

2147 074

Nachschlagewerk: ja
Amtliche Sammlung: nein

WZG §§ 5, 15, 24, 25; UWG § 16; BGB §§ 12, 823 Abs. 1

Promonta

Zur Frage des Schutzes von Firmen und Firmenbestand-
teilen gegen Verwässerungsgefahr aufgrund des § 12 BGB
(Bestätigung vom BGHZ 15, 107, 112 - Koma- und BGHZ
19, 23, 27 - Magirus).

BGH, Urt. v. 4. März 1960 - I ZR 43/59

OLG Hamburg

I ZR 45/59

Verkündet
am 4. März 1960
runau, Justizhauptsekretär,
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 Chemische Fabrik P [REDACTED] GmbH.,
vertreten durch ihren Geschäftsführer, H [REDACTED],
H [REDACTED]-L [REDACTED]straße [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma A. u. F. P [REDACTED], S [REDACTED]-H [REDACTED]-
H [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 4. März 1960 unter Mitwirkung
des Senatspräsidenten Prof. Dr. h. c. Wilde und der
Bundesrichter Dr. Weiß, Dr. Löscher, Pehle und Ebel

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das Urteil
des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Ober-
landesgerichts zu Hamburg vom 12. Februar
1959 wird auf Kosten der Klägerin zurückge-
wiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin befaßt sich mit der Herstellung von chemisch-pharmazeutischen, diätetischen und kosmetischen Erzeugnissen. Sie vertreibt diese teils unter der Bezeichnung "Promonta", teils unter Verwendung anderer Warenbezeichnungen (z.B. Eucutol, Sanostrol, Trilysin). Das Wort "Promonta", das die Klägerin seit dem Jahre 1919 im Firmennamen führt, ist für sie seit demselben Jahre als Warenzeichen für die Waren der Klassen 2, 26 e und 34 der amtlichen Warenklasseneinteilung eingetragen und bildet in verschiedenen später für sie eingetragenen Zeichen teils den Wortstamm des Zeichenwortes und teils einen kennzeichnenden Bestandteil.

Die Beklagte betreibt eine Gips- und Gipsplattenfabrik. Sie bringt seit kürzerer Zeit unter der - aus der Wortverbindung "P~~RO~~-M~~ONTA~~" gebildeten - Bezeichnung "Pro Monta" eine besondere Art von fertigen Bauplatten auf den Markt, die trocken aufeinandergesetzt, aber auch zur Errichtung massiver Wände benutzt werden können. Sie bedient sich auch der Schreibweise "PRO MONTA". In dieser Form hat sie die Bezeichnung im Jahre 1957 beim Deutschen Patentamt zum Warenzeichenschutz angemeldet.

Die Klägerin erblickt in dem Verhalten der Beklagten eine Verletzung ihrer Zeichen-, Ausstattungs- und Firmenrechte. Sie hat vorgetragen, sie habe die Bezeichnung "Promonta" durch jahrzehntelange alleinige Benutzung und umfangreiche Werbung zu einem weithin bekannten Kennzeichen ihres Unternehmens gemacht. Wenn die Beklagte nunmehr für ihre Gipsbauplatten eine fast genau übereinstimmende Bezeichnung verwende, so bringe das die Gefahr von Verwechslungen mit

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



sich, denn es könne entweder der Eindruck entstehen, daß die Herstellungsstätten die gleichen seien und daß sie, die Klägerin, sich demnach der Herstellung von Baumaterialien zugewandt habe, oder aber die ebenfalls unrichtige Vorstellung, bei der Anfertigung der Bauplatten durch ein anderes Unternehmen seien chemische Erzeugnisse ihres Betriebes, etwa Gipshärtungsmittel, verwendet und die Platten danach benannt worden. Jedenfalls habe sie, die Klägerin, ein schutzwürdiges Interesse daran, daß die starke Kennzeichnungskraft und der Werbewert ihres Firmenbestandteils und Warenzeichens "Promonta" nicht verwässert und daß ihre bisherige Alleinstellung nicht angetastet werde.

Die Klägerin hat beantragt, die Beklagte zur Unterlassung der warenzeichenmäßigen Verwendung der Bezeichnung "PRO MONTA" und zur Zurücknahme ihrer Warenzeichenanmeldung zu verurteilen.

Die Beklagte hat um Abweisung der Klage gebeten.

Sie hat geltend gemacht, die angegriffene Zeichenführung sei nach allen in Betracht kommenden rechtlichen Gesichtspunkten rechtmäßig. Insbesondere seien Verwechslungen der von der Klägerin gekennzeichneten Art angesichts der weiten Entfernung der beiderseitigen Branchen und der großen Verschiedenheit der Absatzwege und Abnehmerkreise ernstlich nicht zu befürchten. Einen erweiterten Schutz gegen die Gefahr einer Verwässerung, wie ihn die Rechtsprechung den sog. berühmten Marken zuerkannt habe, könne die Klägerin nicht für sich in Anspruch nehmen, da ihr Firmenschlagwort "Promonta" nicht die hierfür erforderliche überragende Verkehrsgeltung besitze.

