

2534 002

Gesetz: WZG § 11 Abs. 1 Nr. 3

Rechtssatz: Ein Warenzeichen kann im Sinne des § 11 Abs. 1 Nr. 3 WZG auch dadurch unrichtig und irreführend werden, daß es infolge Verwechslungsfähigkeit mit einem anderen Zeichen Gütevorstellungen für die mit dem Zeichen gekennzeichneten Waren erweckt, die für diese Waren nicht zutreffen, sondern nur durch das verwechselte Zeichen vermittelt werden. Dazu genügt indessen keine allgemeine Wertschätzung solcher Waren. Von einer inhaltlichen Unrichtigkeit kann erst dann die Rede sein, wenn sich die Gütevorstellung zu einer konkret umrissenen Vorstellung über bestimmte Qualitätsmerkmale verdichtet hat.

Stichwort: Triumph

Aktenzeichen: I ZR 85/57

-I. Landgericht Regensburg

Urt. des BGH v. 11. Juli 1958

II. OLG Nürnberg

7
I ZR 85/57

Verkündet am 11. Juli 1958
Grunau, Justizobersekretär
als Urkundsbeamter der
Geschäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

der offenen Handelsgesellschaft Firma S [REDACTED] &
B [REDACTED], Exportgesellschaft in H [REDACTED] ([REDACTED]), vertreten
durch ihre Gesellschafter Dr. Herbert B [REDACTED], Kurt
B [REDACTED] und Fritz S [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

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

gegen

die Firma T [REDACTED] KG in R [REDACTED], F [REDACTED], vertre-
ten durch die persönlich haftende Gesellschafterin
Irmgard T [REDACTED] geb. A [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs
auf die mündliche Verhandlung vom 11. Juli 1958
unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Birnbach,
Dr. Bock, Dr. Weiß, Dr. Spreng und Dr. Löscher

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das Urteil
des 3. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Nürnberg
vom 7. März 1957 wird auf Kosten der Klägerin
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

- 2 -

Tatbestand:

Die Klägerin stellt seit Jahrzehnten u.a. Niederwaren her, die sie unter der Bezeichnung "Triumph" vertreibt. Sie ist Inhaberin zahlreicher "Triumph"-Warenzeichen, darunter zweier Wortzeichen, von denen das eine im Jahre 1902 für Korsetts und deren Bestandteile (Nr. 56853) und das andere im Jahre 1934 für Bademäntel und Waschlappen aus Frottierstoff (plüschartige Gewebe) (Nr. 462783) eingetragen wurden, sowie eines in Schreibschrift ausgeführten weiteren Wortzeichens, das sie sich im Jahre 1935 für verschiedene Frottierstofferzeugnisse registrieren ließ (Nr. 496347). Im Dezember 1951 meldete sie ferner zwei kombinierte Wortbildzeichen mit dem Wortbestandteil "Triumph" für folgende Waren an: "Bekleidungsstücke, Leibwäsche, Miederwaren nämlich Mieder, Korsetts, Korseletts, Hüfthalter, Hüftformer, Strumpfhaltergürtel, Tanzgürtel, Büstenhalter sowie die Bestandteile dieser Niederwaren, Schlüpfer; Strumpfwaren, gewirkte und gestrickte Bekleidungsstücke" (Nr. 639 535 und 642 190). Außer diesen Zeichenrechten macht die Klägerin ferner Ausstattungsrechte an der Bezeichnung "Triumpf" geltend und beansprucht deren Schutz als "Firmenschlagwort". Ihre vielgestaltige Werbung für Niederwaren unter dieser Bezeichnung hat insbesondere seit dem Jahre 1951 ein erhebliches Ausmaß erreicht.

Die Beklagte, die im Herbst 1954 unter der Firmenbezeichnung "T[REDACTED]-Lederkleidung T[REDACTED] KG" gegründet wurde, stellt Lederbekleidung her. Bei deren Vertrieb verwendet sie ein Zeichen, das aus dem in Schreibschrift wiedergegebenen Wort "T[REDACTED]" als Blickfang



und einem in kleinerer Schrift darunter gesetzten Zusatz "Lederkleidung" sowie einem Sternchen besteht. Dies Zeichen wurde Anfang 1952 von einer anderen Firma, deren Geschäftsbetrieb die Beklagte fortführte, angemeldet und während des Rechtsstreites gegen den Widerspruch der Klägerin unter Nr. 693 462 zu Gunsten der Beklagten in die Zeichenrolle eingetragen, und zwar für wetterfeste Lederbekleidung, nämlich Motorrad- und Rollerkleidung aus Leder, Ledermäntel und Lederhosen.

