



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 277/01

Verkündet am:
13. Oktober 2004
Führinger,
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BGHR: ja

SB-Beschriftung

MarkenG §§ 14, 15

Die Beseitigung eines fremden Kennzeichens ist keine Benutzung des Zeichens und daher keine Kennzeichenverletzung.

UWG § 4 Nr. 10

Der Vertrieb einer Ware nach Entfernung eines auf den Hersteller hinweisenden Kennzeichens ist nicht bereits als solcher wettbewerbswidrig. Ob die Beseitigung eines auf der Ware angebrachten Kennzeichens zu einer wettbewerbswidrigen Behinderung des Zeicheninhabers in der Werbung oder im Absatz seiner Waren führt, hängt vielmehr von den (sonstigen) Umständen des Einzelfalles ab.

BGH, Urteil v. 13. Oktober 2004 - I ZR 277/01 - OLG Hamm
LG Hagen

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 8. Juli 2004 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Pokrant, Dr. Schaffert und Dr. Bergmann

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 19. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 11. September 2001 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin stellt her und vertreibt unter der als Marke für "Regale, Borden; Konsole, alle Waren aus Holz, Metall oder Kunststoff" eingetragenen Bezeichnung "H. " ein Wandregal-System, das vor allem in Bau- und Heimwerkermärkten in der Form des Selbstbedienungshandels angeboten wird. Die Marke entspricht dem in ihrer Firma enthaltenen Namen ihres Geschäftsführers. Die einzelnen Produkte des Wandregal-Systems werden von der Klägerin mit sog. SB-Beschriftungen versehen. Bei diesen Beschriftungen handelt es sich um aus Pappe bestehende, mit Heftklammern zusammengehaltene Haltevorrichtungen, die die einzelnen Regalelemente teilweise umhüllen und

die ein Loch aufweisen, das das Aufhängen der Ware an den Verkaufswänden ermöglicht. Die SB-Beschriftungen enthalten Werbeaufdrucke (Fotos, Beschreibungen) sowie die auf rotem Untergrund mit schwarzer Schrift aufgedruckte Marke der Klägerin.

Die Beklagte, die sich vornehmlich mit dem Handel und dem Vertrieb von Scharnieren und Beschlägen befaßt, hat ein eigenes Regalsystem unter dem Namen "v. " auf den Markt gebracht.

Am 30. Dezember 1999 schlossen die Parteien einen Liefer-, Vertriebs- und Kaufvertrag, nach dem die Beklagte ab dem 1. Juli 2000 die weltweiten Alleinvertriebsrechte für das H. -Wandregal-System erhalten sollte. In der Zeit vom 12. bis zum 15. März 2000 stellte die Beklagte absprachegemäß Produkte der Klägerin auf der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln aus, wobei sie an sämtlichen ausgestellten Elementen des H. -Wandregal-Systems die von der Klägerin mitgelieferten SB-Beschriftungen entfernt hatte. An der Musterpräsentationswand waren auf der oberen Blende Werbebilder angebracht, auf denen der Name der Klägerin angegeben war. In allen Besprechungskabinen und zeitweise auch auf dem Messestand selbst hatte die Beklagte einige Original-SB-Packungen der Regalteile ausgelegt. Im Anschluß an die Messe ließ die Beklagte in der Zeitschrift b eine Anzeige mit einem Foto veröffentlichen, auf dem das H. -Wandregal-System gleichfalls ohne die SB-Beschriftungen abgebildet war.

Die Klägerin ist der Ansicht, die Beklagte sei nicht befugt gewesen, die SB-Beschriftungen eigenmächtig zu entfernen. Sie habe dadurch sowohl gegen den zwischen den Parteien geschlossenen Vertrag als auch gegen Wettbewerbsrecht verstoßen und außerdem in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb der Klägerin eingegriffen.



Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Wandbordhalter, Konsolen und Leitern des H. -Wandregal-Systems unter Entfernung der vom Hersteller gelieferten SB-Beschriftung in den Verkehr zu bringen, anzubieten und zu bewerben bzw. in den Verkehr bringen, anbieten oder bewerben zu lassen.

Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten.

Die Klage hatte in den Vorinstanzen keinen Erfolg. Mit ihrer Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, verfolgt die Klägerin ihr Klagebegehren weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat einen Unterlassungsanspruch der Klägerin verneint. Zur Begründung hat es ausgeführt:

Aus dem Vertrag vom 30. Dezember 1999 ergebe sich keine Unterlassungspflicht der Beklagten, weil er keine Wirkung mehr entfalte. Der Vertrag sei entweder durch Kündigung der Klägerin oder durch die Erklärung der Beklagten, die weitere Erfüllung abzulehnen und Schadensersatz wegen Nichterfüllung zu verlangen, beendet worden.

Auch aus anderen Rechtsvorschriften ergebe sich der geltend gemachte Unterlassungsanspruch nicht, weil die Klägerin einer Änderung/Entfernung der Verpackung zugestimmt habe. Die Beklagte sei nach den §§ 6 und 7 des zum Zeitpunkt der Messepräsentation noch bestehenden Vertrages vom 30. Dezember 1999 berechtigt gewesen, die SB-Beschriftungen der Einzelteile zu entfernen, solange sie deutlich darauf hingewiesen habe, daß die Klägerin die Herstellerin des Wandregals sei. Die Beklagte habe an der Lochwand über den einzelnen Elementen die Markenbezeichnung angebracht und damit gerade nicht den Hersteller verschwiegen. In der Anzeige in der Zeitschrift b

sei deutlich der Markenname angeführt worden. Im Text sei auch deutlich zwischen diesem und einem selbst hergestellten Regal der Beklagten unterschieden worden.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat im Ergebnis zu Recht angenommen, daß der von der Klägerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch nicht besteht.

1. Ohne Erfolg wendet sich die Revision gegen die Annahme des Berufungsgerichts, aus dem Vertrag vom 30. Dezember 1999 ergebe sich keine Unterlassungspflicht, weil er beendet sei und keine Wirkungen mehr entfalte.

Zwar können im Einzelfall auch nach der Beendigung eines Vertragsverhältnisses noch "nachvertragliche" Handlungs- und Unterlassungspflichten bestehen, insbesondere können die Vertragspartner verpflichtet sein, die dem anderen durch den Vertrag gewährten Vorteile nicht wieder zu entziehen oder wesentlich zu schmälern und alles zu unterlassen, was den Vertragszweck gefährden oder vereiteln könnte (vgl. BGH, Urt. v. 24.10.1989 - XI ZR 8/89, NJW-RR 1990, 141 f., m.w.N.). Auf ein solches nachvertragliches Verbot läßt

sich der geltend gemachte Unterlassungsanspruch hier aber nicht stützen. Der auf die Übertragung der weltweiten Alleinvertriebsrechte auf die Beklagte gerichtete Zweck des Vertrages vom 30. Dezember 1999 ist infolge der auf die Beendigung des Vertragsverhältnisses gerichteten Willenserklärungen der Vertragsparteien entfallen und könnte durch einen etwaigen weiteren Vertrieb von Regalteilen durch die Beklagte nicht mehr gefährdet oder vereitelt werden.

2. Entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts scheidet ein auf Wettbewerbs- oder Deliktsrecht gestützter Unterlassungsanspruch der Klägerin allerdings nicht bereits deshalb aus, weil sie einer Änderung oder Entfernung der Verpackung zugestimmt hat.

a) Eine solche Zustimmung der Klägerin hat das Berufungsgericht den §§ 6, 7 des Vertrages vom 30. Dezember 1999 entnommen. Die Auslegung einzelvertraglicher Regelungen durch das Berufungsgericht kann vom Revisionsgericht darauf überprüft werden, ob gesetzliche Auslegungsregeln, anerkannte Auslegungsgrundsätze, Denkgesetze, Erfahrungssätze oder Verfahrensvorschriften verletzt worden sind (BGH, Urt. v. 13.2.2003 - I ZR 281/01, GRUR 2003, 545 = WRP 2003, 756 - Hotelfoto, m.w.N.). Diese Nachprüfung ergibt, daß das Berufungsgericht bei seiner Auslegung den Gesamtzusammenhang der vertraglichen Vereinbarung vom 30. Dezember 1999 sowie die Interessenlage der Vertragsparteien nicht hinreichend beachtet hat.

aa) Das Berufungsgericht hat seine Auffassung, die Beklagte sei nach dem Vertrag vom 30. Dezember 1999 berechtigt gewesen, die SB-Beschriftungen der Einzelteile zu entfernen, maßgeblich auf die Regelung in § 7 Nr. 2 Satz 1 des Vertrages gestützt, in der es heißt, die Beklagte "definiert die Ziele bezüglich Verpackungsgestaltung und Warenpräsentation ab Vertragsunterzeichnung". Selbst wenn man der Ansicht des Berufungsgerichts folgt, zu die-

sen Bereichen (Verpackungsgestaltung und Warenpräsentation) gehöre auch die Verwendung der SB-Beschriftungen, ergibt sich daraus nicht, daß der Beklagten damit die Befugnis eingeräumt werden sollte, die SB-Beschriftungen vollständig von den Waren zu entfernen. Bereits der Wortlaut der unter der Überschrift "Design" stehenden Vertragsbestimmung spricht gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Bestimmung des Ziels der "Gestaltung" der Verpackung umfasse nach dem Willen der Vertragsparteien auch die Befugnis zu deren vollständiger Beseitigung.

bb) Wie die Revision mit Recht rügt, hat das Berufungsgericht bei seiner Auslegung zudem die sich aus § 6 Nr. 3.4 des Vertrages ergebende Interessenlage der Parteien nicht in dem gebotenen Maße berücksichtigt. In § 6 Nr. 3.4 Abs. 1 Satz 1 haben die Vertragsparteien einerseits vereinbart, daß auf "allen SB-Beschriftungen, Verpackungen, Plakaten etc." die Beklagte bis spätestens zum 1. Januar 2001 "führend" erscheinen sollte. Andererseits mußte gemäß § 6 Nr. 3.4 Abs. 2 auf allen Werbeunterlagen gewährleistet sein, daß Händler und Verbraucher den Begriff "H. -Wandregal-System" in auffälliger Weise wiederfänden, wobei der Name "H. " allerdings auf keinen Fall in einer gegenüber dem Namen der Beklagten hervortretenden Weise verwendet werden sollte. Nach § 6 Nr. 3.4 Abs. 3 sollte, um den Markenartikel-Charakter zu erhalten, dem Warenzeichen "H. " ein "R" im Kreis zugefügt werden.

Diesen Regelungen ist zu entnehmen, daß nach der dem Vertrag zugrunde gelegten Interessenlage der Parteien auch nach der Vertragsunterzeichnung auf allen Werbeunterlagen weiterhin in auffälliger Weise die Bezeichnung "H. " erscheinen sollte. Da nach der insoweit zutreffenden Auslegung des Berufungsgerichts der in § 6 Nr. 3.4 verwendete Begriff der "Werbeunterlagen" die SB-Beschriftungen umfaßte, hatten sich folglich auch die von der Beklagten gemäß § 7.2 Satz 1 zu definierenden Ziele bezüglich der Ver-

packungsgestaltung und der Warenpräsentation an den Vorgaben gemäß § 6 Nr. 3.4 des Vertrages auszurichten. Der Vorrang der Regelung in § 6 Nr. 3.4 ergibt sich aus der beiderseitigen Interessenlage, wie auch in § 7.3 Abs. 1 zum Ausdruck kommt. Nach dieser Vertragsbestimmung sollten die Parteien bezüglich der Gestaltung und der Plazierung ihrer künftigen Werbemaßnahmen nur frei sein, soweit diese nicht offensichtliche Widersprüche zu den bisherigen Aussagen und als Tatsache anerkannten Begebenheiten aufwiesen; zur Änderung elementarer Aussagen, von Vertriebskonzepten, Qualitätsstandards etc. war Einvernehmen der Vertragsparteien erforderlich.

