

6/11

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 3

Zur Verwendung französischer Fremdwörter als Marken
für deutschen Sekt.

BGH, Urt. v. 19. Juni 1970 - I ZR 72/68 - OLG Hamburg
LG Hamburg

64

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 72/68

URTEIL

Verkündet am

19. Juni 1970

Werner,
Justizobersekretär

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

des Verbandes Deutscher Sektkellereien e.V., W[REDACTED],
S[REDACTED]straße [REDACTED], vertreten durch den Vorsitzenden Diether
H[REDACTED],

Klägers, Revisionsklägers und
Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

1. die Firma Sektkellerei Schloß B[REDACTED] GmbH, B[REDACTED]
(P[REDACTED]) im Schloß, vertreten durch die jeweils allein ver-
tretungsberechtigten Geschäftsführer F[REDACTED] und M[REDACTED],
2. Ve-Ge-Handelsgesellschaft in Ha[REDACTED], Firma C.H. Hei[REDACTED]
und H.C. J[REDACTED], Lebensmittelgroßhandel, Ha[REDACTED] [REDACTED], G[REDACTED]-
[REDACTED]straße [REDACTED],

Beklagten, Revisionsklägerinnen und
Revisionsbeklagten,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 29. Mai 1970 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Dr. Sprenkmann, Dr. Simon, Dr. Merkel und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Parteien wird unter Zurückweisung der Rechtsmittel im übrigen das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Hamburg vom 2. Mai 1968 teilweise wie folgt geändert:

Auf die Berufung der Beklagten zu 1 und der Klägerin, die im übrigen zurückgewiesen werden, wird das Urteil der 15. Zivilkammer des Landgerichts Hamburg vom 26. Juli 1967 teilweise wie folgt geändert:

- I. Die Beklagte zu 1 wird verurteilt, es zu unterlassen, deutschen Sekt unter den Bezeichnungen "Bonmot", "Liberté", "Banquier", "Renommée", "Esprit", "Bohème", "Croupier", "Royal-Rosée", "Alliance" und "Grand-Prix" in den Verkehr zu bringen, sofern diese Bezeichnungen auf Etiketten verwendet werden, wie die Anlagen 11 - 18 zum Schriftsatz vom 28. September 1966, die Anlage P zum Schriftsatz vom 15. Juni 1967 und die in der mündlichen Verhandlung vom 18. April 1968 überreichte Anlage ergeben, selbst wenn auf diesen Etiketten die Aufschrift "Deutscher Sekt" wie auf dem im Tatbestand wiedergegebenen "Bonmot"-Etikett erscheint.
- II. Die Beklagte zu 2 wird verurteilt, es zu unterlassen, deutschen Sekt unter der Bezeichnung "Liberté" in den Verkehr zu bringen, sofern diese Bezeichnung entsprechend dem im Tatbestand wiedergegebenen Etikett verwendet wird, selbst wenn auf diesem Etikett die Aufschrift "Deut-



56
scher Sekt" wie auf dem im Tatbestand wiedergegebenen "Bonmot"-Etikett erscheint.

III. Den Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung eine vom Gericht festzusetzende Geldstrafe in unbeschränkter Höhe oder Haftstrafe bis zu 6 Monaten angedroht.

IV. Im übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits, mit Ausnahme der Kosten der Nebenintervention, werden zu 1/3 dem Kläger, zu 9/15 der Beklagten zu 1 und zu 1/15 der Beklagten zu 2 auferlegt. Von den Kosten der Nebenintervention tragen der Kläger 1/3 und die Nebenintervenientin 2/3.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der klagende Verband vertritt die Interessen deutscher Sektkellereien. Er wendet sich dagegen, daß die Beklagten deutschen Sekt unter Marken in den Verkehr bringen, die nach seiner Auffassung den irreführenden Eindruck einer Herkunft des Sekts aus Frankreich hervorrufen.

Die im Jahre 1960 gegründete Beklagte zu 1 stellt deutschen Konsumsekt mittlerer Preislagen her und vertreibt ihn u.a. unter den Bezeichnungen "Bonmot", "Liberté", "Banquier", "Renommée", "Esprit", "Bohème", "Croupier", "Royal Rosée", "Alliance" und "Grand-Prix". Die Beklagte zu 2, die einen Lebensmittelgroßhandel unterhält, vertreibt den von der Beklagten zu 1 hergestellten Sekt der Marke "Liberté" mit dem nachstehend wieder-

gegebenen farbigen Etikett:

Unter der Bezeichnung "Liberté" verkauft die Beklagte zu 2 auch noch andere alkoholische Getränke.

Die Aufmachung der Etiketten mit den genannten Bezeichnungen wechselten im Laufe der Jahre verschiedentlich. Unter anderem wurden diejenigen Aufmachungen benutzt, die als Anlagen 11 - 18 zum Schriftsatz vom 28. September 1966, als Anlage F zum Schriftsatz vom 15. Juni 1967 und in der mündlichen Verhandlung vom 18. April 1968 überreicht wurden. In einem Teilvergleich haben sich die Beklagten verpflichtet, diese Etiketten nur in der Weise zu verwenden, daß die Angabe "Deutscher Sekt" mindestens in der Schriftgröße, -breite und -dicke wie auf dem nachfolgenden "Eonmot Etikett erscheint:

Die Beklagte zu 1 hat sich ferner verpflichtet, zwei weitere Marken ("Montparnasse" und "Livrée") nicht mehr für deutschen Sekt und die Marke "Bohème" nicht mehr zusammen mit der Darstellung des Eiffelturmes zu verwenden.