Die Klägerin hat Klage auf Unterlassung, Rücknahme der Zeichenanmeldung und Löschung der Firma sowie auf Auskunft und Feststellung der Schadensersatzpflicht erhoben. Sie erblickt in dem Vorgehen der Beklagten eine rechtswidrige und schuldhaftige Verletzung ihrer Warenzeichen-, Ausstattungs-, Geschäftskennzeichen- und Namensrechte sowie eine Verwässerung der wertvollen "Triumph"-Bezeichnung, die sie seit mehr als 50 Jahren, insbesondere seit den zwanziger Jahren in erheblichem Umfang benutzt habe und deren außerordentliche Bekanntheit durch eine Marktbefragung nachgewiesen worden sei. Sie hält die Zeichen für verwechslungsfähig und die beiderseitigen Waren als Bekleidungsstücke für gleichartig, zumal die Beklagte nicht nur die eingetragene Wetterkleidung, sondern auch modisch-taillierte Lederkleidung aus Wildleder unter Verwendung von Textilien herstelle. Spätestens durch das am 10. September 1952 eingeleitete Widerspruchsverfahren vor dem Patentamt sei die Beklagte bzw. ihre Vorgängerin auf das Rechtswidrige ihres Tuns hingewiesen worden.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt. Nach ihrer Ansicht sollen die unterschiedlichen Zeichen namentlich auch mit Rücksicht auf den Zusatz "Lederkleidung" nicht verwechslungsfähig und die beiderseitigen Waren - wie auch das Patentamt ausgeführt habe - nicht gleichartig sein. Sie bestreitet, daß sich das Klagezeichen, welches nicht einmal in der Firma der Klägerin enthalten sei und welches die Klägerin nur für Niederwaren und nicht für ihre sämtlichen Erzeugnisse benutze, im Verkehr als Firmenschlagwort durchgesetzt habe. Das von Haus aus wenig kennzeichnungskräftige Klagezeichen werde durch eine Reihe weiterer "Triumph"- und "T[REDACTED]"-Zeichen geschwächt. Im Verkehr sei es erst seit 1951 im Zuge der früher unüblichen indiskreten Propagierung überbetonter weiblicher Formen und verstärkt seit 1954 herausgestellt worden. Jedenfalls seien etwaige Rechte der Klägerin verwirkt, da das angegriffene Zeichen von der früheren Anmelderin seit Kriegsende, insbesondere seit 1948 jahrelang unbeanstandet in ansehnlichem Umfang benutzt worden sei. Der Vorwurf schuldhaften Handelns sei keinesfalls berechtigt, da sich die Beklagte auf die Beurteilung des Patentamtes habe verlassen können.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen.

Nachdem die Beklagte die Worte "T[REDACTED]-Lederkleidung" während des zweiten Rechtszuges aus ihrer Firma entfernt hat, haben die Parteien den Rechtsstreit insoweit in der Hauptsache für erledigt erklärt. Die Beklagte hat noch behauptet, sie verwende das angegriffene Zeichen nur für wetterfeste Lederkleidung, während sie für modische Artikel das Zeichen "G[REDACTED]-Wildlederkleidung" benutze.

Die Klägerin hat in der Berufungsinstanz beantragt,
unter Aufhebung des angefochtenen Urteils

I. Die Beklagte zu verurteilen,

- 1.) es bei Vermeidung von Strafen zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Lederbekleidungsstücke oder ihre Verpackung oder Ankündigungen, Preislisten, Geschäftsbriefe, Empfehlungen, Rechnungen oder dgl. mit dem Wort "T [REDACTED]", insbesondere mit dem auf Seite 2 der Klageschrift wiedergegebenen Warenzeichen zu versehen sowie derartig gekennzeichnete Waren in Verkehr zu bringen oder feilzuhalten;
- 2.) in die Löschung des am 2. August 1956 in die Zeichenrolle des Deutschen Patentamtes eingetragenen Warenzeichens 693 462, Wortbildzeichen wie unter Ziffer I 1) einzuwilligen;
- 3.) der Klägerin darüber Auskunft zu erteilen, in welchem Umfange sie die zu Ziffer I 1) gekennzeichneten Handlungen begangen habe, und zwar unter Vorlage eines Verzeichnisses;

II. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet sei, der Klägerin sämtlichen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die unter Ziffer I 1) gekennzeichneten Handlungen entstanden sei und noch entstehe.

Das Berufungsgericht hat die Berufung der Klägerin zurückgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre Klageansprüche weiter. Die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I.

Das Berufungsgericht hat die geltendgemachten Ansprüche unter allen in Betracht kommenden rechtlichen Gesichtspunkten gewürdigt. Warenzeichen- und Ausstattungsrechte der Klägerin sollen nach seiner Ansicht schon deshalb nicht verletzt sein, weil die beiderseitigen Kennzeichen nicht verwechslungsfähig seien. Auf die hiergegen gerichteten Angriffe der Revision braucht in diesem Zusammenhang nicht eingegangen zu werden. Denn zeichenrechtliche Ansprüche müssen jedenfalls deshalb ausscheiden, weil die beiderseitigen Waren nicht gleichartig sind.

Zur Frage der Warengleichartigkeit hat sich das Berufungsgericht in anderem Zusammenhang ausführlich geäußert (BU S. 26 und insbesondere S. 18 ff). Als Waren der Klägerin hat es dabei ersichtlich nur Niederwaren und die aus Frottiergewebe hergestellten Artikel berücksichtigt, die im Warenverzeichnis der drei älteren Klagezeichen eingetragen sind. Auf diejenigen Waren, die für die beiden im Jahre 1951 angemeldeten Zeichen zusätzlich eingetragen wurden, nämlich Bekleidungsstücke, Leibwäsche, Schlüpfer und Strumpfwaren ist es mit Recht nicht eingegangen. Denn die Klägerin hat selbst nicht behauptet, derartige Artikel bisher hergestellt und vertrieben zu haben. Bekleidungsstücke, Leibwäsche, Schlüpfer und Strumpfwaren stellen sich demnach abgesehen von Niederwaren und Frottierzeugnissen für die Klägerin entweder als sog. Abwehrwaren

