

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

WZG § 11 Abs. 1 Nr. 3

Jena

Ein Unternehmen, das den Ortsnamen seiner früheren Betriebsstätte in der DDR nach deren Verlegung in die Bundesrepublik als Bestandteil seiner Firma und als Warenzeichen (hier: "Jenaer Glas") berechtigt führt, kann deren Besitzstand nicht dadurch nachträglich ausweiten, daß es den Ortsnamen (hier: Jena) in Alleinstellung als Warenzeichen eintragen läßt, wenn noch 32 % der in Betracht kommenden Verkehrskreise den Ortsnamen als Hinweis auf den Herstellungsort auffassen.

BGH, Urt. v. 26. September 1980 - I ZR 19/78 - OLG München
LG München I

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 19/78

URTEIL

Verkündet am

26. September 1980
Köhler,
Justizsekretär

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

Firma J [REDACTED] J [REDACTED] GmbH, J [REDACTED] C [REDACTED]-Z [REDACTED]-Straße [REDACTED],
gesetzlich vertreten durch ihren Geschäftsführer
Gerhard R [REDACTED]

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Firma J [REDACTED] G [REDACTED] S [REDACTED] & G [REDACTED], M [REDACTED], Inhaberin:
C [REDACTED]-Z [REDACTED]-S [REDACTED], H [REDACTED], gesetzlich vertreten durch
den alleinvertretungsberechtigten Bevollmächtigten Dr. Hein-
rich J. K [REDACTED] H [REDACTED]straße [REDACTED], M [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 21. Mai 1980 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Zülch und Dr. Piper

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 3. November 1977 aufgehoben. Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 7. Zivilkammer des Landgerichts München I vom 30. November 1976 wird zurückgewiesen. Die Beklagte trägt auch die Kosten des Berufungs- und Revisionsverfahrens.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die beklagte Firma "J. G. S. & G." in M. stellt Glaswaren für wissenschaftliche, technische und Haushaltszwecke her und vertreibt sie. Sie ist eine Betriebsstätte der C-Z-S., die sich zunächst in J., T., befand, und nach entschädigungsloser Enteignung im Jahre 1948 ihren Sitz in die Bundesrepublik Deutschland verlegte. Die Beklagte ist Inhaberin zahlreicher Warenzeichen, die als Wortbestandteile "J." oder "J."



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

enthalten. Am 14. Juli 1960 meldete die Beklagte beim Deutschen Patentamt das Wort "J[REDACTED]" als Warenzeichen an, das am 23. Dezember 1960 eingetragen wurde (Nr. 743.989). Außerdem ist für die Beklagte das 1970 angemeldete Warenzeichen "J[REDACTED] 2000" eingetragen (Nr. 891.777). Wegen des jeweiligen Warenverzeichnisses wird auf die Anlagen Bezug genommen.

Nach der Enteignung der C[REDACTED]-Z[REDACTED]-S[REDACTED] im Jahre 1948 wurden in J[REDACTED] zwei neue Herstellungsbetriebe gegründet, der "Volkseigene Betrieb (VEB) J[REDACTED]-G[REDACTED] S[REDACTED] & Genossen" und der "VEB C[REDACTED]-Z[REDACTED]-J[REDACTED]". Die Klägerin, Firma J[REDACTED] J[REDACTED] GmbH in J[REDACTED], vertreibt die Erzeugnisse des VEB C[REDACTED]-Z[REDACTED]-J[REDACTED] in der Bundesrepublik Deutschland.