Der Kläger, der sich von zwei deutschen Sektkellereien die Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz gegen die Beklagten hat abtreten lassen, hat zuletzt beantragt,

- I. die Beklagte zu 1 zu verurteilen, es bei Meidung von Strafen zu unterlassen, deutschen Sekt unter den blickfangartigen Bezeichnungen

"Bonmot", "Liberté", "Banquier", "Renommée", "Esprit", "Bohème", "Croupier", "Royal-Rosée", "Grand-Prix" und "Alliance" in den Verkehr zu bringen, insbesondere diese Bezeichnungen auf Etiketten, Ankündigungen, Preislisten, Geschäftsbriefen, Empfehlungen, Rechnungen u. dgl. zu benutzen;

- II. die Beklagte zu 2 zu verurteilen, es bei Meidung von Strafen zu unterlassen, deutschen Sekt unter der blickfangartigen Bezeichnung "Liberté" in den Verkehr zu bringen, insbesondere den Sekt unter dieser Bezeichnung anzukündigen.

Hilfsweise hat der Kläger beantragt, den Beklagten eine Verwendung der genannten Bezeichnungen entsprechen den als Anlagen überreichten konkreten Etiketten zu untersagen.

Nachdem die Parteien auf die Durchführung einer vom Landgericht angeordneten Meinungsumfrage verzichtet hatten, hat das Landgericht die Klage hinsichtlich der Bezeichnung "Liberté" abgewiesen, im übrigen der Klage gegen die Beklagte zu 1 stattgegeben. Gegen dieses Urteil haben der Kläger und die Beklagte zu 1 Berufung eingelegt, soweit es zu ihrem Nachteil ergangen ist.

Die Beklagten haben zusammenfassend folgendes vorge-
tragen: Der Verbraucher werde durch die angegriffenen Bezeichnungen nicht irregeführt. Es handele sich um eingedeutschte Fremdwörter, um Wörter germanischen und italienischen Ursprungs oder um allgemein geläufige Ausdrücke. Nach der insoweit zutreffenden Ansicht des Landgerichts

121

- 7 -

sei sogar die Benutzung eindeutig fremdsprachiger Wörter dann unbedenklich, wenn ein die Irreführung ausschließender Zusatz beigefügt werde. Es meine aber zu Unrecht, solche Zusätze wirkten dann nicht entlokalisierend, wenn eine irreführende Bezeichnung allein den Blickfang bilde. Dem stets maßgeblichen Gesamteindruck nach schlossen die seit 60 Jahren vorgeschriebene auffallend sichtbare Aufschrift "Deutscher Sekt" sowie der weitere, zum Teil ebenfalls hervorgehobene deutsche Text und die zumeist vorhandene Firmenangabe einen Herkunftsirrtum aus. Ein solcher Irrtum sei zudem schon wegen des Preisunterschiedes im Vergleich mit dem erheblich teureren französischen Champagner nicht zu befürchten. Im übrigen sei der Verbraucher bei Sekt an französische Fachausdrücke (Sec, Demi-Sec, Cuvée, Brut und Rosée) gewöhnt und sogar - wie durch Vorlage von ca. 80 Flaschenetiketten dargetan werden könne - an zahlreiche französisch klingende Konsumsekt-Marken, deren Marktanteil auf mehr als ein Drittel zu schätzen sei. Allein die Beklagte zu 1 habe seit 1960 mehr als 14,5 Millionen Einheiten Sekt und im Geschäftsjahr 1964/65 5,5 % des Gesamtumsatzes aller Hersteller, nämlich 6,6 Millionen Einheiten, unter französisch klingenden Bezeichnungen vertrieben. Auch bei sonstigen Spirituosen deutschen Ursprungs sei der Verkehr an derartige Bezeichnungen gewöhnt. Ferner sei zu berücksichtigen, daß der deutsche Konsumsekt zu einem erheblichen Teil aus französischen Grundweinen hergestellt werde. Da der Kläger seinen eigenen Mitgliedern Bezeichnungen wie "Chandon" und "Morèphe" für deutschen Sekt gestatte, könne er bei Nichtmitgliedern kein Verbot der strittigen Ausdrücke verlangen.