oder Vorratswaren dar. Nach ständiger Rechtsprechung des Senats scheiden Abwehrwaren bei der Prüfung der Waren-gleichartigkeit aus und sind Vorratswaren insoweit grundsätzlich nicht zu berücksichtigen, wie der Zeichen-inhaber die Absicht der Ausdehnung seines Geschäftsbe-triebes auf diese Waren nicht dargetan hat (GRUR 1956, 172, 175 - Magirus, GRUR 1957, 287, 288 - Plasticum-männchen). Eine derartige Absicht ist weder vom Berufungs-gericht festgestellt noch von der Klägerin substantiiert behauptet worden. Die beiläufige Behauptung, die Klägerin habe "früher auch Oberbekleidung usf. hergestellt und beabsichtige, diese Produktion auch wieder aufzunehmen", (Schriftsatz vom 19. September 1956 S. 12) reicht hierfür angesichts der Tatsache nicht aus, daß die Klägerin trotz der bereits Ende 1951 vorgenommenen Anmeldung, also in mehr als fünf Jahren die Herstellung derartiger Waren nicht aufgenommen hat. Im Zusammenhang mit dem Vortrag über die beiden jüngeren Klagezeichen (aaO S. 32) hat die Klägerin eine Produktionsabsicht überhaupt nicht erwähnt.

Ebenso wie die beiden Instanzen des Patentamtes und das Landgericht hat auch das Berufungsgericht Waren-gleichartigkeit zwischen Niederwaren und aus Frottier-geweben hergestellten Erzeugnisse einerseits und der von der Beklagten hergestellten Lederkleidung andererseits verneint. Das Patentamt hatte dabei nur die zu Gunsten der Beklagten eingetragene wetterfeste Lederbekleidung zu berücksichtigen, während das Berufungsgericht vor-sorglich auch die von der Beklagten vertriebene modische Wildlederkleidung einbezogen hat, obwohl die Beklagte nach ihrer Behauptung insoweit das Zeichen "G" verwendet.

Derartige Lederbekleidung nehme - so führt das Berufungsgericht aus - nach der Verkehrsanschauung sowohl nach der Art des verarbeiteten Materials und dem Verarbeitungsprozeß wie auch nach den Geschäften, in denen sie feilgehalten werde, eine Sonderstellung ein. Es handele sich um eine ausgesprochene Spezialkleidung für Personen, die aus besonderen Gründen auf eine wind- und wetterfeste, wärmende, zweckentsprechende, kleidsame, starker Beanspruchung standhaltende Kleidung angewiesen seien. Wetterfeste und modische Lederkleidung werde im allgemeinen in Spezialgeschäften gehandelt, vorzugsweise in Sportgeschäften oder in besonderen Lederbekleidungsgeschäften, in der Regel aber nicht in Geschäften, die allgemein Herren- oder Damenkleidung oder beides führten. Dabei sei es unerheblich, ob Zutaten aus Textilien verwertet oder ob die Kleidungsstücke auf Taille gearbeitet würden. Von dieser Lederbekleidung seien die Waren der Klägerin derartig verschieden, daß die beteiligten Verkehrskreise nicht auf den Gedanken kommen würden, zwischen den Herstellern könnten wirtschaftliche oder organisatorische Beziehungen bestehen. Denn bei Miederwaren und bei Erzeugnissen der Frottierweberei werde ein ganz anderes, wiederum spezielles Material verwendet, der Fabrikationshergang sei ein ganz besonderer und der Verwendungszweck ein anderer. Während Lederkleidung ganz überwiegend von Männern getragen werde, seien die Interessenten für die Waren der Klägerin nahezu ausschließlich Frauen.

Diese im wesentlichen tatsächlichen Ausführungen des Berufungsgerichtes stehen im Einklang mit der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs. Danach haben bei der Abgrenzung des Warengleichartigkeitsbereiches im Sinne des Warenzeichengesetzes sowohl das Ausmaß der

Verkehrsgeltung wie auch der Umfang der Verwechslungsfähigkeit der Vergleichszeichen außer Betracht zu bleiben. Entscheidend ist allein, ob die miteinander zum Vergleich stehenden Waren ihrer wirtschaftlichen Bedeutung und Verwendungsweise nach, insbesondere auch hinsichtlich ihrer regelmäßigen Fabrikations- und Verkaufsstätten, so enge Berührungspunkte haben, daß der Schluß nahe liegt, die unter der gleichen oder einer verwechslungsfähigen Kennzeichnung vertriebenen Waren entstammten dem gleichen Geschäftsbetrieb (BGH GRUR 1954, 457, 458 - Irus/Urur; GRUR 1955, 487, 488 - Alpha; insbesondere BGHZ 19, 23, 25 - Magirus; GRUR 1957, 287, 288 - Plasticummännchen; Urt.v. 14. Februar 1958 - I ZR 3/57 - Ankerzeichen; Urt.v. 6. Juni 1958 - I ZR 78/57 - Kronenmarke).

Entgegen der Ansicht der Revision genügt dazu noch nicht der Umstand, daß die beiderseitigen Waren unter dem gemeinsamen Oberbegriff "Bekleidungsstücke" zusammengefaßt werden können, da nicht alle Bekleidungsstücke ohne weiteres untereinander gleichartig im Sinne des Zeichenrechtes sind. Wohl ist der Revision darin zuzustimmen, daß maßgebend die Auffassung der als Käufer in Betracht kommenden Verkehrskreise ist, d.h. also aller Bevölkerungsschichten. Dies hat aber auch das Berufungsgericht entgegen der Ansicht der Revision nicht verkannt. Wenn es dabei die Verkehrsauffassung auf Grund des Verhandlungsergebnisses nach eigener Anschauung festgestellt und nicht gemäß § 139 ZPO weitere Ermittlungen angeregt hat, dann ist dies rechtlich nicht zu beanstanden. Zu Unrecht rügt die Revision, das Berufungsgericht habe bei seinen Feststellungen die offenkundigen Tatsachen außer acht gelassen