Mit der auf § 11 Abs. 1 Ziff. 3 und Ziff. 4 WZG gestützten Klage verlangt die Klägerin von der Beklagten Einwilligung in die Löschung der Warenzeichen "J[REDACTED]" und "J[REDACTED] 2000" sowie Unterlassung der Benutzung des Zeichens "J[REDACTED] 2000". Sie trägt vor, die Verwendung des Ortsnamens "J[REDACTED]" entspreche nicht den tatsächlichen Verhältnissen, weil die Beklagte dort nicht ansässig sei und der Verkehr mit der geografischen Angabe "J[REDACTED]" begründete Qualitätsvorstellungen verbinde, z.B. für optische Gläser aus dem J[REDACTED] Werk. Die "VEB J[REDACTED]-G[REDACTED] S[REDACTED] & G[REDACTED]" in J[REDACTED] und "C[REDACTED]-Z[REDACTED]-J[REDACTED]" hätten nach dem Krieg auf die gesamten ihnen erhalten gebliebenen technischen Unterlagen und Dokumentationen sowie den in J[REDACTED] verbliebenen Facharbeiterstamm von etwa 15 000 Personen mit ihrem technischen und betrieblichen Wissen aufbauen können. Sie hätten sich neue Geltung und neuen Goodwill an ihrem Sitz verschafft. Deshalb dürfe die Beklagte ihre Waren nicht mit "J[REDACTED]" oder "J[REDACTED] 2000" bezeich-

nen. Die Erzeugnisse beider Parteien, insbesondere das feuerfeste Glas unterschieden sich nicht wesentlich voneinander und von den gleichen Erzeugnissen anderer großer Glashersteller im Ausland. Eine Entlokalisierung im Sinne einer Umwandlung des Ortsnamens J[REDACTED] in ein Betriebskennzeichen für die Beklagte hat die Klägerin bestritten. Zumindest für eine erhebliche Minderheit des inländischen Verkehrs stelle J[REDACTED] weiterhin eine geografische Herkunftsbezeichnung dar. Das werde auch durch - im einzelnen dargelegte - konkrete Verwechslungsfälle belegt. Auch der Zusatz "2000" wirke nicht entlokalisierend. Eine Löschung beider Zeichen liege auch im Allgemeininteresse.

Das Zeichen "J[REDACTED]" habe die Beklagte bisher nicht benutzt. Als eine Benutzung dieses Zeichens sei auch nicht die Verwendung der Firma "J[REDACTED]-G[REDACTED] S[REDACTED] & G[REDACTED]" oder der anderen Warenzeichen anzusehen, die die Worte "J[REDACTED]" oder "J[REDACTED]" als Bestandteil enthielten, insbesondere auch nicht des Zeichens "J[REDACTED] 2000".

Die Klägerin hat zuletzt beantragt zu erkennen:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, durch Erklärung gegenüber dem Deutschen Patentamt in die Löschung ihrer Warenzeichen Wz 743 989 "J[REDACTED]" und Wz 891 777 "J[REDACTED] 2000" einzuwilligen.
- II. Der Beklagten wird bei Meidung von Ordnungsgeld bis zur Höhe von 500.000,-- DM, ersatzweise Ordnungshaft, wobei die Ordnungshaft am alleinvertretungsberechtigten Bevollmächtigten

ihrer Inhaberin zu vollziehen ist, verboten, "J[REDACTED] 2000" im geschäftlichen Verkehr zu benutzen.

hilfsweise zu II:

Der Beklagten wird bei Meidung von Ordnungsgeld bis zur Höhe von 500.000,-- DM, ersatzweise Ordnungshaft, wobei die Ordnungshaft am alleinvertretungsberechtigten Bevollmächtigten ihrer Inhaberin zu vollziehen ist, verboten, "J[REDACTED] 2000" im geschäftlichen Verkehr ... für aus Glas oder glasartigem Werkstoff (Glaskeramik) gefertigtes Haushaltsgeschirr zum Kochen, Braten, Backen und Servieren, nämlich Kochtöpfe, Bräter, Pfannen und Kasserollen zu benutzen.

Die Beklagte hat beantragt, die Klage abzuweisen.

Sie hat bestritten, daß die Zeichen den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprächen und die Gefahr einer Täuschung begründeten. Das Wort "J[REDACTED]" sei kennzeichnender Bestandteil sämtlicher auf sie nach dem 2. Weltkrieg umgeschriebener Marken. Es habe in diesem Zeichen seine ursprüngliche Bedeutung als Ortsangabe völlig verloren und sei in aller Welt zum Betriebskennzeichen und Qualitätsmerkmal geworden, so besonders in der zur Weltmarke gewordenen Bezeichnung "J[REDACTED] Glas".

