rechts wegen



[JLaw – Gesetze und Urteile](#)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Klägerin betreibt einen Rennstall der sogenannten Formel 1. Die von ihr konstruierten Rennwagen nehmen seit 1967 an Grand Prix-Rennen teil, und zwar seit 1985 in einer Form- und Farbgebung, die nur geringe Abweichungen aufweist. Die Wagen der Klägerin gewannen zahlreiche Titel.

Die Beklagte stellt Spielzeugautos her. Sie verkauft unter ihrer Marke "C[REDACTED]" eine Autobahn, auf der elektrisch angetriebene Modelle von Formel 1-Rennwagen, aber auch von Serienfahrzeugen, fahren. In einem Katalog bot sie unter der Bezeichnung "Art.-Nr. 71410 M[REDACTED] Honda" ein dort abgebildetes Modell eines detailgetreu nachgebildeten Rennwagens der Klägerin an, ohne daß die Klägerin ihr dies gestattet hätte. Vertragsverhandlungen der Parteien über eine Gestattung hatten sich zerschlagen. Auf dem Modell selbst befand sich keine Namensbezeichnung.

Seit dem Frühjahr 1989 verzichtet die Beklagte in jeder Hinsicht auf die Angabe "M[REDACTED] Honda".

Langjähriger Übung in der Spielzeugbranche entsprechend stellte die Beklagte für ihre Bahn 30 Modelle von 14 Unternehmen her, ohne diesen Lizenzen zu zahlen. In jüngerer Zeit forderten außer der Klägerin auch einige andere Unternehmen Lizenzzahlungen. Ihnen gegenüber hat die Beklagte sich teilweise im Zusammenhang mit Rechtsstreitigkeiten zur Unterlassung verpflichtet; teilweise steht sie noch in Verhandlungen.

Die Klägerin hat vorgetragen:

Sie sei einer der bekanntesten Formel 1-Rennställe der Welt; ihre Wagen nähmen regelmäßig an allen Grand Prix-Rennen teil, sie verfüge gegenwärtig über die erfolgreichste Rennmannschaft der Welt. Ihr Wagen sei so bekannt, daß der überwiegende Teil des Verkehrs ihn auch ohne Bezeichnung als den ihren erkenne, zumal er in Presse und Fernsehen stets als "McLaren" bezeichnet werde. Ihr Wagen unterscheide sich eindeutig von anderen, wie sich aus deren Ablichtungen ergebe. Das gleiche gelte für einen Modellnachbau.

Formel 1-Rennen gehörten zu den bedeutendsten internationalen Sportveranstaltungen. Weltweite Fernsehübertragungen jedes der 16 Grand Prix-Rennen (davon eines im deutschen Hockenheim) hätten 1988 im Schnitt 190 Mio. Zuschauer erreicht. Insgesamt seien in 81 Ländern 76.229 Minuten lang über Grand Prix-Rennen berichtet worden. In der Bundesrepublik Deutschland hätten 1988 13.006.437 Zuschauer im Fernsehen bei einer Gesamtsendezeit von 2.176 Minuten die 16 Rennen gesehen. RTL plus habe alle 16, die ARD sieben und das ZDF ebenfalls alle 16 Grand Prix-Rennen übertragen, davon sechs sogar zweimal. Einige seien drei- bis viermal gesendet worden, so daß die Gesamtzahl der Übertragungen 45 erreicht habe, die jeweils im Durchschnitt 4.624.511 Zuschauer gehabt hätten. Hierdurch und durch Presseberichte habe sie weltweit und in Deutschland einen ungeheuren Ruf erlangt und 1988 mehr als 8 Mio. £ für Wagen und Rennen aufgewendet. Ihre Einnahmen stammten überwiegend von Sponsoren.

Auch Spielzeughersteller zahlten beträchtliche Lizenzgebühren, um ihre Rennwagen nachbilden zu dürfen und mit großem Erfolg zu verkaufen. Wie andere Rennställe habe sie die Firma T Promotion Ltd. eingeschaltet, die weltweit entgeltliche Lizenzverträge abgeschlossen habe, so mit 16 in der Klageschrift und weiteren in der Anlage 5 namentlich genannten Unternehmen. Mit sechs Firmen, die elektrische Rennbahnen herstellten, gebe es Lizenzverträge. Gegenwärtig würden weltweit über 1 Mio. Modelle im Jahr verkauft. Bei ihren Verhandlungen mit der Beklagten über eine Lizenz habe diese als Anlage zum Schreiben vom 8. April 1988 alle Daten für das Fahrzeug erhalten.

Die Klägerin sieht - soweit für die Revisionsinstanz noch von Bedeutung - in der Veräußerung eines Modells ihres Formel 1-Rennwagens durch die Beklagte eine sittenwidrige Rufausbeutung im Sinne des § 1 UWG.