Beide Vorinstanzen haben die Klage abgewiesen. Mit ihrer Revision verfolgt die Klägerin ihre früheren Anträge weiter, während die Beklagte um Zurückweisung des Rechtsmittels bittet.

Entscheidungsgründe:

- I. Das Berufungsgericht legt zunächst dar, daß die Klägerin die erhobenen Ansprüche nicht auf ihre Warenzeichen- und Ausstattungsrechte stützen könne, weil es insoweit an dem gesetzlichen Erfordernis der Warenähnlichkeit fehle. Es hebt hervor, daß es für diese Frage weder auf die Verkehrsgeltung der Kennzeichnung der Klägerin noch auf den Grad der Übereinstimmung des Zeichens der Beklagten ankomme, und macht sich im übrigen die Begründung der Entscheidung des Landgerichts zu eigen, nach der die beiderseitigen Waren - auch bei Berücksichtigung der in den Warenverzeichnissen einiger Zeichen der Klägerin enthaltenen Angabe "Chemische Produkte für industrielle, wissenschaftliche und fotografische Zwecke" - einander zu fern stehen, als daß aus der Übereinstimmung der Kennzeichen auf die gleichen Herkunftsstätten geschlossen werden könnte. Diese seitens der Revision nicht angegriffene Beurteilung läßt einen Rechtsfehler nicht erkennen.
- II. Sodann führt das Berufungsgericht aus, die Klägerin könne sich auch nicht darauf berufen, daß die Beklagte durch die Verwendung ihres Zeichens "PRO MONTA" in ihr Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb eingreife und damit gegen § 823 Abs. 1 BGB verstoße, denn dieser rechtliche Gesichtspunkt könne nicht herangezogen werden, wenn es sich um den Schutz

von gewerblichen Kennzeichnungsmitteln handele, für die eine Sonderregelung bestehe. Auch dieser Ansicht, zu derer Begründung sich das Berufungsgericht auf die Entscheidung des erkennenden Senats in GRUR 1953, 290, 292 (= BGHZ 8, 387, 394 - Fernsprechnummer) bezieht, ist im Ergebnis beizutreten.

Der in der erwähnten Entscheidung ausgesprochene Grundsatz, daß durch die §§ 823, 1004 BGB nur die gewerbliche Betätigung im allgemeinen und in denjenigen ihrer Erscheinungsformen geschützt werde, für die kein besonderer Schutz begründet sei oder unter bestimmten Voraussetzungen begründet werden könne, schließt es allerdings nicht, wie das Berufungsgericht anzunehmen scheint, schlechthin aus, in Fällen, für die das Gesetz eine Sonderregelung getroffen hat, den aus § 823 BGB entwickelten allgemeinen Gesichtspunkt des Rechtes am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb heranzuziehen, sondern nur dann, wenn es sich um einen Tatbestand handelt, der in seiner Bedeutung nicht über den der gesetzlichen Sonderregelung hinausgreift. So verhielt es sich in dem seinerzeit entschiedenen Fall, der lediglich einen in § 16 Abs. 3 UWG abschließend geregelten Tatbestand betraf und deshalb allein nach dieser Vorschrift zu beurteilen war.

Anders sind die Fälle zu behandeln, in denen die Verletzungshandlung einen über den Tatbestand der Sonderregelung hinausreichenden Eingriff in das Recht am Gewerbebetrieb darstellt. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist die sogenannte berühmte Marke, die nach feststehender Rechtsprechung nicht nur in den Grenzen der Sonderregelung gegen eine Verwendung bei gleichartigen Waren geschützt wird, sondern mit Rücksicht auf ihre

Überragende Verkehrsgeltung darüber hinaus auch gegen eine Verwendung in anderen Branchen geschützt werden kann, wenn nach Lage des Falles hierin wegen der Gefahr einer Abschwächung der Werbekraft (Verwässerungsgefahr) ein rechtswidriger Eingriff in den Gewerbebetrieb im Sinne des § 823 Abs. 1 BGB zu erblicken ist (s. u.a. RGZ 170, 151 - Bayer-Kreuz; RG in GRUR 1951, 332 - Koh-i-noor; BGHZ 19, 23 - Magirus und BGHZ 28, 320 - quick). Im vorliegenden Falle, in dem die Klägerin einen solchen Tatbestand behauptet hat, konnte die Anwendbarkeit des § 823 Abs. 1 BGB daher nicht allein wegen des Bestehens von Sondervorschriften verneint werden; es hätte vielmehr schon in diesem Zusammenhang geprüft werden müssen, ob der Kennzeichnung der Klägerin tatsächlich eine so hervorragende Verkehrsgeltung zukommt, daß es gerechtfertigt erscheint, ihr einen über die Sondervorschriften hinausreichenden erweiterten Schutz zuzubilligen.