Die Verkehrsdurchsetzung als Hinweis auf ihren Betrieb sei schon vor Jahrzehnten erreicht gewesen. Deshalb werde keine Täuschung über den Inhalt der Marke, nämlich die Hinweisfunktion auf das Unternehmen der Beklagten, bewirkt. Ein Irrtum nur über die geografische Herkunft aber sei unschädlich.

Das Zeichen "J■■■■" sei auch von ihr benutzt worden. Insbesondere liege in der millionenfachen Benutzung der vielen "J■■■■"-Zeichen der Beklagten, insbesondere auch der Firmenverwendung von "J■■■■ Glas" in jeder Form gleichzeitig eine warenzeichenmäßige Benutzung von "J■■■■". Auch das Warenzeichen "J■■■■ 2000" werde dem Unternehmen der Beklagten zugeordnet. Dem Anspruch der Klägerin stünde ferner entgegen, daß diese in rechtlich unzulässiger Weise die rechtswidrige Enteignung des Betriebs der Beklagten ausnutze.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Auf die Berufung der Beklagten hat das Oberlandesgericht dieses Urteil abgeändert und die Klage abgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre Klageanträge weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht verneint die Voraussetzungen des Löschanpruchs aus § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG. Eine inhaltliche Unrichtigkeit und Täuschungsgefahr, so führt es aus, sei im Streitfall aus Rechtsgründen nur anzunehmen, wenn mindestens der überwiegende Teil der in Betracht kommenden Verkehrskreise die Bezeichnung "J■■■■" nicht als betrieblichen, sondern als geografischen Herkunftshinweis verstehe. Denn für den Kennzeichnungsbestandteil "J■■■■" treffe in hohem Maße zu, daß er schon vor dem 2. Weltkriege sich von einer geografischen Herkunftsangabe zu einem individuellen betrieblichen Herkunftshinweis gewandelt habe und diesen Charakter auch beibehalten habe, als die Beklagte den Stiftungsbetrieb mit dem von der Enteignung nicht betroffenen Vermögen in der Bundesrepublik fortgesetzt habe. Es seien deshalb für die Beurteilung der Irreführungsgefahr die Grundsätze anzuwenden, die für die Anerkennung der Rückentwicklung zur geografischen Herkunftsangabe maßgeblich seien. Nach diesen sei eine Rückentwicklung erst dann zu bejahen, wenn der überwiegende Teil der in Betracht kommenden Verkehrskreise die Angabe wieder als geografischen Herkunftshinweis auffasse, was hier nicht festgestellt werden könne. Denn lediglich 32 % ("J■■■■") bzw. 22 % ("J■■■■ 2000") der bei der Meinungsumfrage befragten Personen hätten darin einen Hinweis auf die Herkunft so bezeichneter Glaswaren aus der DDR gesehen, während nahezu 50 % "J■■■■" und "J■■■■ 2000" als Markennamen aufgefaßt hätten, die mit geografischer Herkunft nichts zu tun hätten. Die Irrtumsrate von 32 % bzw. 22 %, weil nicht überwiegend, reiche zur Annahme der Irreführungsgefahr im Sinne des § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG danach nicht aus.

Im übrigen, so führt das Berufungsgericht weiter aus, habe der Irrtum, wie er bei 32 % der Befragten hinsichtlich der Bedeutung der Bezeichnung "J■■■■" festgestellt worden sei, auch deshalb keine rechtliche Bedeutung, weil er nicht geeignet sei, die EntschlieÙung der betreffenden Verkehrskreise zugunsten der mit dem Zeichen versehenen Waren zu beeinflussen. Die mit der Bezeichnung verbundenen Qualitätsbegriffe deuteten auf die Beklagte hin, weil diese allein die Herstellerin der wegen ihrer besonderen Qualität seit Jahrzehnten unter der Bezeichnung "J■■■■" oder "J■■■" bekannten Ware sei. Die Klägerin behaupte nicht, daß sie bessere Waren herstelle oder daß relevante Teile des Verkehrs ihre Waren denen der Beklagten vorzögen. Auch könne der Verkehr unschwer darüber aufgeklärt werden, daß die Beklagte als früher in J■■■ ansässiges Unternehmen jetzt in der Bundesrepublik ansässig sei und nach wie vor die dem Publikum bekannten Qualitätswaren herstelle. Bei solcher Aufklärung sei es ausgeschlossen, daß ein ins Gewicht fallender Teil der Verkehrsbeteiligten, die über die geografische Zuordnung irrten, dann von einem Kaufentschluß Abstand nähmen oder in ihren Erwartungen enttäuscht sein könnten. Es existierten also keine Gütevorstellungen, die an die geografische Herkunft anknüpften. Schließlich bestehe, was das Berufungsgericht des näheren ausführt, auch kein öffentliches Interesse an dem mit dem Klageantrag verfolgten Begehren.