Sie hat beantragt,

- I. die Beklagte - soweit zulässig unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel - zu verurteilen,
 1. es zu unterlassen, ohne Zustimmung der Klägerin Spielzeug-Modellautos gemäß Artikel 71410 des Katalogs "C" in der aus der Anlage ersichtlichen Gestaltung und Farbgebung
 - a) anzubieten, feilzuhalten und/oder zu vertreiben,

und/oder

- b) in der Werbung, insbesondere in Katalogen und auf Verpackungen, als "M[REDACTED] Honda" zu bezeichnen;

- 2. Rechnung darüber zu legen, in welchem Umfang die Beklagte ohne Zustimmung der Klägerin Spielzeug-Modellautos gemäß Artikel 71410 des Katalogs "C[REDACTED]" in der aus der Anlage ersichtlichen Gestaltung und Farbgebung

- a) angeboten, feilgehalten und/oder vertrieben hat

und/oder

- b) in der Werbung, insbesondere in Katalogen und auf Verpackungen, als "M[REDACTED] Honda" bezeichnet hat,

und zwar unter Angabe der Liefermengen, Lieferzeiten und Lieferpreise, ferner der Zahl und des Inhalts von Angeboten, ferner unter Angabe der Art und des Umfangs der betriebenen Werbung, aufgeschlüsselt nach Kalendervierteljahren, Bundesländern und Werbeträgern;

II. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die unter I. 1. bezeichneten Handlungen entstanden ist und noch entstehen wird.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß nach § 1 UWG verurteilt.

Im Berufungsverfahren hat sich die Beklagte strafbewehrt verpflichtet, es zu unterlassen,

ohne Zustimmung der Klägerin Spielzeug-Modellautos gemäß Artikel 71410 des Katalogs "C■■■■■" in der aus der Anlage zu dem Urteil des Landgerichts Hamburg vom 8. Juni 1990 ersichtlichen Gestaltung und Farbgebung

a) anzubieten, feilzuhalten und/oder zu vertreiben

und gleichzeitig

b) in der Werbung, insbesondere in Katalogen und auf Verpackungen, als "M■■■■■ Honda" zu bezeichnen, insbesondere dabei die Angaben zu verwenden

"Wie der Weltmeister 1988 M■■■■■ Honda ...".

Im Umfang der Verpflichtungserklärung haben die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache für erledigt erklärt. Die Klägerin hat die Formulierung ihres Unterlassungsantrags daraufhin in Anpassung an den Unterwerfungsinhalt eingeschränkt. Das Berufungsgericht hat das ausgesprochene Verbot dieser Einschränkung angepaßt und die Berufung im übrigen zurückgewiesen.

Hiergegen wendet sich die Revision der Beklagten, mit der sie ihren Klageabweisungsantrag weiterverfolgt. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien bejaht und die Ansprüche der Klägerin als gemäß § 1 UWG begründet angesehen. Dazu hat es ausgeführt:

Die Klägerin verfüge über einen wirtschaftlich sinnvoll - im Lizenzwege - verwertbaren Ruf, den sie aufgrund der weithin bekannt gewordenen Erfolge ihrer Rennwagen erlangt habe. Autorennen würden heute - was das Berufungsgericht im einzelnen näher ausgeführt hat - in großer Breite und Ausführlichkeit von den Medien, insbesondere dem Fernsehen, verbreitet und bekanntgemacht. Damit seien die Erfolge der Fahrzeuge der Klägerin bzw. deren ständige Beteiligung an Formel 1-Rennen in breiten Kreisen bekannt geworden. Diesen Ruf nütze die Beklagte für sich aus, indem sie mit ihren Mo-

dellen die erfolgreichen Originale der Klägerin in Form und Farbe detailgetreu nachahme; denn als Folge der umfangreichen Berichterstattung, der Art und Weise der Berichterstattung - besondere Konzentration der Fernsehübertragungen auf die an der Spitze liegenden erfolgreichen Fahrzeuge - und der besonderen Aufmerksamkeit, die die Zuschauer gerade den häufig im Bild erscheinenden erfolgreichen Spitzenreitern entgegenbrächten, sei allein die charakteristische Farb- und Formgebung ausreichend, um in breiten Teilen des Verkehrs die Vorstellung zu wecken, beim Modell handele es sich um den erfolgreichen Rennwagen der Klägerin.

Diese Rufausbeutung müsse auch als sittenwidrig angesehen werden. Zwar weise der Fall eine Besonderheit auf, so daß dem Landgericht nicht ohne weiteres darin gefolgt werden könne, daß andere Gründe für eine Nachahmung als eine sittenwidrige Verwertung des fremden Rufs nicht ersichtlich seien. Modellbau sei keine Werbung. Man könne ohne Bezugnahme auf Rolls-Royce für einen Whisky werben, nicht aber ein Modell von Rolls-Royce verkaufen. Gleichwohl könne die "Unvermeidbarkeit" der Anlehnung die in der Natur der Sache liegende Rufausbeutung im vorliegenden Fall nicht rechtfertigen.