cc) Wenn nach den vertraglichen Abreden bei der Gestaltung der Verpackungen und damit auch der SB-Beschriftungen die Bezeichnung "H. " sogar in auffälliger Weise verwendet werden mußte, so ist bei der gebotenen interessengerechten Auslegung eine vertragliche Berechtigung der Beklagten, die SB-Beschriftungen mit der auf diesen angebrachten Bezeichnung "H. " zu entfernen und die Waren ohne diese anzubieten, zu verneinen.

b) Aus dem Vertrag vom 30. Dezember 1999 läßt sich somit entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts eine Zustimmung der Klägerin zur Entfernung der SB-Beschriftungen nicht herleiten. Für eine auf andere Weise erklärte Zustimmung der Klägerin bestehen nach dem Parteivortrag keine Anhaltspunkte, so daß mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung der von der Klägerin geltend gemachte (gesetzliche) Unterlassungsanspruch nicht verneint werden kann.

3. Das Berufungsurteil stellt sich aber aus anderen Gründen als richtig dar (§ 563 ZPO a.F.).

a) Die Klägerin hat den von ihr geltend gemachten gesetzlichen Unterlassungsanspruch auf § 823 Abs. 1 BGB unter dem Gesichtspunkt eines Eingriffs in ihren eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb sowie auf die §§ 1, 3 UWG a.F. gestützt. Einen markenrechtlichen Unterlassungsanspruch hat sie ausdrücklich nicht geltend gemacht mit der Begründung, die Beseitigung fremder Kennzeichen sei keine Markenverletzung.

Diese Beschränkung ihres Begehrens führt nicht schon deshalb zur Versagung eines Schutzes des Kennzeichens der Klägerin, weil nach der Rechtsprechung des Senats die im Markengesetz enthaltene umfassende, in sich geschlossene kennzeichenrechtliche Regelung den früher aus anderen Bestimmungen hergeleiteten Schutz von Kennzeichen verdrängt und daher im Anwendungsbereich der jeweiligen Bestimmungen des Markenrechts für die gleichzeitige Anwendung der §§ 1, 3 UWG a.F. und des § 823 BGB kein Raum ist (BGHZ 149, 191, 195 f. - shell.de, m.w.N.).

Im Streitfall steht der Vorrang des Markenrechts der Geltendmachung von wettbewerbs- und deliktsrechtlichen Anspruchsgrundlagen nicht entgegen. Das Unterlassungsbegehren der Klägerin richtet sich ausschließlich darauf, daß der Beklagten untersagt werden soll, bei den Waren der Klägerin mit den SB-Beschriftungen die auf diesen enthaltenen Kennzeichnungen zu entfernen und die so veränderten Waren zu bewerben, anzubieten und in den Verkehr zu bringen. Die Klägerin sieht die Wettbewerbswidrigkeit des von ihr beanstandeten Verhaltens schon (und allein) darin begründet, daß ein Händler im Hinblick auf die geplante Weiterveräußerung nicht berechtigt sei, die Marke des Herstellers an der Originalware zu beseitigen. Ihrer Ansicht nach ist es unerheblich, daß die Beklagte den Namen "H. " auf der Kölner Messe "über" der Warenpräsentation angebracht hat.