II. Die gegen diese Ausführungen gerichtete Revision hat Erfolg.

1. Ob im Sinne des § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG der Inhalt eines Warenzeichens den tatsächlichen Verhältnissen nicht entspricht und die Gefahr einer Täuschung begründet, be-

stimmt sich, wovon auch das Berufungsgericht ausgeht, nach der Verkehrsauffassung. Ist diese, wie das Berufungsgericht hier festgestellt hat, nicht einheitlich, so kommt es darauf an, ob die Angabe für einen rechtlich beachtlichen Teil des Verkehrs unrichtig ist und ob die unrichtige Angabe geeignet ist, die EntschlieÙung der Interessenten zugunsten der so gekennzeichneten Ware zu beeinflussen (vgl. Baumbach-Hefermehl WZG 11. Aufl., § 11 Anm. 40). Ob der Teil der Verkehrsbeteiligten, der durch die Bezeichnung irregeführt wird, der Zahl nach rechtlich beachtlich ist, bestimmt sich dabei grundsätzlich nach den gesamten Umständen. Im Streitfall bedarf es dabei jedoch, sieht man zunächst von der noch gesondert zu erörternden Frage der Betriebsverlagerung ab, keiner näheren Abwägung, weil die hinsichtlich des Warenzeichens "J■■■■" festgestellte Irrtumsrate von 32 % auf jeden Fall über die Grenzen der Unbeachtlichkeit hinausgeht, wie sie der Bundesgerichtshof in anderen Fällen gezogen hat.

Allerdings ist in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs für den Fall der Irreführung eines Teils der Verkehrskreise durch eine geografische Angabe, die sich zuvor bereits zu einer Beschaffenheitsangabe gewandelt hatte, sich dann aber zum örtlichen Herkunftshinweis zurückentwickelte, anerkannt worden, daß die Rückentwicklung, und damit die Annahme einer Irreführung durch weiteren Gebrauch als Beschaffenheitsangabe, erst dann zu bejahen sei, wenn der überwiegende Teil der in Betracht kommenden Verkehrskreise die Angabe nunmehr als örtliche Herkunftsangabe auffasse (vgl. BGH GRUR 1957, 128 - Steinhäger; GRUR 1965, 317 - Kölnisch Wasser). Zu Unrecht hat das Berufungsgericht aber im Streitfall die Grundsätze über die Voraussetzungen der Anerkennung einer Rückentwicklung zur örtlichen Herkunftsangabe angewandt. Bedenken dagegen könnten