Allerdings würden seit Jahrzehnten Spielzeugmodelle von Wagen hergestellt, die es in der Wirklichkeit gebe, so daß die Beklagte mit der Nachahmung des Weltmeisters "M. Honda" von 1988 zunächst nichts anderes als das bislang weithin Übliche getan habe. Insofern fehle ihrem Verhalten die Zielgerichtetheit auf eine Rufausbeutung, denn diese stelle sich nur unvermeidbar ein, auch wenn sie nicht beab-

sichtigt sei. Wolle die Beklagte jede Anlehnung an den Ruf der Klägerin ausschließen, müsse sie die Herstellung ihres Modells überhaupt aufgeben. Anders als in den Fällen, die die Rechtsprechung bislang zu entscheiden gehabt habe, stehe ihr keine rechtmäßige Alternative für den Vertrieb ihres Modells zur Verfügung. Sie wolle mit letzterem - jedenfalls auch - Wirklichkeit wiedergeben, nämlich eine möglichst naturgetreue maßstabsgerechte Rennbahn anbieten, zu der der jeweilige Weltmeister eben auch gehöre. Das sei als solches ein sittlich farbloses Ziel, das den Vorwurf der Unlauterkeit nicht tragen könne. Daß dem Modellhersteller die Wertschätzung zugute komme, deren sich die Originale erfreuten, erscheine grundsätzlich ebenfalls nicht anstößig. Der Käufer wolle ja gerade im Modell das von ihm geschätzte Original wiedererkennen.

Das entscheidende Merkmal, das im vorliegenden Fall die Wettbewerbswidrigkeit begründe, sei darin zu sehen, daß die Klägerin mit ihrem Rennwagen nicht so sehr eine Ware produziere, die sich eines Rufs erfreuen könne, sondern - überspitzt ausgedrückt - nur einen Ruf als solchen produziere, dessen Wert darin liege, verkauft werden zu können. Indem die Beklagte diesen Ruf nutze, entziehe sie der Klägerin etwas, das bei dieser der eigentliche Gegenstand ihres Erwerbsstrebens sei. Es gebe keinen Markt für Rennwagen, da diese nicht in Serie hergestellt würden, sondern nur einen Markt für Rennen, die von Zuschauern konsumiert würden. Der ganze Aufwand um die Grand Prix-Rennen sei einbezogen in ein weltweites System der Unterhaltung und der Werbung.

Die Klägerin suche ihr Fortkommen durch Teilnahme an diesem System, sie produziere einen "Ruf", dessen materielle Bedeutung sich nicht im Absatz von ihr produzierter Rennwagen niederschläge, sondern der selbst genutzt und verkauft werden müsse, wobei es unerheblich sei, für welche Art von Waren der Ruf eingesetzt werde. Werde dieser Ruf unentgeltlich von anderen ausgebeutet, gehe sie selbst leer aus, obwohl alle ihre Anstrengungen darauf zielten, eben diesen Nutzen erst zu ermöglichen.

In ihrer Absicht, Wirklichkeit wiederzugeben, verfolge auch die Beklagte nicht ein ideales Ziel, demgegenüber das Gewinnstreben der Klägerin zurückzustehen hätte. Auch die Beklagte wolle verkaufen und bilde Wirklichkeit nicht als Selbstzweck ab, sondern weil der Markt es so verlange.

II. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung überwiegend, nämlich soweit sie sich auf den noch im Streit befindlichen Unterlassungsanspruch und den mit diesem zusammenhängenden Teil der anderen Ansprüche bezieht, nicht stand. Erfolglos bleiben die Angriffe der Revision lediglich insoweit, als sie sich auch dem Grunde nach gegen die Verurteilung zur Auskunftserteilung und gegen die Feststellung der Schadensersatzpflicht hinsichtlich solcher Verletzungsfälle wendet, die unter (oder im Zusammenhang mit) der Verwendung des Namens M. Honda begangen worden sind und hinsichtlich deren Wiederholung das Unterlassungsbegehren sich in der Hauptsache erledigt hat. Auch insoweit führen die Revisionsangriffe jedoch zur Aufhebung des Berufungsurteils, weil es für eine abschließende Entscheidung

über die Ansprüche einer Präzisierung der darauf bezogenen Anträge und der hierfür erforderlichen Feststellungen bedarf.

A. Verletzungshandlungen ohne Namensverwendung

1. Das Berufungsgericht hat § 1 UWG als die in Betracht kommende Anspruchsgrundlage angesehen; das hierfür erforderliche Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien hat es unter Bezugnahme auf entsprechende Ausführungen des Landgerichts mit der Begründung bejaht, daß es hierfür genüge, wenn der als Verletzer in Anspruch Genommene mit seiner Handlungsweise in Konkurrenz um einen wirtschaftlich ausnutzbaren Ruf des Anspruchstellers trete. Dies entspricht der mittlerweile ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (vgl. BGHZ 93, 96, 99 - DIMPLE; BGHZ 113, 82, 84 - Salomon; BGH, Urt. v. 10.2.1994 - I ZR 79/92 - Markenverunglimpfung, zur Veröffentlichung in BGHZ bestimmt) und wird auch von der Revision nicht beanstandet.