Das Berufungsgericht hat diese Frage an anderer Stelle untersucht und verneint. Es hat festgestellt, daß das Firmenzeichen "Promonta" eine unterscheidungskräftige, eigenartige, nicht auf die Warengattung hinweisende Fantasiebezeichnung sei, die sich gut einpräge und auch für die Benutzung in außerdeutschen Sprachgebieten eigne, und daß die Klägerin sie lange Zeit hindurch allein geführt und jahrzehntelang in nicht unerheblichem Umfange in ihrer an die Allgemeinheit gerichteten Werbung benutzt habe. Es folgert hieraus, daß das Kennwort als Hinweis auf das Unternehmen der Klägerin Verkehrsgeltung erworben habe; eine überragende Verkehrsgeltung in dem Sinne, wie es die Rechtsprechung zum Schutz berühmter Marken gegen die Gefahr einer Verwässerung verlange, besitze es jedoch nicht.

Von einer Beweisaufnahme hierüber hat das Berufungsgericht aus der Erwägung Abstand genommen, daß man von einer solchen Anforderung genügenden allgemeinen Durchsetzung im Verkehr nicht sprechen könne, wenn das Gericht sie nicht aus eigener Kenntnis feststellen könne, sondern erst Nachforschungen anstellen müsse; ergänzend hat es hervorgehoben, die Werbung der Klägerin sei im übrigen nach ihrem eigenen Vorbringen keineswegs so umfassend gewesen, daß sie eine allgemeine Durchsetzung habe erzielen können.

Diese vorwiegend auf dem Gebiet der tatrichterlichen Würdigung liegende Beurteilung ist rechtlich nicht zu beanstanden. Ob der Angriff der Revision berechtigt ist, das Berufungsgericht habe nicht schon aus seiner eigenen mangelnden Kenntnis auf das Fehlen einer überragenden Verkehrsgeltung schließen dürfen, sondern geeignete Beweise erheben müssen, kann dahinstehen, denn die Würdigung des Berufungsgerichts wird jedenfalls durch die rechtlich nicht angreifbare Feststellung hinreichend getragen, daß die Werbung der Klägerin bei weitem nicht den zur Erzielung einer überragenden Verkehrsgeltung erforderlichen Umfang gehabt habe.

Da somit die Voraussetzungen für einen erweiterten Rechtsschutz nach §§ 823 Abs. 1, 1004 BGB nicht erfüllt sind, kann es im vorliegenden Falle in der Tat nur darauf ankommen, ob die gesetzlichen Voraussetzungen der Sondervorschriften des Warenzeichengesetzes (s. oben I), des § 16 UWG (unten III) und des § 12 BGB (unten IV) gegeben sind.

III. Bei der Beurteilung nach § 16 Abs. 1 UWG geht das Berufungsgericht ohne Rechtsirrtum davon aus, daß dem Wortbestandteil "Promonta" als dem einzigen kennzeichnenden Bestandteil des Firmennamens der Klägerin Namensfunktion zukomme. Auch seine Ansicht, die Vorschrift setze weder das Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses unter den Beteiligten noch Warengleichartigkeit voraus, entspricht der feststehenden Rechtsprechung (BGH GRUR 1957, 288 - Plasticummännchen; GRUR 1959, 96 - Triumph).

Das Berufungsgericht hält jedoch die nach der genannten Vorschrift weiter erforderliche Verwechslungsgefahr nicht für gegeben, weil die beiderseitigen Arbeitsgebiete der Parteien so weit voneinander entfernt seien, daß auch bei Berücksichtigung der Verkehrsgeltung des Firmenkennewortes der Klägerin Verwechslungen ernstlich nicht zu befürchten seien. Es stellt aufgrund des übereinstimmenden Parteivortrags fest, daß die Klägerin seit Jahrzehnten ausschließlich pharmazeutische, diätetische und kosmetische Erzeugnisse herstellt und vertreibt, während die Beklagte die Bezeichnung "Promonta" für eine Spezialausführung von Gipswandplatten verwendet, als deren Abnehmer allein das Baugewerbe infrage kommt. Es entnimmt hieraus, daß die Parteien nicht nur in ganz verschiedenen Branchen tätig seien, sondern daß auch die beiderseitigen Erzeugnisse keine sachlichen Berührungspunkte aufwiesen. Eine technische oder wirtschaftliche Beziehung sei insbesondere nicht aus dem Oberbegriff "Chemie" herzuleiten. Wenn das Herstellungsprogramm einer chemischen Fabrik auch u.U. ein sehr vielseitiges sein und möglicherweise auch die chemische Bearbeitung von Gips und Gipserzeugnissen umfassen könne, so liege doch für ein solches Unternehmen die Herstellung von Wandplatten