schon insoweit bestehen, als es sich bei den dieser Rechtsprechung zugrunde liegenden Fällen um die Relokalisierung von Beschaffenheitsangaben, insbesondere Warennamen handelte (Steinhäger, Kölnisch Wasser), die in großem Umfang in den Gebrauch zahlreicher Hersteller übergegangen waren (vgl. BGH aaO S. 319 - Kölnisch Wasser), während es sich im Streitfall nur darum handeln kann, ob eine zur individuellen betrieblichen Herkunftskennzeichnung gewordene, ursprünglich geografische Herkunftsangabe sich zu einer solchen zurückentwickelt hat. Ob beide Fälle rechtlich gleich zu behandeln sind, mag im Hinblick auf das unterschiedliche Gewicht, der dabei jeweils dem Gesichtspunkt der Rechtssicherheit zukommen kann, fraglich sein, bedarf aber hier keiner Entscheidung. Denn die Grundsätze über die - erhöhten - Anforderungen an die Anerkennung einer Relokalisierung können im Streitfall schon deshalb nicht angewendet werden, weil das Berufungsgericht nicht rechtsfehlerfrei festgestellt hat, daß das Wort "J■■■■" in Alleinstellung - im Zusammenhang mit Glaswaren - jemals seine Eigenschaft als örtlicher Herkunftshinweis verloren hat, also zugunsten der Klägerin als eines Einzelunternehmens entlokalisiert worden ist. In der Rechtsprechung ist anerkannt, daß die Entwicklung einer ursprünglich geografischen Herkunftsangabe zur Beschaffenheitsangabe erst dann als abgeschlossen anzusehen ist, wenn nur noch ein ganz unbeachtlicher Teil der beteiligten Verkehrskreise in der Angabe einen Hinweis auf die Herkunft der Ware erblickt (vgl. RG GRUR 1934, 62 Nordhäuser; BGH GRUR 1956, 270, 271 - Rügenwalder Teewurst, GRUR 1965, 318 - Kölnisch Wasser). Diese Anforderung muß im Hinblick auf deren Monopolisierungsfolge erst recht für die Umwandlung einer geografischen Herkunftsangabe in einen individuellen betrieblichen Herkunftshinweis gelten. Daß aber das Wort "J■■■■" in Alleinstellung im Zusammenhang mit Glaswaren, wie das Berufungsgericht ausführt, schon vor dem 2. Weltkrieg sich von einer geografischen Her-

kunftsangabe zur individuellen Herkunftsbezeichnung gewandelt habe, wird durch die dafür vom Berufungsgericht angeführten Umstände rechtlich nicht hinreichend gestützt. In Alleinstellung ist es auch nach den Feststellungen des Berufungsgerichts in diesem Zusammenhang nicht benutzt worden. Die - unbestritten - starke Verkehrsgeltung der Bezeichnung "J[REDACTED] Glas" rechtfertigt entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts nicht die Folgerung, daß das Wort "J[REDACTED]" in Alleinstellung, wie für eine Entlokalisierung erforderlich, früher nur noch von einem ganz unbeachtlichen Teil des Verkehrs als Hinweis auf die örtliche Herkunft aufgefaßt worden ist. Mit dieser Frage hatte sich unter dem Gesichtspunkt des Firmenrechts der Bundesgerichtshof bereits in seinem Urteil vom 19. Oktober 1966 (I b ZR 78/64) befaßt und unter Berücksichtigung der in jenem Verfahren erhobenen Beweise ausgeführt, daß das Hauptwort "J[REDACTED]" nach wie vor auf die Stadt J[REDACTED] hinweise, in dieser Bedeutung auch weiterhin im Verkehr benutzt werde und daß die - festgestellte - Funktion der Bezeichnung "J[REDACTED] Glas" als Herkunftshinweis für Erzeugnisse der Klägerin für sich allein die geografische Bedeutung des Wortes "J[REDACTED]" noch nicht so weit verdrängt haben könne, daß der Gebrauch dieses Wortes in der Firma eines Unternehmens, welches Glaswaren erzeuge oder vertreibe, niemals mehr in einem geografischen Sinne aufgefaßt werden könnte. Zu dieser Folgerung hätte es vielmehr, so ist in jenem Urteil weiter ausgeführt worden, der Feststellung weiterer Umstände bedurft, aus denen sich hätte ergeben müssen, daß im Hinblick auf die Bedeutung der Bezeichnung "J[REDACTED] Glas" keine Möglichkeit mehr vorhanden sei, das Wort "J[REDACTED]" in einer Firma der Glaswarenbranche zukünftig in einem anderen Sinne als dem eines Hinweises auf ein bestimmtes Unternehmen zu gebrauchen - Umstände, die nicht dargetan seien. Diese Ausführungen bezogen sich zwar nur auf die Frage, ob für die Zukunft den