Für dieses Begehren ist der Anwendungsbereich markenrechtlicher Bestimmungen nicht eröffnet. Die (bloße) Beseitigung eines fremden Kennzeichens ist keine Benutzung des Zeichens und daher keine Kennzeichenverletzung i.S. der §§ 14, 15 MarkenG (vgl. OLG Düsseldorf WRP 2001, 288, 290; Hacker in Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 14 Rdn. 88; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 14 Rdn. 175; Kur, MarkenR 2001, 137, 145; vgl. ferner Köhler in Köhler/Piper, UWG, 3. Aufl., § 1 Rdn. 415; so schon zur Rechtslage vor Inkrafttreten des Markengesetzes RGSt 42, 184, 189; RG MuW 1931, 316, 317; v. Gamm, WRP 1961, 231 f.; Stuckel, Die Integrität von Marke, Ware und Verpackung, 1991, S. 103 ff. m.w.N.; a.A. Fezer, Markenrecht, 3. Aufl., § 14 Rdn. 461a).

b) Die Klägerin kann jedoch von der Beklagten weder nach Wettbewerbs- noch nach Deliktsrecht verlangen, daß diese, wie es Gegenstand des Unterlassungsantrages ist, generell den Vertrieb des H. -Wandregal-Systems nach Entfernung der von der Klägerin gelieferten SB-Beschriftungen unterläßt. Ein so weitgehender Unterlassungsanspruch steht ihr weder nach § 823 Abs. 1 BGB noch nach (altem und neuem) Wettbewerbsrecht zu.

Der Vertrieb einer Ware, bei der eine auf den Hersteller hinweisende Kennzeichnung entfernt worden ist, verstößt nicht bereits als solcher gegen Wettbewerbsrecht oder gegen § 823 Abs. 1 BGB. Entgegen der Auffassung der Klägerin hat der Hersteller einer Markenware nicht grundsätzlich einen Anspruch darauf, daß der Händler, dem er die Ware liefert, die Marke auf der Ware beläßt und sie unverändert weiterveräußert.

Zwar kann nach einhelliger Ansicht in Rechtsprechung und Literatur die Entfernung von Kennzeichen auf der Ware unter dem Gesichtspunkt der Absatz- oder Werbebehinderung oder wegen Irreführung über die betriebliche

Herkunft der Ware wettbewerbswidrig sein (vgl. BGH, Urt. v. 18.2.1972 - I ZR 82/70, GRUR 1972, 558, 559 - Teerspritzmaschinen; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Aufl., § 1 UWG Rdn. 231; Großkomm.UWG, Brandner/Bergmann, § 1 Rdn. A 275; Köhler in Köhler/Piper aaO § 1 Rdn. 399; Stuckel aaO S. 113 ff. m.w.N.). Ob durch die Beseitigung einer Kennzeichnung der Mitbewerber in der Werbung oder im Absatz wettbewerbswidrig behindert (vgl. § 4 Nr. 10 UWG) oder der Verkehr über die betriebliche Herkunft der Ware getäuscht wird (vgl. § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG), hängt jedoch von den Umständen des Einzelfalles ab (ebenso Stuckel aaO S. 120; Nordemann, Wettbewerbs- und Markenrecht, 9. Aufl., Rdn. 1025). So kann trotz der Beseitigung eines auf den Hersteller hinweisenden Kennzeichens an der Ware eine unzulässige individuelle Behinderung oder eine Herkunftstäuschung zu verneinen sein, wenn aufgrund der sonstigen Umstände des Vertriebs der Verkehr gleichwohl die Ware weiterhin dem Kennzeicheninhaber und nicht dem Händler zurechnet und ein schutzwürdiges Interesse des Herstellers an der Verwendung gerade der beseitigten Kennzeichnung nicht verletzt wird. Dies gilt für einen deliktsrechtlichen Anspruch entsprechend.