2. Das Berufungsgericht hat weiter festgestellt, daß das hier in Frage stehende, von der Beklagten als Vorlage für ihr Spielzeugauto benutzte Rennfahrzeug der Klägerin einen sehr beachtlichen Bekanntheitsgrad und - dank zahlreicher Erfolge bei großen und den Interessenten in weitem Umfang durch die Medien, insbesondere das Fernsehen, nahegebrachten Autorennen - auch einen erheblichen Prestigewert aufweist, als dessen Folge eine wirtschaftliche Rufverwertung durch

Lizenzvergabe wirtschaftlich sinnvoll und auf dem Markt möglich erscheint. Gegen diese Feststellung werden Verfahrensrügen seitens der Revision nicht erhoben.

3. Die Revision beanstandet jedoch als rechtsfehlerhaft, daß das Berufungsgericht eine Übertragung dieses Rufs auf das Spielzeugauto der Beklagten für möglich gehalten und seiner Beurteilung zugrunde gelegt hat. Sie meint, daß eine solche Möglichkeit schon deshalb ausscheide, weil der Verkehr wisse, daß die Qualität eines Spielzeugautos nicht von der des Originals abhängt; zum anderen könne von einer Rufübertragung aber auch deshalb keine Rede sein, weil der Verkehr das Spielzeugauto allein aufgrund seiner Form- und Farbgebung gar nicht als Nachbildung des "Möbilia Honda"-Rennwagens identifiziere und schon deshalb eine Verknüpfung zwischen dem Modellauto der Beklagten und dem Rennwagen der Klägerin nicht vornehme.

Auch diese Rügen der Revision bleiben ohne Erfolg.

a) Die Übertragung bzw. - treffender - Ausnutzung des Ansehens einer fremden Ware setzt zwar im Regelfall voraus, daß die Qualität der eigenen Ware mit der der - entsprechend angesehenen - anderen in Beziehung gesetzt wird um letztere als Vorspann für den eigenen Absatz zu nutzen (vgl. BGH GRUR 1985, 550, 553 - DIMPLE m.w.N., insoweit nicht in BGHZ 93, 96 ff. abgedruckt). Jedoch braucht dies - wie der Bundesgerichtshof kürzlich entschieden hat (BGH aaO - Markenverunglimpfung) - nicht notwendigerweise in jedem Falle so zu sein. Vielmehr kann eine Ausbeutung fremden Rufs auch dann anzunehmen sein, wenn letzterer aus anderen Gründen als de-

nen einer direkten Übertragung von Qualitätsvorstellungen eine wichtige Voraussetzung des Absatzes einer bestimmten Ware ist und deren Hersteller diese gerade deshalb - unter Anlehnung an das angesehene Fremdprodukt - in sein Vertriebsprogramm aufgenommen hat (vgl. BGH aaO - Markenverunglimpfung). Eine solche Form der Rufanlehnung liegt hier vor. Verlangt nämlich der Markt für Spielzeugautos, wie das Berufungsgericht - insoweit unbeanstandet von der Revision - festgestellt hat, "Wirklichkeit", das heißt die Nachbildung real existierender und möglichst auch erfolgreicher Original-Rennwagen, so ist das hohe Ansehen, das das Fahrzeug der Klägerin unter den hier als Käufer auch von Rennspielautos hauptsächlich in Betracht kommenden Liebhabern des Autorennsports genießt, eine wesentliche Voraussetzung für den Absatz Erfolg, die die Beklagte als solche für sich nutzbar macht.

b) Die Möglichkeit der Identifizierung des Vorbilds für das in Frage stehende Modellauto in der Rennwirklichkeit lediglich aufgrund der charakteristischen Farb- und Formgebung hat das Berufungsgericht in eingehender Würdigung der Art und des Umfangs der Berichterstattung der Medien über Autorennen sowie der in Betracht zu ziehenden Aufmerksamkeit des interessierten Zuschauers festgestellt, wobei es unterstützend auch darauf verwiesen hat, daß für eine gleiche Einschätzung der Identifizierungsmöglichkeit durch die Beklagte selbst deren Festhalten an Form und Farbe des "M██████ Honda"-Wagens spreche; denn würde die Beklagte die auf "M██████ Honda" hinweisenden Merkmale des Spielzeugautos tatsächlich als für den Absatz im Verkehr bedeutungslos ansehen, so hätte ein Ausweichen auf eine andere Gestaltung nahegelegen.

Mit ihren hiergegen gerichteten Beanstandungen versucht die Revision lediglich, die tatrichterliche Beurteilung durch ihre eigene Würdigung zu ersetzen. Dies ist revisionsrechtlich unzulässig.