damaligen Beklagten, über das Verbot der Verwendung der Worte "J████ Glas" hinaus, jeder Gebrauch des Wortes "J████" in einer Firma zu verbieten sei, soweit dies in Verbindung mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Glaswaren geschehen sollte. Sie sind aber als Indiz auch für die Frage bedeutsam, ob das Wort "J████" in Alleinstellung, wie das Berufungsgericht meint, aufgrund der Verkehrsgeltung von "J████ Glas" bereits vor dem 2. Weltkrieg seine Wirkung als örtlicher Herkunftshinweis verloren hatte. Denn wenn selbst für die Zeit nach dem Kriege, als die Bezeichnung "J████ Glas" auf die im Bundesgebiet ansässige jetzige Beklagte hinwies, dem Wort "J████" in Alleinstellung eine lokalisierende Wirkung nicht ohne weiteres abzusprechen war, so liegt um so ferner, das Wort "J████" für die Zeit vor dem 2. Weltkrieg, als die Beklagte selbst noch in J████ residierte und J████ allgemein als ein Zentrum der optischen Industrie galt, als entlokalisierten Unternehmenshinweis anzusehen. Auch soweit das Berufungsgericht seine Feststellung auf das Ergebnis der vom Landgericht im Jahre 1976 eingeholten Meinungsumfrage stützen will, kann ihm nicht beigetreten werden. Ein Indiz zugunsten der Annahme einer Entlokalisierung in der Zeit vor dem 2. Weltkrieg kann in den Ergebnissen ("Hinweis darauf, daß

- aus der Bundesrepublik 17 % -,
- aus der DDR 32 % -,
- Markenname, der mit der geografischen Herkunft nichts zu tun hat 48 % -,
- Tabelle Nr. 7) nicht gefunden werden. Im Gegenteil spricht der Umstand, daß auch Jahrzehnte nach der Übersiedlung der Beklagten in das Bundesgebiet noch 32 % der Befragten mit "J████" bezeichnete optische Gläser etc. als aus der DDR stammend ansehen, gegen die Annahme, daß das Wort "J████" in Alleinstellung jemals seine Bedeutung als Hinweis auf die

örtliche Herkunft in diesem Umfang verloren hat. Danach können die Rechtsgrundsätze über die Anerkennung einer Relokalisierung im Streitfall nicht angewendet werden. Es genügt deshalb für die Annahme der inhaltlichen Unrichtigkeit im Sinne des § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG, daß das Warenzeichen "J■■■■" von einem nicht unbeachtlichen Teil des Verkehrs als geografische Herkunftsangabe aufgefaßt wird. Das ist bei dem festgestellten Anteil von zumindest 32 % der Befragten nicht zweifelhaft, so daß das Berufungsgericht die inhaltliche Unrichtigkeit nicht aus diesem Grunde verneinen durfte.

2. Auch soweit das Berufungsgericht die wettbewerbliche Relevanz der unrichtigen Bezeichnung verneint hat, kann ihm nicht beigetreten werden. Zutreffend ist zwar sein Ausgangspunkt, daß eine Ortsbezeichnung, deren Unrichtigkeit für die Entschließung des Käufers völlig unerheblich ist, keine Täuschungsgefahr im Sinne des § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG begründet, daß aber andererseits eine allgemeine Gütevorstellung genügt, die die Entschließung der Interessenten zugunsten der so gekennzeichneten Ware irgendwie zu beeinflussen geeignet ist (vgl. Baumbach-Hefermehl aaO Anm. 41). Rechtlich nicht haltbar ist aber seine Meinung, eine solche Gütevorstellung sei hier zu verneinen, weil sich diese Vorstellung allein mit der Beklagten verbinde. Denn wenn "J■■■■", wie das Berufungsgericht feststellt, wie auch allgemeinkundig ist, seit Jahrzehnten für solche Waren ein Gütebegriff ist, so besteht kein Grund für die Annahme, daß er das nicht auch für die 32 % der Befragten ist, die das Wort "J■■■■" in Verbindung mit optischen Gläsern als Hinweis auf die örtliche Herkunft aufgefaßt haben. Ob sie dies so auffassen sollten, was das Berufungsgericht offenbar mit seinem Hinweis auf entsprechende Aufklärungsmöglichkeiten verneinen will, oder ob die Klägerin qualitativ bessere oder geringwertigere Erzeugnisse anbietet, ist demgegenüber rechtlich unerheblich, solange eine solche Gütevorstellung