(§ 286 ZPO), daß heutzutage die beiderseitigen Waren - namentlich auch modische Wildlederkleidung und Niederwaren - nicht selten in den gleichen Geschäften geführt würden, und es habe ferner verkannt, daß sich die Käufer und Verbraucherkreise von Lederkleidung und Niederwaren nicht trennen ließen. Das Berufungsgericht hat keineswegs festgestellt, daß die beiderseitigen Waren ausschließlich in gesonderten Geschäften angeboten und immer nur für verschiedene Verbraucher- und Käuferkreise in Betracht kommen würden. Sondern es hat lediglich dargelegt, Lederbekleidung werde im "allgemeinen" in Spezialgeschäften und "in der Regel" nicht in Bekleidungsgeschäften gehandelt. Verbraucher seien "überwiegend" Männer und nur "selten" Frauen. Es hat also durchaus gewisse Überschneidungen erkannt. Es hat sie aber ohne Rechtsirrtum nicht für ausschlaggebend angesehen. Denn im allgemeinen wird der Verkehr aus solchen Überschneidungen erst dann Schlüsse ziehen, wenn sie mit einiger Häufigkeit und Regelmäßigkeit auftreten (vgl. Urt.v. 6. Juni 1958 - I ZR 78/57

/- Kronenmarks 7 für Krawatten und Herrenhüte im Hinblick auf sog. "Herrenausstatter" - Geschäfte), was das Berufungsgericht ohne Verstoß gegen Erfahrungssätze oder offenkundige Tatsachen nicht festgestellt hat. Zudem genügt eine Identität der Verbraucherkreise und ein Zusammentreffen der Waren in den gleichen Geschäften dann noch nicht ohne weiteres, wenn Verwendungszweck, verarbeitetes Material und regelmäßige Fabrikationsstätte unterschiedlich sind. Denn der Verkehr ist daran gewöhnt, daß in demselben Geschäft Waren verschiedener Hersteller für verschiedene Bedürfnisse derselben Verbraucherschaft angeboten werden; seine Vorstellungen über Warengleichartigkeit im dargelegten Sinne bestimmen sich in erster Linie danach, ob die Waren tatsächlich regelmäßig im gleichen Betrieb

hergestellt werden (vgl. Urt.v. 14. Februar 1958
- I ZR 3/57 - Ankerzeichen). Insoweit vermag auch die
Revision nichts darzutun.

II.

1.) Auf die Gleichartigkeit der beiderseitigen Waren kommt es dann nicht ausschlaggebend an, wenn das Warenzeichen "Triumph" zugleich Kennzeichen des Unternehmens der Klägerin geworden ist. Solchen Zeichen gebührt nach allgemeiner Rechtsauffassung auch ein Schutz aus § 16 UWG und § 12 BGB, der es gestattet, nicht nur gegen die firmenmäßige, sondern auch gegen die warenzeichenmäßige Benutzung eines jüngeren Zeichens einzuschreiten, vorausgesetzt, daß Verwechslungsgefahr in Bezug auf die Herkunftsstätte besteht. Zutreffend geht das Berufungsgericht davon aus, daß dieser Schutz erst dann eingreife, wenn das Klagezeichen nach der Verkehrsauffassung Namensfunktion erlangt habe. Denn § 16 UWG und § 12 BGB schützen kraft bloßer Ingebrauchnahme nur den Namen, die Firma oder solche Geschäftsbezeichnungen, die ebenso wie der Name oder die Firma dazu bestimmt und geeignet sind, das Erwerbsgeschäft zu benennen, die also eine Namensfunktion ausüben (vgl. BGHZ 8, 387 - Fernsprechnummer). Das Wort "Triumph" ist aber nicht einmal als Bestandteil in der Firma der Klägerin enthalten. Es ist als Warenzeichen eingetragen worden und dient als solches dazu, die Herkunft der Niederwaren aus dem Geschäft der Klägerin zu kennzeichnen, jedoch nicht zur namensmäßigen Bezeichnung des Geschäftes selbst. Die Klägerin behauptet zwar, daß sie das Zeichen "Triumph" zugleich als "Firmenschlagwort" benutze. Ein solches aus einem Warenzeichen hergeleitetes Schlagwort, das weder Firmenbestandteil ist noch sonst seiner Natur nach

namensmäßig zu wirken geeignet ist, kann aber ebenso wie Firmenabkürzungen erst dann gemäß §§ 16 UWG, 12 BGB selbständig geschützt werden, wenn die beteiligten Verkehrskreise sich daran gewöhnt haben, dies Wort als den Namen der Klägerin aufzufassen. Es muß Verkehrsgeltung in dem Sinne erworben haben, daß jedenfalls ein nicht unbedeutender Teil des Verkehrs in ihm die Bezeichnung eines bestimmten Unternehmens erblickt, also nicht nur das Kennzeichen für "Triumph"-Mieder, sondern den Namen für die "Triumph-Werke" (vgl. BGHZ 4, 167 - DUZ, GRUR 1954, 70, 71 - Rohrbogen, BGHZ 11, 214 - Kaufhaus für alle, BGHZ 15, 107, 109 - Koma, GRUR 1957, 87 - Meisterbrand).