Im übrigen hätte das Berufungsgericht sich für seine Annahme einer hinreichenden Identifizierungsmöglichkeit im angesprochenen Verkehr zusätzlich auch darauf stützen können, daß nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs bei der Bestimmung des für eine Rufübertragung erforderlichen Bekanntheitsgrades nicht ohne weiteres auf die Bekanntheit in der Gesamtheit des Verkehrs, sondern maßgeblich auf die Bekanntheit in dem Kundenkreis abzustellen ist, der mit der in Frage stehenden Rufausnutzung angesprochen wird (vgl. BGHZ 113, 115, 127 - SL; ferner zum gleichen Rechtsgedanken beim Schutz berühmter Marken und anderer Besitzstände BGHZ 114, 105, 114 - AVON m.w.N.). Jedenfalls für diesen Kundenkreis, der sich in weitem Umfang aus Rennsportinteressenten zusammensetzt, kann die Annahme des Berufungsgerichts, er werde - mindestens zu erheblichen Teilen, was genügt - einen der erfolgreichsten Prototypen dieses Sports an seinen charakteristischen Gestaltungsmerkmalen auch ohne Nennung des Namens erkennen, nicht als erfahrungswidrig beurteilt werden.

4. Durchgreifenden rechtlichen Bedenken begegnet jedoch die weitere Annahme des Berufungsgerichts, die hier vorliegende Ausnutzung des Rufs des Rennwagens der Klägerin sei wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG.

a) Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist die Nachahmung fremder Leistungen, für die bzw. deren Ergebnis ein Sonderrechtsschutz nicht besteht, grundsätzlich erlaubt; sie kann nur dann nach § 1 UWG verboten werden, wenn besondere, über die bloße Nachahmung hinausgehende Umstände hinzutreten, die ihr das Gepräge der Wettbewerbswidrigkeit verleihen (vgl. BGHZ 41, 55, 57 - Klemmbausteine I; BGH, Urt. v. 22.2.1990 - I ZR 50/88, GRUR 1990, 528, 529 - Rollen-Clips m.w.N.; BGHZ 121, 157 = GRUR 1993, 767, 768 = WRP 1993, 701 - Zappel-Fisch). In Anwendung dieses Grundsatzes hat der Bundesgerichtshof auch das Anhängen an fremden Ruf ohne Hinzutreten besonderer, die Wettbewerbswidrigkeit begründender Umstände als zulässig beurteilt (vgl. BGH GRUR 1993, 692, 695 = WRP 1993, 383 - Guldenburg, insoweit nicht in BGHZ 120, 220). Umstände, die hierfür in Betracht kommen, hat der Bundesgerichtshof namentlich in einer unlauteren Beeinträchtigung des in Frage stehenden Rufs (vgl. BGH aaO - DIMPLE, GRUR 1985, 550, 553 = WRP 1985, 399, jeweils unter II 2 c, insoweit nicht in BGHZ 93, 96 abgedruckt; BGHZ 113, 115, 128 ff. - SL; BGH aaO - Markenverunglimpfung) oder in seiner anstößigen mißbräuchlichen Ausnutzung für den eigenen Warenabsatz (BGHZ 86, 90, 94 - Rolls Royce) gesehen.

b) Eine Behinderung der Klägerin durch Beeinträchtigung ihres Rufs hat das Berufungsgericht vorliegend nicht festgestellt; auch die Klägerin hat hierfür nichts Beachtliches vorgetragen.

c) Dagegen kommt - wie bereits in anderem Zusammenhang (vorstehend II A 3 a) ausgeführt worden ist - der Ruf der Klägerin dem Absatz der Ware der Beklagten zugute, so daß

objektiv von seiner Ausnutzung durch letztere gesprochen werden kann. Jedoch fehlt dieser Ausnutzung hier das zusätzlich erforderliche Element der Anstößigkeit, das nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs regelmäßig darin zu sehen ist, daß eine Beziehung zwischen der eigenen und der fremden Ware oder Leistung (nur) hergestellt wird, um vom guten fremden Ruf zu profitieren (vgl. BGH aaO - Rolls Royce). So aber liegt der Fall hier nicht.

Wie das Berufungsgericht verfahrensfehlerfrei - und insoweit auch von den Parteien im Revisionsverfahren unbeanstandet - festgestellt hat, ist es einerseits seit Jahrzehnten üblich gewesen, Spielzeugmodelle von Wagen herzustellen, die es in der Wirklichkeit gibt, und andererseits für die Beklagte nicht ohne weiteres vermeidbar, sich durch entsprechende Gestaltung eines Spielzeugmodells (auch) an den Ruf der Klägerin anzulehnen, wenn sie - dieser bisherigen Übung folgend - ein der Rennsportwirklichkeit entsprechendes Rennspiel anbieten will. Das Berufungsgericht hat hieraus gefolgert, daß das Verhalten der Beklagten auf eine Rufausbeutung nicht "zielgerichtet" sei, sie vielmehr mit ihrem Modell nur eine möglichst naturgetreue Rennbahn anbieten wolle, zu der der jeweilige Weltmeister eben auch gehöre. Dies sei als solches ein sittlich farbloses Ziel, das den Vorwurf der Unlauterkeit nicht tragen könne; ebensowenig erscheine es grundsätzlich anstößig, daß dem Modellhersteller dabei die Wertschätzung zugute komme, deren sich die Originale erfreuten.

Diese Erwägungen lassen keinen Rechtsfehler erkennen.