Nach Auffassung des Klägers hat das Landgericht die Bezeichnungen zu Recht als irreführend beanstandet. Die Angabe "Deutscher Sekt" müsse nach dem Weingesetz schon dann angebracht werden, wenn französische Schaumweine im Drucktank aus Zollersparnisgründen nach Deutschland eingeführt und hier lediglich abgefüllt würden; sie bezeichne also nur das Land der Abfüllung und sei nicht geeignet, den Herstellungsort klarzustellen. Der Verbraucher sei auch nicht an französisch klingende Marken gewöhnt, da die von den Beklagten genannten Hausmarken teilweise nur in sehr kleinen Mengen an bestimmte einzelne Abnehmer geliefert würden. Deren Marktanteil liege sicher nicht über 3 %. Einige der von den Beklagten genannten Firmen hätten inzwischen Unterlassung zugesagt. Nur die Beklagte zu 1 verwende in größerem Umfang französische Bezeichnungen. Daß bedauerlicherweise die Benutzung der Bezeichnung "Morèphe" gestattet worden sei, könne sich wegen der geringen Bedeutung dieser Marke nicht nennenswert auswirken. Bezüglich der Bezeichnung "Chandon", die als Firmenname nicht ohne weiteres mit willkürlich wählbaren Marken verglichen werden könne, liefen Verhandlungen. Soweit das Landgericht die Klage bezüglich der nur für die Beklagte zu 2 bestimmten Marke "Liberté" abgewiesen habe, nehme es zu Unrecht an, daß hier eine Irreführung deshalb nicht zu befürchten sei, weil die Beklagte diese Bezeichnung auch noch für andere Spirituosen verwende und ein einheitliches "Liberté"-Verkaufsprogramm anbiete.

Das Oberlandesgericht hat der Klage auch insoweit stattgegeben, wie die Beklagten deutschen Sekt unter blickfangartiger Bezeichnung mit dem Wort "Liberté" vertreiben, jedoch das Verbot bezüglich aller Bezeichnungen auf den Fall eingeschränkt, daß "nicht deutlich und unübersehbar

darauf hingewiesen wird, daß es sich um deutschen Sekt handelt".

Mit seiner Revision erstrebt der Kläger ein uneingeschränktes Verbot. Die Beklagten begehren völlige Klagabweisung. Beide Parteien beantragen Zurückweisung der gegnerischen Revision.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht, das die strittigen Bezeichnungen für irreführend im Sinne von § 3 UWG hält, befaßt sich zunächst mit den derzeit noch geltenden Kennzeichnungsvorschriften des Weingesetzes vom 25. Juli 1930, die ebenfalls einer Irreführung des Verbrauchers entgegenwirken sollen. Wie schon das frühere Weingesetz vom 7. April 1909 (RGBl I 393), so bestimmt auch dieses Gesetz in § 17, daß Schaumwein, der gewerbsmäßig verkauft wird, eine Bezeichnung tragen muß, die das Land erkennbar macht, in dem er auf Flaschen gefüllt worden ist, und daß ferner die in den Ausführungsbestimmungen vorgeschriebenen Bezeichnungen auch in den Preislisten, Weinkarten und Rechnungen sowie in den sonstigen im geschäftlichen Verkehr üblichen Mitteilungen mitaufzunehmen sind. Gemäß Art. 17 der Ausführungsverordnung vom 16. Juli 1932 ist auf den Flaschen die Bezeichnung "Deutscher Schaumwein" oder "Deutscher Sekt" anzubringen, und zwar in schwarzer Farbe auf weißem Grund auf einem mit der Hauptinschrift zusammenhängenden, jedoch von dieser deutlich abgegrenzten Streifen in Buchstaben von mindestens 0,5 cm Höhe und in einer näher bestimmten Breite.

Diesen Vorschriften leisten die Beklagten unstreitig in vollem Umfang Genüge, wobei ihre im Vergleich übernommene Verpflichtung zu berücksichtigen ist, die Angabe "Deutscher Sekt" mindestens in der Schriftgröße, -breite und -dicke wie auf dem "Bonmot"-Etikett anzubringen.

II. 1. Die Erfüllung der Kennzeichnungsvorschriften des Weingesetzes schließt nach der rechtsirrtumsfreien Auffassung des Berufungsgerichtes, die auch von der Revision nicht angegriffen wird, die Anwendung des § 3 UWG nicht aus, sofern sonstige Angaben irreführend wirken. Insoweit untersucht das Berufungsgericht zunächst, ob die auf den angegriffenen Etiketten blickfangartig herausgestellten Bezeichnungen "Bonmot", "Liberté", "Banquier", "Renommée", "Esprit", "Bohème", "Croupier", "Royal-Rosée", "Alliance" und "Grand-Prix" für sich allein betrachtet geeignet sind, eine Irreführung des Verkehrs über die Herkunft des Sekts zu bewirken. Es bejaht diese Frage in Übereinstimmung mit dem Landgericht aus folgenden Erwägungen: Wenn auch die strittigen Ausdrücke keine im Ausland gelegenen Herstellungsorte bezeichneten, so würden sie doch im Verkehr als mittelbare Herkunftsangaben aufgefaßt; denn der Verbraucher verstehe fremdsprachige Warenbezeichnungen regelmäßig als Hinweis auf die Herkunft aus dem betreffenden Land. Nach dem Sprachempfinden des Durchschnittsverbrauchers handele es sich bei den strittigen Bezeichnungen um Wörter der französischen Sprache. Die von diesen französischen Bezeichnungen ausgehenden Irreführungen über die Herkunft des Sekts würden nicht dadurch ausgeschlossen, daß der Verkehr bei deutschem Sekt an bestimmte französische Fachausdrücke gewöhnt sei; denn diese Fachausdrücke würden vom kundigen Publikum als Beschaffenheitshinweise erkannt und im übrigen nicht blickfangartig herausgestellt und da-