Da das Unterlassungsbegehren der Klägerin darauf gerichtet ist, der Beklagten generell, also in jedem Falle, den Vertrieb des H. -Wandregal-Systems nach Entfernen der von der Klägerin gelieferten SB-Beschriftungen zu untersagen, erfaßt es auch zulässige Verhaltensweisen. Ein Unterlassungsanspruch, der auch Handlungen einbezieht, die nicht zu beanstanden sind, ist unbegründet (vgl. BGH, Urt. v. 15.9.1999 - I ZR 131/97, GRUR 2000, 436, 437 = WRP 2000, 383 - Ehemalige Herstellerpreisempfehlung, m.w.N.).

c) Die Klägerin hat mit ihrem Unterlassungsantrag auch nicht teilweise Erfolg. Es kann dabei dahinstehen, ob ihrem Klagebegehren entnommen werden kann, daß jedenfalls die von ihr konkret aufgezeigten Verletzungshandlungen

gen untersagt werden sollen und diese daher in dem Unterlassungsantrag in seiner Verallgemeinerung als Minus enthalten sind (vgl. BGH GRUR 2000, 436, 438 - Ehemalige Herstellerpreisempfehlung). Denn weder den Feststellungen des Berufungsgerichts noch dem Vorbringen der Klägerin zu der Präsentation ihrer Produkte durch die Beklagte auf der Messe in Köln sowie zu dem Artikel in der Zeitschrift b lassen sich Umstände entnehmen, die die Unzulässigkeit des Verhaltens der Beklagten begründen könnten.

aa) Eine Täuschung über die betriebliche Herkunft scheidet aus, weil die Beklagte nach den Feststellungen des Berufungsgerichts deutlich darauf hingewiesen hat, daß die Klägerin die Herstellerin des Wandregals ist. Hinsichtlich der Messepräsentation hat das Berufungsgericht einen ausreichenden Herkunftshinweis darin gesehen, daß die Beklagte die Markenbezeichnung (der Klägerin) an der Lochwand über den einzelnen Elementen angebracht und damit den Hersteller gerade nicht verschwiegen habe. Diese Feststellung hat das Berufungsgericht verfahrensfehlerfrei getroffen. Im Tatbestand des Berufungsurteils ist als unstreitiger Parteivortrag festgehalten, daß auf der oberen Blende Werbebilder angebracht waren, auf denen der Name der Klägerin angegeben war. Dies entspricht dem Vorbringen der Beklagten in ihrer Berufungserwidern vom 6. Juni 2001, S. 12 oben, dem die Klägerin in ihrem Schriftsatz vom 7. August 2001, S. 10 oben nicht entgegengetreten ist. Schon wegen der Bindung des Revisionsgerichts an die tatbestandlichen Feststellungen des Berufungsgerichts (§§ 314, 562 ZPO a.F.) hat daher die Rüge der Revision keinen Erfolg, das Berufungsgericht habe bei seiner Beurteilung nicht beachtet, daß nach dem Vortrag der Klägerin am oberen Rand der Präsentationswand nur "einige Werbebilder" angebracht gewesen seien, die Klägerin habe dagegen nicht vorgetragen, daß daneben ein Herstellerhinweis erfolgt sei.

Hinsichtlich der Anzeige in der Zeitschrift b ist gleichfalls nach der rechtlich unbedenklichen Ansicht des Berufungsgerichts von einem ausreichenden Hinweis auf die Klägerin als Herstellerin auszugehen, weil der Name der Klägerin dort nach den Feststellungen des Berufungsgerichts deutlich angeführt war und auch deutlich zwischen der Ware der Klägerin und einem von der Beklagten selbst hergestellten Regal unterschieden wurde.