Das Berufungsgericht hat sich nicht davon zu überzeugen vermocht, daß das Klagezeichen eine derartige über die zeichenrechtliche hinausgehende, namensmäßige Kennzeichnungskraft erlangt habe. Mit Recht hat es dabei die Art des gewählten Zeichens und seiner Benutzung als erheblich erachtet. Es hat dazu ausgeführt, die Bezeichnung "Triumph", die der Umgangssprache entnommen sei, die bei Reimer (Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht 3. Aufl. 20. Kapitel Anm. 1) sogar als Freizeichen erwähnt und die von zahlreichen Unternehmen benutzt werde, besitze von Haus aus keine individualisierende Unterscheidungskraft, sie ermengele insbesondere der namensmäßigen Kennzeichnungskraft. Darüber hinaus benutze die Klägerin verschiedene "Schlagworte" für ihre verschiedenen Färbzeugnisse, indem sie ihre Miederwaren unter dem Zeichen "Triumph" anbiete, hingegen für ihre Frottierzeugnisse aller Art mit der Bezeichnung "Solfina" werbe. Dies schließt, wie auch das Berufungsgericht nicht verkennt,

eine Anwendung des § 16 UWG nicht schlechthin aus, denn eine Bezeichnung kann sich auch unter solchen Umständen im Verkehr zum Kennwort für einen Geschäftsbetrieb entwickeln. Diese Entwicklung vollzieht sich freilich erfahrungsgemäß leichter bei Schlagworten, die kennzeichnungskräftig und einmalig sind und vom Betriebsinhaber beim Vertrieb seiner gesamten Erzeugnisse verwendet werden. Unter Verhältnissen, wie sie das Berufungsgericht im Streitfall festgestellt hat, wird sich hingegen der Verkehr weniger leicht daran gewöhnen, in der gewählten Bezeichnung das Kennwort für den Betrieb selbst zu erblicken. Mehr will das Berufungsgericht daraus offenbar nicht herleiten. Mißverständlich könnte lediglich der Satz sein (BU S. 15 f), die Benutzung verschiedener Schlagworte für verschiedene Erzeugnisse eines Herstellers spreche dafür, daß der Hersteller dem Schlagwort selbst nur warenzeichenmäßige Kennzeichnungskraft beimesse. Mit Recht weist die Revision darauf hin, daß es auf die subjektiven Absichten des Herstellers nicht ankomme und daß die Benutzung verschiedener Warenzeichen der Entwicklung eines dieser Zeichen zum Geschäftskennwort nicht notwendig entgegenstehe (vgl. BGH GRUR 1957, 87 - Meisterbrand). Mißverständlich könnte es ferner sein, wenn das Berufungsgericht im anderen Zusammenhang (BU S. 21) seine Ansicht, der Verkehr fasse die Bezeichnung "Triumph" nicht als Namen für das Unternehmen der Klägerin auf, damit begründet, die Bezeichnung "Triumph" werde von allzu vielen Unternehmungen verwendet und zeichne sich nicht durch genügende Eigenart aus. Zutreffend bemerkt die Revision dazu, daß eine Bezeichnung auch dann gemäß §§ 16 UWG, 12 BGB als Firmenkennwort Schutz genießen könne, wenn sie für verschiedene

Firmen benutzt werde. Der Umstand, daß es beispielsweise ein "Triumph-Fahrrad-Werk" gibt, schließt nicht aus, daß der Verkehr auf dem Bekleidungssektor in der Bezeichnung "Triumph" den Namen der Klägerin sieht. Dies alles hat das Berufungsgericht aber auch nicht verkannt. Aus dem Gesamtzusammenhang der Urteilsgründe ergibt sich vielmehr, daß es dem Klagezeichen deshalb nicht den Schutz der §§ 16 UWG, 12 BGB zubilligen will, weil dieses eine Verkehrsgeltung in dem zuvor erörterten Sinn tatsächlich nicht erlangt habe, wobei die dargelegten Umstände lediglich als Erschwernisse bei der Erringung dieser Verkehrsgeltung gewertet werden.

Die Klägerin hat im Berufungsrechtszug unter Hinweis auf die Rauchfang-Entscheidung RGZ 171, 30 in rechtlicher Hinsicht ausgeführt, für eine bestimmte Bezeichnung könne der Schlagwortschutz des § 16 Abs. 1 UWG dem UWG dann in Anspruch genommen werden, wenn "die Bezeichnung eine herkunftskennzeichnende und damit individualisierende Wirkung habe" (Berufungsbegründung S. 3).

Um das Vorliegen dieser Voraussetzung in tatsächlicher Hinsicht dazutun, hat die Klägerin vorgetragen, daß ihre Bezeichnung "Triumph" "eine altbekannte, berühmte, das durchschnittliche Warenzeichen an Bedeutung weit überragende Kennzeichnung" sei. Abgesehen davon, daß dies nach Ansicht der Klägerin gerichtsbekannt war, hält sie den Beweis für diese Behauptung durch folgende bereits in erster Instanz vorgelegten Unterlagen für erbracht: 1. durch den Nachweis für Art und Umfang der Werbung in den Jahren 1951 bis 1955 (Klageschrift S. 4, Anl. 4) und 2. durch den Bericht der Gesellschaft

für Konsumforschung e.V. und des Instituts für Absatz- und Verbraucherforschung an der Hochschule für Wirtschafts- und Sozialfragen in N. über "Die Bekanntheit der Marke "Triumph" (Februar 1956, Anl. 1, überreicht mit Schriftsatz vom 18. April 1956).

Die Klägerin meint, nach diesen eindrucksvollen Beweisen könne kein Zweifel daran bestehen, daß sie berechtigt sei, in dem Wort "Triumph" Schlagwortschutz wegen Verkehrsdurchsetzung in Anspruch zu nehmen (Berufungsbegründung S. 3).