her vom flüchtigen Verkehr zumeist nicht aufgenommen. Die Beklagten hätten auch nicht überzeugend dargelegt, daß auf dem deutschen Markt in einem solchen Umfang französische Bezeichnungen für deutschen Sekt gebräuchlich seien, daß nicht einmal mehr ein nicht unerheblicher Teil des Verkehrs aus solchen Bezeichnungen auf die Herkunft des Erzeugnisses aus Frankreich schließe. Die Preisgestaltung verhindere eine Irreführung schon deshalb nicht, weil im beachtlichen Umfang auch französischer "vin mousseux" zu mittleren Preisen angeboten werde. Daß die Schaumweine der Beklagten größtenteils aus französischen Grundweinen hergestellt würden, rechtfertige nicht den Gebrauch von solchen Bezeichnungen, aus denen der Verkehr auf den gerade bei Sekt für wesentlich angesehenen Verarbeitungs- und Herstellungsort des fertigen Erzeugnisses schließe.

2. Diese im wesentlichen tatrichterlichen Ausführungen des Berufungsgerichtes lassen einen Rechts- oder Verfahrensverstoß nicht erkennen.

a) Der Revision der Beklagten kann insbesondere nicht darin beigetreten werden, das Berufungsgericht habe seine Feststellungen nicht aus eigener Sachkunde treffen dürfen. Für die Entscheidung darüber, welchen Sinn der Verkehr einer bestimmten Werbebehauptung beilegt, ist der Richter in der Regel dann ausreichend sachkundig, wenn er selbst zu dem umworbenen Verkehrskreis gehört und wenn es sich dabei um das Angebot von Gegenständen des allgemeinen Bedarfs handelt (BGH GRUR 1963, 539, 541 - echt skai; 1964, 397, 399 - Damenmäntel; GRUR 1966, 515, 516 - Kukident). Das gilt namentlich dann, wenn der zur Entscheidung berufene Richter glaubt feststellen zu

können, daß er selbst und zumindest ein nicht unerheblicher Teil des Verkehrs durch eine solche Werbebehauptung getäuscht werden würden (BGH GRUR 1963, 270, 273 - Bärenfang; 1967, 600, 603 - Rhenodur). Dieser Grundsatz ist auch dann anzuwenden, wenn im Rahmen des § 3 UWG der Sinn einer Kennzeichnung infrage steht, es sei denn, daß im Einzelfall besondere Umstände hervortreten, die dem Richter Zweifel an seiner Sachkunde nahelegen und ihn veranlassen müssen, alle angebotenen Beweise zu erschöpfen.

b) Derartige besondere Umstände liegen im Streitfall nicht vor. Vielmehr entspricht es gefestigter Rechtsansicht, wenn das Berufungsgericht von dem Erfahrungssatz ausgeht, daß der Verkehr nicht allein aus ausländischen Ortsangaben (vgl. dazu BGH GRUR 1963, 482, 484 - Hollywood Duftschaumbad; BGHZ 44, 16, 19 - de Paris; den zur Veröffentlichung bestimmten Beschluß I ZB 6/68 vom 7. Januar 1 - Samos), sondern in der Regel auch aus dem Gebrauch sonstiger fremdsprachiger Warenbezeichnungen auf die Herkunft der Ware aus dem entsprechenden Land zu schließen geneigt ist (vgl. BGH GRUR 1956, 187, 188 - English Lavender; 1958, 185, 187 - Wyeth; 1963, 589, 591 - Lady Rose; vgl. auch GRUR 1966, 150 - Kim und 1966, 267 - White Horse; ferner Baumbach/Hefermehl, UWG, 9. Aufl. Anm. 94 zu § 3 UWG; Beier, GRUR 1963, 236, 238). Ob dies in gleicher Weise für alle Branchen zutrifft und ob der Verkehr, wie die Beklagten meinen, im Rahmen der Internationalisierung des Handels zunehmend daran gewöhnt wird, aus der bloßen Tatsache der Verwendung fremdsprachiger Angaben allein keine Schlüsse mehr hinsichtlich des Herkunftsortes der Ware zu ziehen, mag dahinstehen. Denn nach den zutreffenden Feststellungen des Berufungsgerichtes am Schluß des angefochtenen Urteils gilt Frankreich als das klassische Land des Champagners

und genießt Sekt französischer Herkunft ein besonderes Ansehen. Angesichts dieser allgemeinen Bekanntheit und Beliebtheit französischen Sekts erscheint es aber auf diesem Gebiet für den Verkehr besonders naheliegend, aus der Benutzung französischer Ausdrücke auf die Herkunft aus Frankreich zu schließen (vgl. dazu LG Düsseldorf WRP 1961, 44 - Château; OLG Düsseldorf GRUR Ausl. 1967, 105 - Chandon; vgl. auch RGZ 143, 175 und OLG Hamburg GRUR 1960, 437 für Whisky).