aus Gips gänzlich fern. Umstände, die eine spätere Ausdehnung der Fertigung der Klägerin auf Wandplatten wahrscheinlich machen, seien nicht ersichtlich. Auch die festgestellte Verkehrsgeltung des Kennwortes der Klägerin lasse Verwechslungen nicht befürchten.

Diese Beurteilung gibt zu rechtlichen Bedenken keinen Anlaß. Sie folgt den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen, nach denen es für die Feststellung einer Verwechslungsgefahr im engeren und weiteren Sinne einerseits auf die Kennzeichnungskraft der Klagebezeichnung und andererseits auf die mehr oder weniger große technische und wirtschaftliche Nähe der beiderseitigen Waren und der für die beteiligten Unternehmen typischen Arbeitsbereiche ankommt (s. u.a. BGH 19, 23 - Magirus; BGH GRUR 1958, 339, 341 - Technika; 1959, 484, 486 f - Condux). Das Berufungsgericht berücksichtigt zutreffend, daß der Firmenbestandteil der Klägerin "Promonta" als ein einprägsames Fantasiewort, zumal im Hinblick auf die erlangte Verkehrsgeltung, eher zu Verwechslungen Anlaß geben kann als eine Bezeichnung, die sich - wie etwa das Wort "Technika" - eng an einen Begriff der Umgangssprache anlehnt und deshalb nur geringe Unterscheidungskraft besitzt (s. die Entscheidungen "Technika" und "Condux"); es hält aber aus rechtlich nicht angreifbaren tatrichterlichen Erwägungen die erforderliche Nähe der Arbeitsbereiche nicht für gegeben, wobei es mit Recht auch die mögliche künftige Entwicklung in Betracht zieht (BGH GRUR 1958, 341 - REI-Chemie; 1959, 484, 487 - Condux).

Die Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe es rechtlich fehlsam nur auf die beiderseitigen Fertigerzeugnisse abgestellt und die Möglichkeit außer acht gelassen, daß die beteiligten Verkehrskreise fälschlich

annehmen könnten, die Gipsplatten der Beklagten seien mit Hilfe von chemischen Erzeugnissen - etwa Gipshärtungsmitteln - der Klägerin hergestellt und danach benannt worden, kann nicht zum Erfolg führen. Das Berufungsgericht hat in dieser Richtung zwar keine näheren Darlegungen gemacht. Seine Feststellung, daß die Klägerin seit Jahrzehnten ausschließlich pharmazeutische, diätetische und kosmetische Präparate herstellt und vertreibt, während die Beklagte ihre Bezeichnung nur für eine bestimmte Art von Gipsplatten verwendet, die ausschließlich für das Baugewerbe bestimmt sind, läßt aber erkennen, daß es das Berufungsgericht mit Recht auf die Anschauungen der als Abnehmer in Betracht kommenden Verkehrskreise abgestellt hat und ersichtlich davon ausgegangen ist, daß die Kreise, für die das Firmenkennwort der Klägerin ein bekannter Begriff ist, sich auch über die seit Jahrzehnten unverändert bestehende enge Begrenzung ihres Tätigkeitsbereiches im klaren sind, und daß deshalb eine Verwechslungsgefahr in dem von der Klägerin gekennzeichneten weiteren Sinne ausscheiden muß. Es geht hierbei zutreffend von dem in der Rechtsprechung wiederholt ausgesprochenen Grundsatz aus, daß es nicht auf die theoretische Möglichkeit des Eintritts von Verwechslungen, sondern nur auf die Wirklichkeiten des täglichen Lebens ankommen kann (BGHZ 15, 107, 111 - Koma; GRUR 1958, 341 - Technika).

Die Ansicht des Berufungsgerichts, daß § 16 Abs. 1 UWG wegen Fehlens einer Verwechslungsgefahr nicht anwendbar sei, begegnet daher keinen rechtlichen Bedenken.