wenigsten in allgemeiner Form auch für aus "J■■■■" stammende optische Erzeugnisse besteht. Das Berufungsgericht hat keine Feststellungen getroffen, die die Annahme rechtfertigen könnten, die seit 1945 in J■■■■ tätige optische Industrie habe keinen Teil an dieser Wertschätzung, die jedenfalls nach dem ersten Anschein auch auf der Tradition dieser Herstellungsstätte beruht. Solche Feststellungen wären auch angesichts des von der Klägerin dazu dargelegten Tatsachenstoffes erforderlich gewesen, der geeignet ist, die Behauptung des Fortwirkens solcher Gütevorstellungen zu stützen.

3. Das Berufungsgericht hat die Klageabweisung zusätzlich mit der Erwägung begründet, eine etwaige Irreführungsfahr müsse als Ergebnis einer Interessenabwägung hingenommen werden. Denn es werde nur ein verhältnismäßig geringer Teil des Publikums irregeführt und dem stehe als überwiegend entgegen, daß die Beklagte den Bezeichnungsbestandteil "J■■■■" seit Jahrzehnten in starkem Maße und mit Verkehrsgeltung benutze, daß die Unrichtigkeit der Bezeichnung ausschließlich darauf zurückzuführen sei, daß die Beklagte an ihrem früheren Sitz in J■■■■ infolge der Nachkriegsentwicklung entschädigungslos enteignet worden sei, daß die Beklagte auch die vorhandenen Qualitäts- und Gütevorstellungen unter hohem Einsatz an Kosten und Mühen aufrechterhalten und ausgebaut habe und so die Folgen einer entschädigungslosen Enteignung wider Treu und Glauben auf das Gebiet der Bundesrepublik ausgedehnt würden, wodurch der Beklagten der Gebrauch ihrer jahrzehntelang rechtmäßig benutzten Bezeichnung verboten würde.

Bei diesen Ausführungen hat das Berufungsgericht dem Gegenstand des vorliegenden Streitfalles nicht hinreichend Rechnung getragen. Das Klagebegehren richtet sich nach den Feststellungen des Berufungsurteils nicht gegen den Gebrauch des Wortes "J■■■■" als Bestandteil einer Bezeichnung, die die Beklagte seit Jahrzehnten benutzt, wie etwa ihre Firma "J■■■■ G■■■■ S■■■■ und G■■■" oder gegen den Gebrauch der Bezeichnung "J■■■■ Glas" durch die Beklagte. Insoweit ist bereits durch das Urteil des Bundesgerichtshofs vom 19. Oktober 1966 - I b ZR 78/64 - rechtskräftig klargestellt worden, daß nur die Beklagte im Gebiet der Bundesrepublik das Wort "J■■■■" bzw. "J■■■■" als Bestandteil der genannten Bezeichnungen führen darf. Im Streitfall geht es nur darum, ob die Beklagte diesen Besitzstand nachträglich dadurch ausdehnen darf, daß sie aufgrund ihres im Jahr 1960 eingetragenen Warenzeichens das so früher nicht benutzte Wort "J■■■■" künftig in Alleinstellung zur Warenbezeichnung benutzen darf. Es liegt auf der Hand, daß bei dieser Sachlage weder von einem Verbot einer jahrzehntelang rechtmäßig benutzten Bezeichnung noch von der Ausdehnung einer entschädigungslosen Enteignung auf das Gebiet der Bundesrepublik, noch von einer Mißachtung der Leistungen der Beklagten bei der Aufrechterhaltung der erwähnten Gütevorstellungen gesprochen werden kann.