c) Soweit die Beklagten die Feststellung des Berufungsgerichtes angreifen, daß es sich bei den strittigen Bezeichnungen um Ausdrücke der französischen Sprache handelt, kann ihnen ebenfalls nicht gefolgt werden. Für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung ist es nicht entscheidend, ob diese Ausdrücke in Werken der Sprachforschung als Worte bezeichnet werden, die auch in der deutschen Gegenwartssprache vorkommen. Maßgeblich ist allein das Sprachempfinden des Durchschnittsverbrauchers. Selbst soweit dieser die strittigen Ausdrücke in seinen Sprachschatz aufgenommen hat und mit ihnen bestimmte Begriffsinhalte verbindet, bleibt ihm bewußt, daß diese Fremdworte der französischen Sprache entstammen, zumal die Beklagten die strittigen Bezeichnungen in französischer Schreibweise bringen. Wem die strittigen Ausdrücke als Fremdworte vertraut sind, der erkennt im übrigen, daß diese nicht etwa als warenbeschreibende Fachausdrücke entsprechend ihrem Sinngehalt benutzt werden, sondern wie Fantasieworte als willkürlich wählbare betriebliche Herkunftskennzeichnungen. Auch für ihn drängt sich daher die Vorstellung auf, es handele sich um die Marke eines französischen Herstellers, der zur leichteren Einführung auf dem deutschen Markt solche Kennzeichnungen gewählt

habe, die auch der deutschen Verbraucherschaft nicht mehr ganz fremd seien. Eine Ausnahme könnte insoweit nur für die Bezeichnung "Royal Rosée" in Betracht kommen. Denn bei deren Bestandteilen muß nach den Ausführungen des Berufungsgerichtes angenommen werden, daß sie im deutschen Warenverkehr als Freizeichen bzw. als Gattungsbezeichnung dienen und daher - soweit dies erkannt wird - keine Herkunftsvorstellungen auslösen dürften. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichtes, die hinsichtlich des Bestands teils "Royal" mit den eigenen Ausführungen der Beklagten übereinstimmen (S. 12 des Schriftsatzes vom 4. März 1968), ist dieser Umstand dem Verkehr jedoch nicht derart geläufig, daß nicht einmal mehr bei einem nicht unerheblichen Teil des Verkehrs eine Irreführung zu befürchten wäre, wenn diese Ausdrücke - wie im Streitfall - als blickfangmäßige Kombination wie ein betriebliches Herkunftskennzeichen in Erscheinung treten.

d) Daß die aus der Benutzung fremdsprachiger Bezeichnungen folgende Irreführung weder durch die Preisgestaltung noch durch die Gewöhnung des Verkehrs an bestimmte französische Fachausdrücke ausgeschlossen wird und daß die Verarbeitung französischer Grundweine nicht die Verwendung irreführender Bezeichnungen für das fertige Erzeugnis rechtfertigt, hat das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei dargelegt. Insoweit macht auch die Revision keine neuen Gesichtspunkte geltend.

e) Dem Berufungsgericht ist ferner darin beizutreten, daß auch bezüglich der Bezeichnung "Liberté" keine Besonderheiten vorliegen, die eine abweichende Würdigung gebieten. Insoweit beruft sich die Revision der Beklagten auf den Umstand, daß diese von der Beklagten zu 1 herge-

stellte Sektmarke ausschließlich an die Beklagte zu 2 geliefert werde, daß die Beklagte zu 2 unter der gleichen Bezeichnung auch eine Reihe anderer Spirituosen, darunter Doppelkorn und Steinhäger, anbiete und daß daher der Kundschaft unter der Bezeichnung "Liberté" ein ganzes Sortiment an Spirituosen im unmittelbaren örtlichen Nebeneinander auf den Verkaufsregalen entgegentrete. Ob indessen der Verkehr durch die Bezeichnung einer bestimmten Ware irregeführt wird, richtet sich in erster Linie nach der Auffassung derjenigen Käufer, die speziell diese Ware erwerben wollen. Soweit diese Käufer ihr Augenmerk lediglich auf den von ihnen gewünschten Sekt richten, werden sie aber durch den französischen Ausdruck "Liberté" ebenso irregeführt wie durch die anderen erörterten Bezeichnungen. Durch Umstände, die außerhalb der Aufmachung der gewünschten Ware liegen, könnte die Irreführung allenfalls dann ausgeschlossen werden, wenn der Käufer auf diese Umstände überhaupt achten und sich ferner klarmachen würde, daß sie seiner irrigen Auffassung entgegenstehen. Wenn das Berufungsgericht feststellt, daß dies im Streitfall bei einem nicht unerheblichen Teil des flüchtigen Verkehrs nicht angenommen werden kann, dann ist dies aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

f) Unbegründet ist endlich die Rüge der Beklagten, das angefochtene Urteil sei bezüglich der Bezeichnung "Renommée" nicht hinreichend begründet. Wenn diese Bezeichnung in der Aufzählung auf S. 35 der Entscheidungsgründe nicht erwähnt wird, dann handelt es sich dabei - wie aus dem Gesamtzusammenhang der Entscheidungsgründe hervorgeht - ersichtlich ebenso um ein Versehen wie bei dem Weglassen der Bezeichnung "Banquier" im Urteilstenor, zumal bezüglich beider Bezeichnungen keinerlei Besonder-

heiten ersichtlich sind (vgl. die ausdrückliche Anführung auch dieser Bezeichnungen S. 33 und 36 f des Urteils).