Dieses Vorbringen der Klägerin reicht für eine schlüssige Begründung des auf Grund der §§ 16 UWG, 12 BGB in Anspruch genommenen Schutzes für den "Namen" oder die besondere Bezeichnung eines Unternehmens noch nicht aus. Aus der Tatsache allein, daß die Klägerin in besonders großem Umfang für die von ihr hergestellten und unter dem Warenzeichen "Triumph" vertriebenen Waren geworben und dieses Warenzeichen in weitestem Umfang bekannt gemacht hat, folgt noch nicht zwangsläufig, daß sich dieses Warenzeichen auch als Unternehmensbezeichnung durchgesetzt hat. Der Schutz einer berühmten Marke umfaßt nicht, wie die Klägerin anzunehmen scheint, auch ohne weiteres den für Unternehmensbezeichnungen nach §§ 16 UWG, 12 BGB gegebenen Schutz. Die Klägerin verweist für den durchschlagenden Erfolg ihrer Werbung auf den Bericht der Gesellschaft für Konsumforschung (Anl. 1), nach dem 84 % der befragten Verkehrsteilnehmer (Frauen) dieses Zeichen der Klägerin als Kennzeichnung textiler Fertigwaren, und zwar der von der Klägerin unter dieser Bezeichnung vertriebenen Warengattung, kennen und von denen fast 90 % die Verwendung dieser Marke durch einen Hersteller annehmen.

Das Ergebnis dieser Befragung ist für Markenartikel - wie "Triumph"-Miederwaren - typisch. Es ist selbstverständlich, daß die Verbraucher, denen die Verwendung eines bestimmten Zeichens für bestimmte Waren bekannt ist, auch annehmen, daß die unter diesem Zeichen vertriebenen Waren aus einer Herkunftsstätte stammen und daß also auch nur ein Hersteller die Marke verwendet; denn dies entspricht dem Wesen des Warenzeichens. Selbstverständlich kann eine von einem bestimmten Unternehmen vertriebene Ware unter der häufig schlagwortartigen Bezeichnung auch in einer Weise bekannt werden, daß die Warenbezeichnung die Bedeutung eines Kennzeichnungs-mittels für das bestimmte Unternehmen selbst erlangt (vgl. z.B. RG MuW 1931, 613, 614 linke Spalte, 615 rechte Spalte für das Warenzeichen "Shell" als Firmenkennwort für die "Rhenania Ossag Mineralölwerke AG"). Die Berühmtheit einer Marke reicht jedoch für sich allein für eine derartige Schutzweiterung nicht aus. Hierzu bedarf es weiterer Feststellungen. Es kommt in jedem Fall auf die Art der Bezeichnung und die Art ihrer Verwendung an. Soweit sich die Werbung für Markenartikel an den Letztverbraucher richtet, der mit dem Hersteller selbst nicht in unmittelbare geschäftliche Beziehungen tritt und sich deshalb auch gewöhnlich nicht für dessen Firma oder sonstige Unternehmensbezeichnung interessiert, kann aus einer bewußten "Hintansetzung des Firmennamens" bei der Werbung noch nicht auf eine namensmäßige Durchsetzung des Warenzeichens geschlossen werden, und zwar besonders dann nicht, wenn das Unternehmen für verschiedene von ihr hergestellte und vertriebene Waren-gattungen nicht nur ein Warenzeichen, sondern mehrere Warenzeichen verwendet. Die Klägerin z.B. benutzt außer dem Warenzeichen "Triumph" für Miederwaren das Warenzeichen "Solfina" für Frottierwebereiwaren.

Das Berufungsgericht hat sich mit dem von der Klägerin vorgelegten Gutachten der Gesellschaft für Konsumforschung über die Bekanntheit der Marke "Triumph" auseinandergesetzt; es hat gegen die Richtigkeit und Verwertbarkeit dieses Gutachtens erhebliche Bedenken geäußert und ihm deshalb keinen Beweiswert beigemessen. Auf die hiergegen gerichteten Angriffe der Revision braucht nicht eingegangen zu werden; denn das Gutachten kommt vor allem deshalb nicht als geeignetes Beweismittel in Betracht, weil es auf einen Zeitpunkt abgestellt ist, der für die Entscheidung des Streitfalles rechtlich nicht maßgeblich sein kann. Die angegriffene Kennzeichnung ist Anfang 1952 als Warenzeichen angemeldet worden. Nach dem das gesamte Kennzeichenrecht beherrschenden Prioritätsgrundsatz braucht ein solches Schutzrecht nur gegenüber einem prioritätsälteren Schutzrecht zurückzutreten. Die Beklagte kann daher nur dann an der Benutzung des angegriffenen Wortes zur warenzeichenmäßigen Kennzeichnung von Waren der eingetragenen Art gehindert werden, wenn die Klägerin auch schon Anfang 1952 durch Verkehrsgeltung Schutz aus §§ 16 UWG, 12 BGB für das Klagezeichen errungen hatte. Es würde auf eine Durchbrechung des Prioritätsgrundsatzes hinauslaufen, wenn auf Grund einer erst später entstandenen Verkehrsauffassung auch solche Zeichenrechte beseitigt werden könnten, denen im Zeitpunkt ihrer Entstehung ein besseres sachliches Recht nicht entgegengehalten werden konnte (BGHZ 21, 85, 94 f - Spiegel, vgl. auch BGHZ 19, 23, 28 - Magirus). Daraus folgt, daß die in dem überreichten Gutachten ausgewerteten Ergebnisse der erst vier Jahre später, nämlich im Februar 1956 erfolgten Meinungsbefragung nicht maßgeblich sind; denn sie könnten wesentlich auf der seit Anfang 1952 betriebenen Werbung der Klägerin beruhen, die angeblich erst 1951 angelaufen

und erst seit 1954 verstärkt betrieben worden sein soll. Das Berufungsgericht hat somit im Ergebnis das überreichte Gutachten zu Recht als nicht ausreichend angesehen, um die behauptete Verkehrsgeltung nachzuweisen.