Etwas anderes würde nur dann gelten, wenn die Beklagte über die bloße wirklichkeitsgetreue Nachbildung hinaus in anderer Weise versucht hätte, den Ruf, den der Wagen der Klägerin genießt, werblich zu nutzen, etwa durch die deutliche Herausstellung dieses Rufs oder auch nur des Originalwagens der Klägerin in ihrer Werbung oder durch Herstellung anderer, zusätzlicher Bezüge zwischen ihrem Erzeugnis und dem Wagen der Klägerin. Solange dies jedoch unterbleibt und jeglicher Zusammenhang sich allein aus der spielzeughaft verkleinerten Nachbildung des Originals gleichermaßen zwangsläufig wie beiläufig (vgl. zu letzterem Aspekt schon BGHZ 86, 90, 95 - Rolls Royce) ergibt, kann in einer Nachbildung eines Objekts der Erwachsenenwelt als Spielzeugmodell kein sittlich anstößiges Verhalten im Sinne des § 1 UWG gesehen werden.

d) Auch das Berufungsgericht hat dies im Grundsatz nicht anders beurteilt; denn das einzige und entscheidende Merkmal, das die Sittenwidrigkeit der andernfalls auch nach seiner Auffassung wettbewerbsneutralen Rufausnutzung begründen könne, hat es in der Besonderheit zu sehen gemeint, daß vorliegend die Klägerin nicht in erster Linie Produzentin einer Ware ist, sondern von vornherein darauf ausgeht (mittels dieser Ware), "Ruf" zu produzieren, den sie dann vermarkten wolle, weil sie nichts anderes zu vermarkten habe. Unter solchen Umständen, das heißt bei Ausnutzung gerade dessen, was Gegenstand des Erwerbsstrebens der Klägerin sei, müsse das Vorgehen der Beklagten als wettbewerbswidrig angesehen werden. Dem kann jedoch nicht beigetreten werden.

Das Berufungsgericht hat bei dieser Erwägung vernachlässigt, daß bei ihrer sinngemäßen Anwendung auch in den meisten Fällen der Nachahmung eines bestimmten Leistungsgegenstandes die Wettbewerbswidrigkeit allein in dieser gesehen werden müßte; denn wollte man die Ausnutzung des Rufs der Klägerin allein deshalb verbieten, weil gerade dieser das von ihr erzeugte und allein zu vermarktende Produkt ist, so müßte man gleichermaßen die Ausnutzung einer fremden Vorlage durch deren Übernahme - also etwa die Nachahmung bestimmter Rollen-Clips (vgl. BGH aaO - Rollen-Clips) oder eines fremden Rollhockers (vgl. BGH, Urt. v. 23.1.1981 - I ZR 48/79, GRUR 1981, 517 - Rollhocker) - schon allein deshalb als wettbewerbswidrig qualifizieren, weil diese Objekte - ebenso wie der Ruf im vorliegenden Falle - der eigentliche Gegenstand der Produktion bzw. der Vermarktung des Herstellers sind. Dies aber ist in der einschlägigen Rechtsprechung bislang stets und mit Recht abgelehnt worden.

5. Das Berufungsgericht hat - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - nicht geprüft, ob das Klagebegehren aus dem Gesichtspunkt der Verletzung des Namens- oder Persönlichkeitsrechts der Namensträger "M[REDACTED] Honda" begründet sein könnte. Die Revisionserwiderung beruft sich hierfür auf ein Urteil des erkennenden Senats (BGHZ 81, 75 - Carrera) und meint, es genüge auch ohne ausdrückliche Verwendung des Namens selbst, wenn ein Fahrzeug vom Verkehr aufgrund seiner Erscheinung als "M[REDACTED] Honda" erkannt werde. Damit bleibt sie ohne Erfolg.

a) Allerdings setzt eine Verletzung des Namensrechts nicht notwendigerweise den unmittelbaren Gebrauch des fremden Namens voraus; vielmehr kann insoweit ein hinreichend deutlicher mittelbarer Hinweis auf den Namensträger genügen (vgl. RGZ 101, 169, 172 - Stadttheater; RGRK/Krüger-Nieland, BGB, 12. Aufl., § 12 Rdn. 87). Jedoch liegt eine Verletzung des Namensrechts im Streitfall nicht vor, weil die hierfür nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu fordernde Möglichkeit einer Identitäts- bzw. Zuordnungsverwirrung (vgl. BGHZ 30, 7, 10 - Caterina Valente; BGHZ 91, 117, 120 - Mordoro; näher dazu v. Gamm, Wettbewerbsrecht, 5. Aufl. Kap. 53 Rdn. 16 und Großkomm/Teplitzky, § 16 UWG Rdn. 425, jeweils m.w.N.) vorliegend nicht besteht.

aa) Davon, daß der Verkehr die Spielzeugautos der Beklagten als Erzeugnisse der Klägerin ansehen könnte (vgl. BGHZ 81, 75, 78 unter a - Carrera), kann weder nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen noch nach dem Sachvortrag der Klägerin ausgegangen werden.