g) Einen ihrer Hauptangriffe richtet die Revision der Beklagten dagegen, daß das Berufungsgericht unter Übergehung von Sachvorbringen und Beweisantritten nicht genügend berücksichtigt habe, in welchem Umfang französische Bezeichnungen für deutschen Sekt Verwendung fänden. Der Umstand indessen, daß nach Behauptung der Beklagten zahlreiche deutsche Sekthersteller französische Bezeichnungen benutzen, könnte zwar möglicherweise zur Folge haben, daß diejenigen Verbraucher, die auf die Herkunft des Sektes Wert legen, sich nicht mehr allein an diesen Bezeichnungen orientieren, sondern zugleich auf sonstige entlokalisierende Angaben, insbesondere auf den seit 40 Jahren gebräuchlichen Zusatz "Deutscher Sekt" achten (s. dazu unten Ziff. III). Die Beklagten wollen aber aus diesem Umstand die weitergehende Folgerung ziehen, daß der Verkehr aus der sprachlichen Herkunft von Sektbezeichnungen überhaupt keine Rückschlüsse mehr ziehe, durch die Verwendung der strittigen Bezeichnungen also selbst dann nicht mehr irreführt werde, wenn diese für sich allein ohne jeden aufklärenden Zusatz verwendet würden.

Nach Auffassung des Berufungsgerichts enthält der Vortrag der Parteien keine ausreichenden Anhaltspunkte für diese weitgehende Folgerung. Die Gefahr der Irreführung eines nicht unerheblichen Teils der Verbraucherschaft könne - so führt es aus - erst dann ausgeschlossen sein, wenn der Marktanteil an Sekt mit französisch klingenden Bezeichnungen einen ganz erheblichen Umfang erreicht habe. Dies lasse sich nicht feststellen. Die Verbraucherschaft in Deutschland sei durch die großen deutschen Sektfirmen an deutsche Bezeichnungen für Sekt gewöhnt. Die Beklagten hät-

ten zwar 63 Hersteller genannt, die unter französischen Bezeichnungen deutschen Konsumsekt anböten, und ihren eigenen Umsatz in französischen Sektmarken auf 5,5 % des Gesamtumsatzes aller deutscher Hersteller beziffert. Maßgebend für eine Gewöhnung der Verbraucherschaft sei indessen nicht die Anzahl der Marken, sondern der Umfang ihrer Benutzung im Verkehr. Insoweit sei zu beachten, daß es sich nach der nicht substantiiert bestrittenen Behauptung des Klägers bei zahlreichen der erwähnten Bezeichnungen um sogenannte Hausmarken mit nur sehr begrenzter Verbreitung handele. Der von der Beklagten behauptete eigene Marktanteil sei zu gering und erst in den Jahren seit 1960 erworben worden, so daß eine Gewöhnung des Verkehrs noch nicht eingetreten sein könne.

Diese tatrichterlichen Ausführungen sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Ohne Rechtsirrtum legt das Berufungsgericht seiner Beurteilung einen strengen Maßstab zugrunde. Daß die Umwandlung geografischer Herkunftsbezeichnungen in eine Gattungsbezeichnung nur sehr zögernd zu bejahen und erst dann abgeschlossen ist, wenn allenfalls noch ein ganz unbeachtlicher Teil an der ursprünglichen Bedeutung festhält, ist in der Rechtsprechung anerkannt (BGH GRUR 1956, 270, 272 - Rügenwalder Teewurst; vgl. auch 1959, 365, 366 - Englisch Lavendel). Im Streitfall handelt es sich zwar nicht um geografische Herkunftsbezeichnungen und deren Umwandlung, sondern nur um mittelbare Herkunftsangaben. Es wurde aber bereits ausgeführt, daß es angesichts der allgemeinen Bekanntheit und Beliebtheit französischen Sekts besonders naheliegt, auf diesem Gebiet aus der Benutzung französischer Ausdrücke auf die Herkunft aus Frankreich zu schließen. Zur Vermeidung von Irreführung erscheint es daher geboten, an die Feststellung, daß derartige Ausdrücke infolge allgemeinen umfang-

reichen Gebrauchs nicht mehr geeignet sind, Herkunftsvorstellungen auszulösen, strenge Anforderungen zu stellen (vgl. auch Baumbach/Hefermehl aaO Anm. 94 zu § 3 UWG, wo darauf hingewiesen wird, daß eine Irreführung des Verbrauchers infolge langjähriger Gewöhnung an ausländische Aufmachungen nur selten ausgeschlossen sein dürfte).

Das Berufungsgericht brauchte auch keine Beweise über den Umfang des Gebrauchs französischer Bezeichnungen für deutschen Sekt zu erheben; denn es konnte - wie die Revision der Beklagten selbst unter Hinweis auf BGH GRUR 1966, 38, 41 - Centra hervorhebt - an Hand der vorgetragenen Angaben selbst prüfen, ob diese Angaben bei Anlegung des gebotenen strengen Maßstabes überhaupt ausreichende Rückschlüsse zulassen. Dies hat es in rechtlich bedenkenfreier Weise getan. Im übrigen hatten die Beklagten es im Anschluß an eine Erwägung des Landgerichts Düsseldorf selbst als auf der Hand liegend bezeichnet, daß die Verbraucher, wenn sie bei Schaumwein französischen Bezeichnungen begegneten, mit der Möglichkeit rechneten, daß der so gekennzeichnete Schaumwein aus Deutschland oder aus Frankreich stamme (Bl. 14 des Schriftsatzes vom 4. März 1968; vgl. auch S. 13 des Schriftsatzes vom 11. Oktober 1966).