- IV. Schließlich verneint das Berufungsgericht auch einen Anspruch der Klägerin aus § 12 BGB. Es folgt der neueren Rechtsprechung, nach der diese Vorschrift

auf Handelsfirmen, unterscheidungskräftige Firmenbestandteile und ähnliche Kennzeichnungen, die eine Namensfunktion ausüben, ohne Einschränkung anzuwenden ist (BGHZ 14, 155, 159 - Farina/rote Blume; 21, 69 - Hausbücherei; GRUR 1954, 333 - Altpa), und führt zutreffend aus, daß der Namensschutz der Firma weder ein Wettbewerbsverhältnis noch Warengleichartigkeit noch eine Verwechslungsgefahr im Sinne der Parallelvorschrift des § 16 Abs. 1 UWG voraussetzt, sondern nur die Verletzung eines schutzwürdigen Interesses des Namensträgers durch unbefugte Benutzung seitens eines Dritten (BGHZ 14, 155, 160 - Farina/rote Blume; GRUR 1957, 87 f - Meisterbrand). Weiterhin nimmt das Berufungsgericht auf die Rechtsprechung des erkennenden Senats zur Frage des Schutzes gegen Verwässerungsgefahr Bezug, nach der ein solcher Schutz nur gewährt werden kann, wenn die infrage stehende Kennzeichnung überragende Verkehrsgeltung besitzt. Es äußert Zweifel, ob es gerechtfertigt sei, bei Firmenbezeichnungen so strenge Anforderungen zu stellen, wenn andererseits in der Entscheidung in GRUR 1958, 302 - Lego - beim Schutz eines Eigennamens ein bloßes Affektionsinteresse als schutzwürdig angesehen worden sei. Das Berufungsgericht hält es aber für geboten, der höchstrichterlichen Rechtsprechung zu folgen, und versagt dem Firmenschlagwort der Klägerin deshalb den erstrebten Schutz gegen Verwässerungsgefahr mit der Begründung, daß das Schlagwort die nach der Rechtsprechung erforderliche überragende Verkehrsgeltung nicht besitze.

Dieser Beurteilung ist im Ergebnis beizupflichten.

1. § 12 BGB knüpft in seiner zweiten Alternative den Unterlassungsanspruch des Namensträgers gegen einen

Dritten an die Voraussetzung, daß der Dritte "unbefugt" den gleichen Namen gebraucht.

Daß die Beklagte mit ihrer Bezeichnung "Pro Monta" den Firmenbestandteil der Klägerin "Promonta" im Sinne dieser Vorschrift "gebraucht", nimmt das Berufungsgericht ohne Rechtsirrtum an, denn nach feststehender Rechtsprechung genügt hierzu der bloße warenzeichenmäßige Gebrauch (RGZ 117, 219 - Eskimo-Pie) und auch die Verwendung eines bloßen Namensbestandteils, vorausgesetzt, daß dieser, wie das Berufungsgericht für das Wort "Promonta" fehlerfrei festgestellt hat, für sich allein als unterscheidender Hinweis auf das Unternehmen geeignet ist (BGHZ 24, 238 - tabu I). Die geringfügige Abweichung der einander gegenüberstehenden Kennzeichnungen, die nur darin besteht, daß die Beklagte zwischen "Pro" und "Monta" einen Abstand läßt, der bildlich, besonders bei der Schreibweise in großen Buchstaben, nur wenig hervortritt und klanglich überhaupt ohne Bedeutung ist, hat das Berufungsgericht mit Recht nicht als entscheidungserheblich erachtet.

"Unbefugt" ist der Gebrauch des fremden Namens zunächst dann, wenn die mangelnde Befugnis des Dritten sich aus anderen Rechtsvorschriften ergibt, die zur Ergänzung des unvollständigen Rechtssatzes des § 12 BGB heranzuziehen sind, so z.B. wenn der Gebrauch eine Warenzeichenverletzung oder eine Zuwiderhandlung gegen § 3 UWG darstellt oder gegen die guten Sitten (§§ 1 UWG, 826 BGB) oder - als ein über die in Sondervorschriften geregelten Tatbestände hinausgehender Eingriff in das Recht am Gewerbebetrieb - gegen § 823 Abs. 1 BGB verstößt.

Sind wie im vorliegenden Falle Rechtsverletzungen dieser Art nicht festzustellen, so fällt die Frage nach der mangelnden Befugnis des Dritten mit der weiteren Frage zusammen, ob der Gebrauch des Namens durch den Dritten ein schutzwürdiges Interesse des Namensträgers verletzt. Liegt eine solche Verletzung vor, so ergibt sich daraus zugleich, daß der Namensgebrauch unbefugt ist; werden die Interessen des Namensträgers dagegen überhaupt nicht berührt oder können sie nach Lage der Sache nicht als schutzwürdig anerkannt werden, so bedeutet das zugleich, daß der Dritte befugt handelt.