Die Klägerin hat für ihre Behauptung, daß sie die Bezeichnung "Triumph" als Firmenschlagwort stark herausgestellt habe, auf die von ihr verwendeten Briefbogen verwiesen (Klageschrift S. 9, Anl. 5), auf denen das Wort "Triumph" in roter Schrift um ein Vielfaches stärker herausgestellt sei als der eigentliche Firmenname "S. [REDACTED] & B. [REDACTED] Export-Gesellschaft". Auch aus diesem Vortrag ergibt sich noch keineswegs zwingend, daß der Bezeichnung "Triumph" eine namensmäßige und keine warenzeichenmäßige Bedeutung zukommen solle. Das herausgestellte Wort "Triumph" ist identisch mit dem Schriftbild des eingetragenen Warenzeichens Nr. 4960347 (in Schreibschrift). Auf dem Briefbogen wird ausdrücklich die Fabrikation angegeben, für die das Warenzeichen "Triumph" tatsächlich verwendet wird, nämlich Büstenhalter, Hüfthalter, Gummischlüpfer, Korsetts, Strumpfhalterhemden, Kinderleibchen sowie Spiralfedern und andere moderne Zubehörartikel (aber keine Frottierwebereiwaren). Die bekannte Firma der Klägerin ist vollständig angegeben. Nur das Wort "Export-Gesellschaft" erscheint in kleineren Buchstaben. Das Wort "Triumph" dagegen wird weder im Telegramm- noch im Fernschreiberverkehr benutzt. Hierfür wird nur, wie auf dem Briefbogen angegeben, der Firmenbestandteil "S. [REDACTED]" benutzt. Auch eine starke Herausstellung eines geschützten Wortzeichens, das sich in der Farbe von dem sonstigen Aufdruck (Firma, Abschriften usw.) abhebt, kann sich durchaus im Rahmen warenzeichenmäßiger

Benutzung halten (§ 12 Abs. 1 WZG: Anbringung des Warenzeichens auf Geschäftsbriefen usw.), ohne daß dies zu einer namens- oder firmenmäßigen Verwendung führen müßte. Immerhin ist es auch denkbar, daß eine solche starke Herausstellung von Warenzeichen zu einer das Unternehmen als solches kennzeichnenden Bezeichnung führen kann. Es genügt aber nicht, daß das Warenzeichen, wie es seiner Funktion entspricht, auf ein bestimmtes Unternehmen als Herkunftsstätte "hinweist", wie hier das für Niederwaren allgemein bekannte Warenzeichen "Triumph" auf das bekannte Unternehmen der Klägerin. Es kommt vielmehr darauf an, daß sich das Zeichen in den beteiligten Verkehrskreisen, zu denen hier in erster Linie die Händler gehören, als Kennzeichen des Unternehmens der Klägerin durchgesetzt hat.

Für diese Behauptung hat die Klägerin im Berufungsrechtszug keine weiteren Beweise angetreten. Sie hat den in der Klageschrift (S. 9) enthaltenen Beweisantritt (Auskunft sämtlicher deutschen Handelskammern) nicht wiederholt. Die Klägerin hat, auch hinsichtlich der Frage der Priorität, die Rechtslage unrichtig beurteilt und angenommen, daß das vorgelegte Material, vor allem das Gutachten des Meinungsforschungsinstituts, ausreichen würde. Die Revision rügt deshalb, daß das Berufungsgerecht, wenn es entgegen der ihm erkennbaren Auffassung der Klägerin aus diesem Gutachten keine Durchsetzung des Zeichens "Triumph" als Firmenkennwort entnehmen wollte, der Klägerin nach § 139 ZPO den Antritt weiterer geeigneter Beweise hätte nahelegen müssen; die Klägerin hätte sich dann auf die Auskunft von Industrie- und Handelskammern deutscher Großstädte bezogen (Revisionsbegründung S. 4 und 6). Die Revision hat zwar auch noch

keine näheren Angaben über Art und Umfang der Werbung und die Art und Weise des Vertriebes für die Zeit vor der Anmeldung des Warenzeichens der Beklagten (Anfang 1952) gemacht. Dies beruht aber anscheinend darauf, daß auch die Revision die Bedeutung der Prioritätsfrage verkennt. Ob ihre auf § 139 ZPO gestützte Rüge begründet ist, kann jedoch dahingestellt bleiben. Denn selbst wenn dies der Fall wäre und wenn weiter auf Grund erneuter Verhandlung vor dem Berufungsgericht festgestellt werden könnte, daß der Klägerin die Priorität für eine namens- und firmenmäßige Benutzung der Bezeichnung "Triumph" zukommt, könnte die auf §§ 16 UWG, 12 BGB gestützte Klage nicht zum Erfolge führen, weil nach dem vorgetragenen Sachverhalt weder eine Verwechslungsgefahr (§ 16 UWG) gegeben ist noch ein schutzwürdiges Interesse der Klägerin an der Unterlassung der Benutzung des Zeichen "T [REDACTED]" für Lederkleidung durch die Beklagte anerkannt werden kann.