III. Sind nach alledem die strittigen Bezeichnungen für sich allein betrachtet geeignet, bei einem nicht unerheblichen Teil des Verkehrs irrige Vorstellungen über die Herkunft des Sekts hervorzurufen, dann bleibt lediglich zu prüfen, ob diese Irreführung durch entlokalisierende Zusätze ausgeräumt werden kann. Dazu vertreten die Parteien in ihrer beiderseitigen Revisionen verschiedene Standpunkte. Die Beklagten halten solche entlokalisierenden Zusätze ebenso wie das Berufungsgericht für grundsätzlich geeignet und wenden sich in ihrer Revision insoweit lediglich gegen die

Würdigung des Berufungsgerichtes, die vorhandenen Zusätze reichten nicht aus. Der Kläger folgt hingegen der Auffassung des Landgerichts und macht geltend, daß jedenfalls dann, wenn die strittigen Bezeichnungen als alleiniger Blickfang herausgestellt würden, entlokalisierende Zusätze eine Irreführung nicht auszuräumen vermöchten. Es sei - so meint er - überhaupt kein schutzwürdiges Interesse daran anzuerkennen, zur Kennzeichnung deutscher Waren französische Bezeichnungen wählen zu dürfen, deren irreführende Wirkung dann durch besondere Zusätze ausgeschlossen werden müsse.

Die Rechtsprechung hat die Möglichkeit, die irreführende Wirkung einer Werbung durch aufklärende Zusätze zu beseitigen, bei Beschaffenheitsangaben nur zurückhaltend in Sonderfällen anerkannt (vgl. BGH GRUR 1960, 567, 570 - Kunstglas; 1968, 200 - Acrylglas; 1967, 600 - Kunststoffurnier; BGHZ 13, 244, 258 - Cupresa-Seide; Baumbach/Heffermehl aaO Anm. 62, 69 ff zu § 3 UWG). Was den hier in Rede stehenden Schutz gegen Herkunftstäuschung anbelangt, so ist zunächst von Bedeutung, daß es sich lediglich um mittelbare Herkunftsangaben handelt, bei denen der Verkehr erst auf Grund gedanklicher Überlegungen auf die geografische Herkunft schließt. Bei derartigen Angaben ist anerkannt worden, daß Zusätze eher eine entlokalisierende Kraft entfalten können (RG MuW 1935, 236, 238 - Weinbrand; BGH GRUR 1956, 187, 188 - English Lavender; 1958, 185, 187 - Wyeth mit Anm. von Bußmann; 1963, 589, 591 - Lady Rose; BGHZ 44, 16, 22 - de Paris; vgl. auch GRUR 1965, 676, 679 - Nevada Skibindung; ferner Baumbach/Heffermehl aaO Anm. 101 zu § 3 UWG; Beier aaO S. 238; Ulmer, GRUR Ausl. 1962, 273, 280; v. Moser, GRUR Ausl. 1962, 381, 382). Diese Möglichkeit ist auch bei der Werbung mit

französischen Bezeichnungen für deutschen Sekt angenommen worden (vgl. LG Düsseldorf WRP 1961, 44, 46 - Château; OLG Düsseldorf GRUR Ausl. 1967, 105, 106 - Chandon mit kritischer Anm. von Brogsitter; ebenso OLG München in einem unveröffentlichten Urteil 6 U 2631/66 vom 9. Februar 1967). Diese Annahme, der das Berufungsgericht folgt, ist nach Meinung des Klägers schon deshalb bedenklich, weil - wie das Berufungsgericht selbst bemerke - sogar eindeutige entlokalisierende Zusätze noch nicht ohne weiteres die irrige Annahme ausschließen, daß die französische Bezeichnung auf eine Verbindung des deutschen Herstellers mit einem französischen Unternehmen hinweise und daß demgemäß der deutsche Hersteller an den Erfahrungen der französischen Sektherstellung partizipiere. Auch dürfe, so meint die Revision des Klägers, die Gefahr nicht außer acht bleiben, daß Zusätze zu Getränkemarken beim Gebrauch in Gaststätten unbemerkt blieben oder auf Preislisten und Getränkekarten nur verkürzt wiedergegeben oder fortgelassen würden. Diese zuletzt genannte Gefahr hat indessen bereits das Weingesetz in der noch geltenden Fassung durch die Vorschrift einzudämmen versucht, daß der Hinweis "Deutscher Sekt" auch in Preislisten, Weinkarten und dergleichen aufzunehmen ist, was nach der unwiderlegten Darstellung der Beklagten in der Werbung der Beklagten und der von ihnen belieferten Einzelhändler beachtet wird. Ferner fällt in diesem Zusammenhang der Vortrag der Beklagten ins Gewicht, daß der Verkehr nicht nur an den Gebrauch französischer Bezeichnungen für deutschen Sekt, sondern bereits seit 60 Jahren daran gewöhnt sei, auf die vom Gesetzgeber vorgeschriebene besondere Kennzeichnung "Deutscher Sekt" zu achten, und sich daher nicht mehr allein auf die Marke verlasse. Sollte dies zutreffen - insoweit enthält das angefochtene Urteil keine nachprüf- baren Feststellungen - dann erschiene das vom Kläger er-

strebte generelle Verbot der blickfangmäßigen Verwendung französischer Bezeichnungen schwerlich gerechtfertigt.