2. Im vorliegenden Falle kann weder das Interesse der Klägerin an der Unterlassung einer unbefugten Benutzung ihrer Zeichen- und Ausstattungsrechte berücksichtigt werden, da es insoweit an dem gesetzlichen Erfordernis der Warengleichartigkeit fehlt (s. o. I), noch ihr Interesse an der Vermeidung von Verwechslungen im weiteren Sinne, da solche Verwechslungen wegen der weit-ten Entfernung der beiderseitigen Arbeitsgebiete ernstlich nicht zu besorgen sind (oben III). Das einzige Interesse, das zugunsten der Klägerin herangezogen werden kann und auf das sie sich auch allein beruft, ist das Interesse an der Aufrechterhaltung ihrer Alleinstellung hinsichtlich ihres Firmenschlagwortes und an der Vermeidung einer Verwässerung seiner Kennzeichnungskraft und seines Werbewertes, die nach ihrer Meinung auch eine Benutzung auf fernliegenden Arbeitsgebieten mit sich bringen würde.

Die Schutzwürdigkeit eines so gearteten Interesses ist zunächst nach absolutem Maßstabe zu beurteilen, und es ist deshalb zu fragen, ob der Schutz etwa allgemein - ohne Rücksicht auf entgegenstehende Interessen Dritter -

an bestimmte Voraussetzungen geknüpft werden muß und ggf. ob diese Voraussetzungen erfüllt sind. bestehen nach dieser Richtung keine Bedenken, so kommt es weiter darauf an, ob das Interesse des Namensträgers gegenüber dem des vermeintlichen Verletzers bei gerechter Abwägung den Vorzug verdient oder nicht.

Im Streitfalle würde bei einer Abwägung der Interessen auf seiten der Beklagten lediglich ihr Interesse daran zu berücksichtigen sein, in der jedem Gewerbetreibenden offenstehenden freien Wahl einprägsamer Kennzeichnungen nicht beschränkt zu werden und die einmal gewählte und in Benutzung genommene Kennzeichnung beizubehalten. Ein weitergehendes Interesse ist nicht zu erkennen; insbesondere könnte sich die Beklagte nicht darauf stützen, daß sie an ihrem Kennzeichen "Pro Monta" einen schutzwürdigen Besitzstand oder wenigstens eine Anwartschaft darauf erworben habe, denn dazu war es nach den Feststellungen des Berufungsgerichts noch nicht gekommen, da die Klägerin die Beklagte schon kurze Zeit nach der ersten Benutzung ihrer Kennzeichnung verwarnt hat. Unter diesen Umständen würde sehr wahrscheinlich dem Interesse der Klägerin an der Abwehr einer Verwässerung der Kennzeichnungskraft ihres älteren und im Verkehr durchgesetzten Firmenbestandteils "Promonta" das größere Gewicht beizulegen sein. Einer abschließenden Stellungnahme hierzu bedarf es jedoch nicht, denn das Interesse der Klägerin kann - unabhängig von einer Interessenabwägung - schon deshalb nicht als schutzwürdig anerkannt werden, weil der Schutz gegen eine bloße Verwässerungsgefahr nur Kennzeichnungen von überragender Verkehrsgeltung zukommt, die das Firmenschlagwort der Klägerin nicht besitzt, und es demnach bereits an einer absoluten Schutzvoraussetzung fehlt.

Der erkennende Senat hat diesen Grundsatz bereits mehrfach für ähnlich gelagerte Tatbestände ausgesprochen (s. besonders BGHZ 15, 107, 112 - Koma - und BGHZ 19, 23, 27 - Magirus -). Im Falle "Koma" hatte es sich ebenso wie in Streitfälle um eine Kennzeichnung gehandelt, die mangels Warengleichartigkeit keinen Zeichenschutz und wegen weiter Entfernung der Arbeitsgebiete keinen Schutz aus § 16 UWG beanspruchen konnte, für die aber mit Rücksicht auf die festgestellte Verkehrsgeltung der Kennzeichnung als eines Hinweises auf einen bestimmten Gewerbebetrieb ein Namensschutz nach § 12 BGB in Betracht kam. Bei der Würdigung unter diesem rechtlichen Gesichtspunkt ist der von der Rechtsprechung entwickelte Grundsatz herangezogen worden, daß ein über die Sondervorschriften hinausreichender Schutz gegen Verwässerungsgefahr nur solchen Kennzeichnungen gewährt werden kann, die kraft langen Gebrauchs und umfassender Werbung eine überragende Verkehrsgeltung erlangt haben und damit zu den sog. "berühmten" Marken und Ausstattungen zu rechnen sind. Der Senat hat angenommen, daß auch der Namensschutz nach § 12 BGB, soweit es auf die Abwehr einer bloßen Verwässerungsgefahr ankommt, an diese Voraussetzung geknüpft werden müsse. Die gleiche Auffassung ist im Falle "Magirus" vertreten worden.

An dieser Beurteilung muß auch gegenüber den im angefochtenen Urteil und von der Revision geäußerten Bedenken festgehalten werden.