bb) Allerdings kann für eine namensmäßige Zuordnung unter Umständen auch schon der Eindruck genügen, daß der Namensträger dem Benutzer das Recht zum Gebrauch des Namens verliehen hat (RGZ 74, 308, 310 ff. - Graf Zeppelin; BGH, Urt. v. 15.3.1963 - Ib ZR 98/61, GRUR 1964, 38, 40 unter V, 2 - Dortmund grüßt; RGRK/Krüger-Nieland aaO § 12 Rdn. 84; Großkomm/Teplitzky, § 16 UWG Rdn. 429; a.A. MünchKomm/Schwerdtner, BGB, 2. Aufl., § 12 Rdn. 107). Ein solcher Eindruck setzt jedoch mindestens voraus, daß tatsächlich der Name als solcher gebraucht wird; denn bei Verwendung allein

von Form und Farbe - ohne Namensnennung - hat der Verkehr keine Veranlassung, an eine gerade auf die Namensverwendung bezogene Erlaubnis zu denken.

b) Auch eine danach allein noch in Betracht zu ziehende Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts der Namens-träger (vgl. BGHZ 81, 75, 78 unter b - Carrera; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 17. Aufl., § 16 UWG Rdn. 47 a) scheidet vorliegend aus.

Der Bundesgerichtshof hat in der genannten Entscheidung (aaO - Carrera) das die Persönlichkeitssphäre des Namensträgers verletzende Element besonders in der Herausstellung des Namens gesehen; er hat (aaO S. 81) als wesentlichen Umstand hervorgehoben, daß der Personenname dort nicht nur nebenher, sondern in einer ins Auge springenden Weise deutlich lesbar verwendet worden war. Dem lag die Erwägung zugrunde, daß von einem verletzenden Eingriff in den Persönlichkeitsbereich nur dann gesprochen werden kann, wenn die notwendige Beziehung zur Person des Namensträgers in einer deutlichen Weise, nämlich durch auffällige Herausstellung des Personennamens, hergestellt wird. Daran fehlt es im vorliegenden Fall, da der Name selbst hier überhaupt nicht genannt wird und der Verkehr allenfalls als Folge einer Assoziation aus der ihm bekannten Form und Farbe der Ware auf die Namen "M[REDACTED] Honda" kommen kann. In der bloßen Ermöglichung solcher - für sich genommen auch nicht etwa kränkender oder in anderer Weise verletzender - Namensassoziationen liegt kein Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Namensinhabers.

B. Verletzungshandlungen unter Namensverwendung

Das Berufungsgericht hat - von seinem Standpunkt aus wiederum folgerichtig - nicht gesondert geprüft, ob Ansprüche der Klägerin auf Auskunft bzw. Rechnungslegung sowie auf Schadensersatz wegen der konkreten Verletzungsform bestehen, zu deren Unterlassung die Beklagte sich strafbewehrt verpflichtet hat.

Im Gegensatz zum Anspruch auf Unterlassung, der sich insoweit in der Hauptsache erledigt hat, sind diese Ansprüche weiter Gegenstand des Rechtsstreits. Sie erweisen sich dem Grunde nach als im wesentlichen begründet.

1. Ob sich dies - im Blick auf die Verstärkung des Rufausnutzungseffekts durch Mitnennung des Namens M.../Honda - auch aus § 1 UWG ergeben könnte, bedarf keiner näheren Prüfung; denn jedenfalls sind die Ansprüche, soweit sie sich auf Folgen der Nennung des Namens M.../Honda ergeben, gemäß § 823 Abs. 1 BGB und § 812 Abs. 1 BGB begründet, weil die ohne Erlaubnis der Namensträger zu Zwecken der Werbung für ein eigenes Produkt der Beklagten erfolgte ausdrückliche und deutlich lesbare Namensverwendung einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht der Träger dieser Namen darstellt (vgl. BGHZ 30, 7, 10 ff. - Caterina Valente; BGHZ 81, 75, 78 - Carrera).

In der genannten Entscheidung hat der Bundesgerichtshof Ansprüche zwar unter dem Gesichtspunkt der ungerechtfertigten Bereicherung zuerkannt, auf den sich die Klägerin nach dem gewählten Wortlaut des Feststellungsbegehrens und aus-

weislich ihrer Klageschrift bisher nicht berufen hat. Jedoch beruhte die Beschränkung auf § 812 BGB in jenem Fall lediglich darauf, daß dort die Verschuldensfrage offengeblieben war. Die Erwägungen jenes Urteils zur Persönlichkeitsrechtsverletzung begründen jedoch gleichermaßen einen Schadensersatzanspruch, sofern die hierfür erforderlichen Voraussetzungen im übrigen, insbesondere ein schuldhaftes Handeln des Verletzers, vorliegt. Dies ist hier der Fall.