Der Streitfall nötigt nicht zu einer abschließenden Beurteilung dieser Problematik. Da sich die Möglichkeit, eine Irreführung durch entlokalisierende Zusätze auszuschließen, nicht von vornherein und ohne weiteres verneinen läßt, kann ein Rechtsschutzbedürfnis für das vom Kläger erstrebte generelle Verbot nicht anerkannt werden. Vielmehr ist daran festzuhalten, daß das Verbot der irreführenden Verwendung einer Herkunftsangabe auf die konkrete Verletzungsform zu beschränken ist und daß die etwaige Möglichkeit, die Herkunftsangabe durch einen Zusatz zu entlokalisieren, im Unterlassungsgebot nicht zu berücksichtigen ist (so für den Regelfall ausdrücklich BGH GRUR 1956, 187 - English Lavender unter Bestätigung von RGZ 143, 175, 188 - Whisky). Denn die Frage, ob und welchen Zusätzen entlokalisierende Wirkung zukommen könnte, läßt sich in der Regel nur jeweils von Fall zu Fall im Blick auf diese konkrete Verletzungsform zureichend beurteilen. Schon aus diesem Grunde mußte das generalisierende Verbot des Berufungsgerichtes unter Zurückweisung der weitergehenden Revision des Klägers abgeändert und die Beurteilung auf die mit den Hilfsanträgen angegriffenen konkreten Etiketten abgestellt werden, wobei naturgemäß eine Gestaltung der Etiketten entsprechend der im Teilvergleich übernommenen Unterlassungspflichten der Beklagten zugrunde zu legen ist.

Das Berufungsgericht ist bei der Prüfung der konkreten Etiketten zu dem Ergebnis gelangt, daß die vorhandenen Zusätze nicht ausreichten, um die aus der blickfangmäßigen Verwendung der strittigen Ausdrücke folgende Irre-

führung auszuräumen. Wenn es dabei an die Deutlichkeit und Unübersehbarkeit der Zusätze strenge Anforderungen stellt, dann befindet es sich damit in Einklang mit den Grundsätzen, welche die Rechtsprechung zur Beurteilung der Blickfangreklame entwickelt hat. Die Rechtsprechung hat wiederholt betont, daß bei blickfangmäßiger Herausstellung von Werbeangaben der Blickfang als solcher nicht irreführend sein darf (BGH GRUR 1957, 274, 275 - nach Maß; vgl. GRUR 1958, 485, 487 - Odol), daß Richtigstellungen im weiteren Inhalt einer Anzeige nicht ohne weiteres ausreichen (BGH GRUR 1962, 411, 412 - Watt; 1968, 200, 204 - Acrylglas) und daß die Wirkung einer Warenbezeichnung unabhängig von der aufklärenden Begleitwerbung zu beurteilen sein kann (BGH GRUR 155, 251 - Silberal). Dieser strenge Maßstab erscheint nach den rechtsirrtumsfreien Ausführungen des Berufungsgerichts auch deshalb geboten, weil infolge der zunehmenden wirtschaftlichen Verflechtung Europas eine verwirrende Fülle an ausländischen Erzeugnissen und Bezeichnungen auf den Verbraucher zukommt und weil daher der flüchtige Betrachter erwarten kann, daß ihn der deutsche Hersteller, der fremdsprachige Bezeichnungen glaubt mitverwenden zu müssen, wirklich eindeutig und offensichtlich über die Herkunft der so gekennzeichneten Ware aufklärt. Soweit die Angabe "Deutscher Sekt" zur Aufklärung geeignet erscheint, ist zu berücksichtigen, daß sie räumlich getrennt von dem Blickfang der Marke angeordnet und erheblich kleiner und unauffälliger als dieser ausgeführt ist. Wenn das Berufungsgericht unter diesen Umständen weder die Angabe "Deutscher Sekt" noch die sonstigen deutschsprachigen Angaben auf den Etiketten als ausreichende entlokalisierende Zusätze ansieht, dann ist diese tatrichterliche Würdigung aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Aus der Weinbrand-Entscheidung des Reichsgerichts (MuW 1935, 236, 238) läßt sich schon deshalb nichts zugunsten der Beklagten herleiten, weil dort die Angabe "Deutscher

Weinbrand" nicht nur auf dem Randstreifen, sondern erneut als Blickfang in gleicher Größe wie der französische Firmenname erschien und zudem eindeutige deutsche Markenbezeichnungen verwendet wurden.

Nach alledem war unter teilweiser Abänderung des angefochtenen Urteils das Verbot entsprechend den Hilfsanträgen auf die konkret benutzten Etiketten abzustellen und im übrigen unter Zurückweisung der Revisionen der Parteien die weitergehende Klage abzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf den §§ 92, 97 ZPO.

Krüger-Nieland

Sprenkmann

Simon

Merkel

Gamm