3. Die Annahme des Berufungsgerichts, die höchstgerichtliche Rechtsprechung stelle in den genannten Entscheidungen beim Firmennamen strengere Anforderungen als beim Personennamen, trifft nicht zu. Wenn im Falle

"Lego" (BGH in GRUR 1958, 302), auf den das Berufungsgericht hinweist, bei einem Eigennamen das bloße Affektionsinteresse seines Trägers als genügend angesehen, in den Fällen "Koma" und "Magirus" aber der namensrechtliche Schutz ^{von Firmenschlagworten} gegen Verwässerungsgefahr von dem Vorhandensein einer überragenden Verkehrsgeltung der Kennzeichnungen abhängig gemacht worden ist, so beruht das nicht etwa auf einer grundsätzlich verchiedenen Bewertung dieser beiden Namenskategorien, sondern in erster Linie - abgesehen von besonderen Tatumständen, die im Falle "Lego" bei der Abwägung der beiderseitigen Interessen zu berücksichtigen waren - darauf, daß beim Personennamen naturgemäß die persönlichen Interessen seines Trägers und beim Firmennamen wegen seiner auf den geschäftlichen Bereich beschränkten Bedeutung die geschäftlichen Interessen im Vordergrund stehen und daß sich die Frage des Schutzes gegen Verwässerungsgefahr, auf die es in den Fällen "Koma" und "Magirus" entscheidend ankam, bei einem nicht der gewerblichen Kennzeichnung dienenden Personennamen, wie dem Namen "Lego", überhaupt nicht stellt.

Auch der Hinweis der Revision auf den persönlichkeitsrechtlichen Charakter des Namensrechts geht fehl. Wenn die Revision meint, der Schutz gegen Verwässerungsgefahr könne beim Firmennamen wegen der umfassenden Natur jedes Persönlichkeitsrechtes - anders als beim Warenzeichen, das nur ein Immaterialgüterrecht sei - nicht an einschränkende Voraussetzungen geknüpft werden und der Grad der Verkehrsgeltung sei daher nur für die Abwägung der beiderseitigen Interessen von Bedeutung, so verkennt sie, daß es sich bei dem Schutz gegen Verwässerungsgefahr gerade nicht um den persönlichkeitsrechtlichen Gehalt des Namens in seiner eigentlichen

Funktion als einer Identitätsbezeichnung einer bestimmten Person handelt, sondern um die beim Firmennamen hinzukommende Werbefunktion, bei der der persönlichkeitsrechtliche Charakter des Namens völlig zurücktritt. Im übrigen würde es dieser Charakter, selbst wenn er von Bedeutung wäre, keineswegs hindern, die verschiedenen in Betracht kommenden Interessen des Namensträgers in bezug auf ihre Schutzwürdigkeit im Sinne des § 12 BGB untereinander verschieden zu bewerten und für solche Interessen, die schon allgemein ohne Rücksicht auf eine Interessenabwägung als minder schutzwürdig angesehen werden müssen, bestimmte einschränkende Schutzvoraussetzungen aufzustellen. Gegen die Übertragung der für berühmte Marken entwickelten Grundsätze auf das Namensrecht an der Handelsfirma sind daher aus dem Gesichtspunkt des Persönlichkeitsrechts keine Bedenken herzu-
leiten.

4. Der entscheidende Gesichtspunkt, der eine solche Übertragung rechtfertigt, ist die Gleichheit der Interessenlage, die stets gegeben ist, wenn der Inhaber eines gewerblichen Kennzeichens durch die beanstandete Handlungsweise des Dritten nur insoweit in seinen Interessen berührt wird, als diese Handlungsweise zu einer Verwässerung der Werbekraft und einer Gefährdung der bisherigen Alleinstellung führen kann. Diese Fälle haben - einerlei ob es sich um Warenzeichen, Ausstattungen oder andere besondere Bezeichnungen eines Gewerbebetriebs oder auch um den Firmennamen oder einen Firmenbestandteil handelt - gemeinsam, daß sie Ausnahmefälle darstellen, für die das Gesetz jedenfalls ausdrücklich keinen Schutz gewährt.

So beschränkt das Warenzeichengesetz den Schutz des Warenzeichens und der Ausstattung auf den engen Bereich der Warengleichartigkeit und mißbilligt es dem-

nach grundsätzlich nicht, daß Dritte sich außerhalb dieses fest umrissenen Schutzbereichs desselben Kennzeichnungsmittels bedienen und hierdurch möglicherweise eine Verwässerung seiner Kennzeichnungskraft herbeiführen oder sogar die Alleinstellung des älteren Schutzrechtsinhabers beeinträchtigen. Ähnlich verhält es sich bei der Regelung des § 16 Abs. 1 UWG, die den Schutz der hier genannten Kennzeichnungsmittel auf die Fälle beschränkt, in denen Verwechslungen zu befürchten sind, was in der Regel eine gewisse sachliche Nähe der geschäftlichen Betätigungsgebiete der Beteiligten voraussetzt.