Auch eine Abwägung der unter diesem Gesichtspunkt in Betracht kommenden Interessen rechtfertigt es nicht, eine derartige Ausdehnung des Bezeichnungsgebrauchs unbeschadet der Irreführungsgefahr anzuerkennen. Der Bundesgerichtshof hat zwar im Coswig-Fall ein Recht der Inhaber eines infolge sowjetzonaler Enteignungsmaßnahmen in die Bundesrepublik verlegten Unternehmens anerkannt, den Ortsnamen des alten Sitzes zur Kennzeichnung weiterzuverwenden, auch wenn dieser, wie dort festgestellt, früher nicht herausgestellt worden war (vgl. BGH GRUR 1956, 553, 555). Dies wurde damit begründet,

daß bei derartigen verlagerten Betrieben "zumindest in der ersten Zeit" der alte Sitz der Kundschaft besser bekannt sei als der neue und ferner, daß dem verlagerten Unternehmen der Hinweis auf den guten Ruf, den es sich durch seine Produktion am früheren Herstellungsort erworben habe, nicht verwehrt werden dürfe. Beiden Gesichtspunkten kann im vorliegenden Streitfall keine entscheidende Bedeutung beigegeben werden, weil diese wesentlich auf die im Jahre 1956 zweifellos noch vorhandenen Übergangsschwierigkeiten abgestellt waren, und voraussetzten, daß bei den in Betracht kommenden Verkehrskreisen die Tatsache der Sitzverlegung und der Fortführung der Tradition noch nicht hinreichend bekannt waren. Im Streitfall sind jedoch seit der Sitzverlegung der Beklagten mehr als drei Jahrzehnte vergangen. Die Beklagte hat sich auch - wie unstreitig - von ihrem neuen Firmensitz aus am inländischen Markt durchgesetzt, so daß kein besonderes Bedürfnis mehr besteht, die Tatsache der Sitzverlegung durch Hinweis auf den früheren Herstellungsort bekannt zu machen. Dem Anliegen der Beklagten, auf die Tradition und den guten Ruf hinzuweisen, den sie sich früher von J. [REDACTED] aus erworben hat, ist durch den fortdauernden Gebrauch des Ortsnamens J. [REDACTED] als Bestandteil der Firma der Beklagten und, soweit es sich um die Bezeichnung "J. [REDACTED] Glas" handelt, durch die Anerkennung eines Alleinrechts der Beklagten weitgehend Rechnung getragen. Zwar würde die Anerkennung eines Warenzeichnungsrechts an dem Wort "J. [REDACTED]" in Alleinstellung geeignet sein, den Hinweis der Beklagten auf diese Tradition und die entsprechenden Gütevorstellungen zu verstärken. Dieses Interesse wiegt aber gegenüber dem der Verbraucher, vor Irreführung geschützt zu werden und gegenüber dem der weiterhin in J. [REDACTED] ansässigen oder sich künftig dort noch etablierenden Industrie der Bereiche Optik und Glaswaren nicht so stark, daß diese zu-

rücktreten müßten. Die Vorschrift des § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG dient, wie sich aus ihrer Ausgestaltung als Popularklage ergibt, in besonderem Maße dem Interesse der Allgemeinheit, das in diesem Zusammenhang in erster Linie das der Verbraucher ist, vor Irreführung geschützt zu werden. Interessen einzelner Unternehmen müssen daher besonders gewichtig sein, um demgegenüber den Vorrang zu erhalten. Ein solches Gewicht kann den erörterten Interessen der Beklagten nicht beigemessen werden. Dies gilt auch mit Rücksicht auf das Interesse der in Jena ansässigen Industrie, im Rahmen der durch Gesetz und Rechtsprechung festgelegten Grenzen ungestört auf die örtliche Herkunft ihrer Waren hinweisen zu können.

III. Hinsichtlich des Warenzeichens "J■■■ 2000" ist eine andere Beurteilung nicht geboten. Zwar ist es nicht ausgeschlossen, daß Ortsnamen durch Beifügung von geeigneten Zusätzen in einem Maße entlokalisiert werden, daß eine Täuschungsgefahr verneint werden kann. Im Streitfall kann dies aber im Hinblick auf das Ergebnis der Meinungsumfrage nicht festgestellt werden. Eine verbleibende Irrföhrungsrate von 22 % kann auch unter den besonderen Umständen des Streitfalls nicht als rechtlich unbeachtlich angesehen werden, so daß der Lösungsanspruch auch insoweit begründet

ist. Dementsprechend ist auch dem auf § 3 UWG gestützten Unterlassungsanspruch hinsichtlich des Gebrauchs dieses Zeichens stattzugeben.

Die Kostenentscheidung beruht auf den §§ 91, 97 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Zülch

Piper