Bei Anwendung der erforderlichen Sorgfalt konnte die Beklagte - jedenfalls bei der in Zweifelsfällen gebotenen Einholung von Rechtsrat - erkennen, daß die unbefugte Benutzung fremder Namen für die Förderung des Verkaufs eigener Erzeugnisse einen Eingriff in Rechte des Namensträgers darstellt; dies insbesondere, weil dies durch den Bundesgerichtshof bereits mehrfach (vgl. BGH aaO - Carrera m.w.N.) entschieden worden war. Die Beklagte hat insoweit also zumindest fahrlässig gehandelt, so daß sich, da ein Schaden mindestens in der hier zulässigen Berechnungsform einer entgangenen Lizenz hinreichend wahrscheinlich ist, die geltend gemachten Ansprüche auf Schadensersatzfeststellung und Rechnungslegung aus § 823 Abs. 1 BGB ergeben.

2. Jedoch vermag der Senat über diese Ansprüche in der Revisionsinstanz nicht abschließend zu entscheiden, da es hierfür an einer hinreichend bestimmten Antragsgrundlage sowie an speziell auf die nunmehr weitgehend zu beschränkende Rechnungslegungsform bezogenen Tatsachenfeststellungen fehlt und ein Versuch des Revisionsgerichts, selbständig eine Beschränkung des - ausgehend von weitergehenden rechtlichen Vorstellungen - umfassend formulierten Rechnungslegungsbe-

gehens vorzunehmen, zu einer unangemessenen Verkürzung des Umfangsbestimmungsrechts der Klägerin, aber auch des Rechts der Beklagten, zu einem veränderten Begehren Stellung zu nehmen, führen könnte. Unklarheiten hinsichtlich einer der Rechtsauffassung des erkennenden Senats zur Zulässigkeit des Vertriebs eines allein in Form und Farbe nachgeahmten Modells angepaßten Begehrens ergeben sich namentlich daraus, daß im Klageantrag - vom Rechtsstandpunkt der Klägerin und der Vorinstanzen aus folgerichtig - keinerlei Differenzierung - und dementsprechend auch keine zeitlichen Abgrenzungen - hinsichtlich des Angebots und Vertriebs mit bzw. ohne Namensnennung vorgenommen worden ist und die "und/oder"-Verbindung zwischen den Anträgen I 2 a und 2 b, die auf den Gesamtvertrieb zugeschnitten ist, nunmehr zu Zweifeln Anlaß bietet, insbesondere nicht klar genug erkennen läßt, welche Formen der dort nur allgemein genannten "betrieblenen Werbung" in die Rechnungslegung einbezogen werden sollen, beispielsweise nur solche, die die konkrete Namensnennung aufweisen, oder auch andere Formen, die lediglich zur Zeit der Namensnennung im Katalog - welche Zeitspanne wäre dies genau? - oder gar noch später erfolgt sind, wobei dann rechtliche Gesichtspunkte zu erwägen und aufzuzeigen wären, die eine solche über den exakten Nennungsbereich und -zeitraum hinausgehende Rechnungslegung rechtfertigen könnten. Desgleichen kann es - im Hinblick auf die in der Revisionserwiderung der Klägerin (S. 17) aufgezeigte Bereitschaft, gegebenenfalls im Blick auf Rechtsprechung des erkennenden Senats (vgl. Urt. v. 26.11.1987 - I ZR 123/85, GRUR 1988, 307, 308 - Gaby; Urt. v. 21.3.1991 - I ZR 158/89, GRUR 1992, 523, 525 = WRP 1991, 575 - Betonsteinelemente) eine zeitliche Anfangsbeschränkung für die Ansprüche auf Auskunft und Scha-

den sersatzfeststellung erforderlichenfalls auch im Antrag selbst zu berücksichtigen - zweckmäßig werden, auch insoweit weitere Klärungen in der Tatsacheninstanz herbeizuführen (§ 139 ZPO).

3. Da die Unklarheiten des noch zur Beurteilung stehenden Rests des Klageantrags die Folge einer abweichenden Beurteilung eines Teils der Ansprüche durch das Revisionsgericht sind, können sie nicht zur Zurückweisung des (Rest-)Antrags als nicht hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO führen. Vielmehr ist der Klägerin Gelegenheit zu geben, ihr nunmehriges Begehren selbst deutlich zu formulieren und im einzelnen zu begründen (vgl. BGH, Urt. v. 11.10.1990 - I ZR 35/89, GRUR 1991, 254, 257 = WRP 1991, 216 - Unbestimmter Unterlassungsantrag I).

III. Das Berufungsurteil ist demnach - mit Ausnahme des unanfechtbaren und von der Revision auch nicht angegriffenen Teils der Kostenentscheidung, der gemäß § 91 a ZPO ergangen ist - aufzuheben.

Soweit Ansprüche der Klägerin auf Schadensersatzfeststellung und Rechnungslegung hinsichtlich solcher Verletzungshandlungen in Frage stehen, die durch Nennung der Namen McLaren Honda im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Waren der Beklagten begangen worden sind, wird die Sache zur anderweitigen Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zu-

rückverwiesen, dem auch die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens zu übertragen ist. Im übrigen ist auf die Berufung der Beklagten das landgerichtliche Urteil abzuändern und die Klage, soweit sie nicht in der Hauptsache erledigt ist, abzuweisen.

Piper

Teplitzky

Mees

Ullmann

Starck