Wenn der Gesetzgeber in diesen Sondervorschriften dem Schutz gegen Beeinträchtigungen ausdrücklich bestimmte Grenzen gezogen hat, so war dabei die Erwägung maßgebend, daß die Freiheit der gewerblichen Betätigung nicht über Gebühr beschränkt werden soll (s. BGHZ 19, 23, 31 - Magirus). Ein über die Schutzvoraussetzungen des Warenzeichengesetzes oder des § 16 Abs. 1 UWG hinausreichender Schutz gegen die Verwässerungsgefahr kann deshalb nach feststehender Rechtsprechung nur ausnahmsweise dann gewährt werden, wenn das Kennzeichnungsmittel eine überragende Verkehrsgeltung erlangt hat und demzufolge die Beeinträchtigung seiner Werbekraft einen von den Sondervorschriften nicht ausreichend erfaßten störenden Eingriff in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb darstellt (§ 823 Abs. 1 BGB: s. hierzu oben II).

Für den Namensschutz der Handelsfirma und des Firmenschlagwortes nach § 12 BGB kann im Ergebnis nichts anderes gelten. Auch hier ist der Fall, daß die Beeinträchtigung des Namensrechtes lediglich in einer Ver-

Verwässerung des Werbewerts der Firmenbezeichnung besteht, als Ausnahmetatbestand anzusehen. § 12 BGB stellt zwar keine so fest umgrenzten Anspruchsvoraussetzungen auf wie das Warenzeichengesetz und wie § 16 Abs. 1 UWG, sondern verweist mit dem Merkmal "unbefugt" auf andere Rechtsvorschriften und eine Abwägung der beiderseitigen Interessen und gibt auch bei der Beurteilung der absoluten Schutzwürdigkeit der in Betracht kommenden Interessen des Namensträgers dem richterlichen Ermessen Spielraum. Die Vorschrift schließt es daher nicht aus, bei ihrer Anwendung auf Firmennamen und Firmenbestandteile auch das Interesse des Firmeninhabers an der Abwehr einer Verwässerung zu berücksichtigen, ohne daß hier, wie z.B. bei der berühmten Marke, die nicht zugleich Unternehmenskennzeichen ist, auf § 823 Abs. 1 BGB zurückgegriffen werden müßte. Bei der Bewertung dieses Interesses hinsichtlich seiner Schutzwürdigkeit darf aber nicht außer acht gelassen werden, daß die gesetzliche Regelung nach ihrer Entstehungsgeschichte und ihrem gesetzgeberischen Grundgedanken nur den Schutz des Namens in seiner Funktion als Identitätsbezeichnung der Person seines Trägers zum Ziele hat. Auch bei der von der Rechtsprechung zugelassenen Anwendung der Vorschrift auf Firmennamen und Firmenbestandteile ist in erster Linie an diese Funktion zu denken. Soll der Firma oder dem Firmenkennwort darüber hinaus Schutz gegen Verwässerungsgefahr gewährt werden, so handelt es sich insoweit um die Werbefunktion des Namens, also um einen Sondertatbestand, für den der Namensschutz nach seiner eigentlichen Zielsetzung nicht gedacht ist. In dieser Hinsicht ist der Firmenname lediglich ein Werbemittel wie jedes andere. Ein innerer Grund, ihn anders zu behandeln als andere Kennzeichnungsmittel und einen Schutz gegen Verwässerungsgefahr in weiterem Umfange zuzulassen, als es nach der Rechtsprechung bei den sog. berühmten Marken geschieht, ist nicht

ersichtlich. Es ist daher gerechtfertigt und geboten, auch im Rahmen des § 12 BGB der Handelsfirma und dem Firmenbestandteil einen Schutz gegen Verwässerungsgefahr nur ausnahmsweise zu gewähren und ihn insbesondere an die Voraussetzung einer überragenden Verkehrsgeltung zu knüpfen. Fehlt es hieran, wie im vorliegenden Fall (s.o. II), so ist das Interesse des Firmeninhabers an der Abwehr von Verwässerungen nicht als ein schutzwürdiges und damit auch der Namensgebrauch durch einen Dritten nicht als ein unbefugter anzusehen.

In Übereinstimmung mit den Vorinstanzen ist daher ein Anspruch aus § 12 BGB zu verneinen.

V. Die Revision der Klägerin war hiernach mit Kostenfolge aus § 97 ZPO zurückzuweisen.

Wilde Weiß Löscher Pehle Ebel