bb) Wegen des hinreichend deutlichen Hinweises auf die Klägerin als Herstellerin des Wandregals ist diese auch nicht in der Werbung für ihre Produkte in einer die Voraussetzungen einer wettbewerbswidrigen Behinderung erfüllenden Weise (vgl. dazu BGHZ 148, 1, 5 - Mitwohnzentrale.de) beeinträchtigt worden. Zwar kann einer Kennzeichnung, die an der Ware selbst befestigt ist und dort verbleiben soll, eine besondere Werbewirkung gegenüber den Endabnehmern und interessierten Dritten zukommen (vgl. BGH GRUR 1972, 558, 559 - Teerspritzmaschinen). Entgegen der Auffassung der Revision ist eine solche Fallgestaltung hier jedoch nicht gegeben. Die von der Klägerin mitgelieferten SB-Beschriftungen sollen an den Regalteilen nicht auf Dauer, d.h. auch noch während ihrer Benutzung durch den Endabnehmer verbleiben. Die Werbewirkung, die dadurch erzielt werden kann, daß die den Herstellerhinweis enthaltenden SB-Beschriftungen nach der Vorstellung der Klägerin jedenfalls so lange an ihren Produkten befestigt bleiben, bis diese in die Hand der Endabnehmer gelangen, läßt sich in vergleichbarer Weise auch durch nicht an der Ware angebrachte Herkunftshinweise erreichen. Die Klägerin hat dagegen nicht vorgetragen, daß die Beklagte das H. -Wandregal ohne solche Hinweise vertreiben will.

cc) Mit einer Behinderung der Klägerin beim Absatz ihrer Produkte kann die Unlauterkeit im Streitfall gleichfalls nicht begründet werden. Soweit die SB-Beschriftungen einen Hinweis auf die Klägerin enthalten, können entsprechen-

de Herkunftshinweise, wie dargelegt, auch auf andere Weise erfolgen. Dasselbe gilt für die weiteren Angaben auf den SB-Beschriftungen wie z.B. über Verwendung, Tragkraft, Größe und Dekor der einzelnen Regalteile. Nach dem Vorbringen der Klägerin soll außerdem das durch die SB-Beschriftungen ermöglichte Aufhängen der einzelnen Teile auf der Verkaufsfläche in einem Ordnungssystem eine "Verkaufshilfe" darstellen, deren Wegfall zum Ende des Produktes selbst führe, weil sich der Kunde aus einem "Verhau" ohne ein derartiges Ordnungssystem nicht bedienen möge. Diesem Vorbringen könnte unter dem Gesichtspunkt einer Absatzbehinderung Bedeutung zukommen, wenn der Beklagten, wie es der Vertrag vom 30. Dezember 1999 vorsah, die Alleinvertriebsrechte an den Produkten der Klägerin zustünden. Mit der Beendigung des Vertragsverhältnisses zwischen den Parteien ist die Gefahr, daß die Produkte der Klägerin nur von der Beklagten und folglich nur ohne SB-Beschriftungen in den Handel gebracht werden, jedoch weggefallen. Da der Abschluß einer neuen Alleinvertriebsvereinbarung die Mitwirkung der Klägerin voraussetzt, besteht insoweit auch keine Erstbegehungsgefahr. Soweit die Beklagte noch über Bestände verfügt, die ihr zur Vorbereitung der Messe übergeben wurden, oder sie sich Produkte der Klägerin auf anderem Wege besorgen könnte, bestehen keine Anhaltspunkte für die Annahme, daß die Absatzchancen der Klägerin durch den vereinzelt Vertriebs solcher Waren ohne SB-Beschriftungen in nennenswertem Umfang beeinträchtigt werden könnten. Die Güte der Ware selbst wird nach dem Vorbringen der Klägerin durch die Entfernung der SB-Beschriftungen nicht beeinflußt.

dd) Aus den vorstehend genannten Gründen steht der Klägerin der geltend gemachte Unterlassungsanspruch auch nicht gemäß § 823 Abs. 1 BGB unter dem Gesichtspunkt eines Eingriffs in ihren eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb zu.

III. Danach ist die Revision der Klägerin mit der Kostenfolge des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Ullmann

v. Ungern-Sternberg

Pokrant

Schaffert

Bergmann