Die Vorschriften der §§ 16 UWG, 12 BGB haben weder ein Wettbewerbsverhältnis noch Warengleichartigkeit zur Voraussetzung. Erforderlich ist lediglich ein schutzwürdiges Interesse des prioritätsälteren Benutzers an der Unterlassung der Benutzung der gleichen oder ähnlichen Bezeichnung durch den jüngeren Benutzer. Ein solches Interesse ist in der Regel dann als gegeben anzusehen, wenn auf Grund einer gewissen Übereinstimmung der Bezeichnungen zu befürchten ist, daß nicht ganz unbeachtliche Verkehrskreise geschäftliche Beziehungen zwischen den beiden Benutzern der Zeichen annehmen (sog. Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne: BGHZ 14, 155, 162 - Farina, BGHZ 15, 107, 110 - Koma, GRUR 1957, 287, 288 - Plasticummännchen).

Das Berufungsgericht hat die Frage der Verwechslungsfähigkeit vorsorglich für den Fall geprüft, daß dem Klagezeichen ein Schutz aus § 16 UWG zuzubilligen sein sollte. Es hat dabei einen Unterschied zwischen der Gefahr von Verwechslungen der beiderseitigen Bezeichnungen im Sinne des § 16 UWG und der Verwechslungsfähigkeit der beiderseitigen Warenzeichen gemacht und daher die verschiedenen Erwägungen, die zur Frage der Verwechslungsgefahr anzustellen sind, auseinandergerissen. Da jedoch der Begriff der Verwechslungsfähigkeit für das gesamte Kennzeichenrecht der gleiche ist (BGHZ 21, 85, 90 - Spiegel, BGH GRUR 1957, 287, 288 - Plasticummännchen), müssen diese Erwägungen im Zusammenhang gewürdigt werden.

Nach Ansicht des Berufungsgerichtes fehlt es bereits an der Verwechselbarkeit der Bezeichnungen. Auf die von der Revision hiergegen gerichteten Angriffe braucht jedoch nicht eingegangen zu werden; denn, wie das Berufungsgericht im Ergebnis zutreffend ausgeführt hat, scheidet eine Verwechslungsgefahr im engeren oder weiteren Sinne jedenfalls deshalb aus, weil die beiderseits Waren in vielfacher Hinsicht derart ungleichartig sind, daß die beteiligten Verkehrskreise selbst bei Verwendung an sich verwechselbarer Zeichen nicht auf den Gedanken kommen würden, zwischen den Herstellern könnten Beziehungen bestehen (BU.S. 17 unten bis S. 20). Dies entspricht im wesentlichen den Erwägungen, die den Senat in dem ähnlich liegenden Fall der mehrfach erwähnten Ankerzeichen-Entscheidung (Urt. vom 14. Februar 1958 - I ZR 3/57 - unter V S. 11/12 der Abschrift) dazu geführt haben, die Verwechslungsgefahr zwischen dem als Teil der Unternehmensbezeichnung verwendeten Warenzeichen "Anker" (in "Anker-Teppich-Fabrik")

und dem warenzeichenmäßig benutzten Zeichen "Anker" für Polstermöbel (Anker-Polster-Möbel, Anker-Modelle) zu verneinen. Dabei wurde für das Ankerzeichen, soweit es sich auf die Kennzeichnung von Teppichen bezieht, Weltruf unterstellt. Die Bezeichnung "Anker-Teppich-Fabrik" war nicht Bestandteil der eingetragenen, nur aus einem Personennamen (mit dem Zusatz KG) bestehenden Firma. Wegen der erheblichen Ungleichartigkeit der Waren (Teppichen einerseits und Polstermöbel andererseits) wurde eine Verwechslungsgefahr nach § 16 UWG trotz der identischen Wortbestandteile "Anker" in der Unternehmensbezeichnung für die Teppichfabrik einerseits und in dem Warenzeichen für Polstermöbel andererseits verneint. Im vorliegenden Fall kann ebenfalls unterstellt werden, daß es sich bei dem Zeichen der Klägerin ("Triumph") um eine "weltbekannte Marke" handelt. Der Weltruf beschränkt sich aber auf die Kennzeichnung von Niederwaren aller Art. Entsprechend würde sich, wenn die Bezeichnung "Triumph" sich zugleich namens- und firmenmäßig für das Unternehmen der Klägerin durchgesetzt hätte, stets eine Verbindung oder eine Zusammensetzung mit Nieder, Niederwaren oder Niederwerken ergeben. Nach dem Vortrag der Beklagten firmiert die Klägerin bei Niederwaren: "Triumph-Niederwerke S. [REDACTED] & B. [REDACTED], H. [REDACTED]" (bei Frottierwaren dagegen gemäß dem von der Beklagten überreichten Werbe-prospekt: "S. [REDACTED]-Frottierweberei H. [REDACTED]"; Berufsbeantwortung S. 14, Bl. 182 GA). Die Klägerin hat diesem Vortrag nach dem Akteninhalt nicht widersprochen. Selbst wenn aber das Wort "Triumph" für sich allein - ohne eine solche ausdrückliche Zusammensetzung - als besondere Bezeichnung des Unternehmens der Klägerin im Sinne des § 16 Abs. 1 UWG angesehen werden könnte, würde dies nichts daran ändern, daß diese Bezeichnung für die beteiligten

Verkehrskreise immer nur im Hinblick auf die von der Klägerin unter der Bezeichnung "Triumph" hergestellten und vertriebenen Miederwaren aller Art namensmäßige Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft haben könnte. Da die Beklagte ihr Warenzeichen "T" mit dem Zusatz "Lederkleidung" unstreitig niemals für Miederwaren (auch im weitesten Sinne), sondern nur für Lederbekleidungsstücke benutzt, läßt sich keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 16 UWG begründen. Die Versuche der Revision, die erhebliche Ungleichartigkeit von Miederwaren einerseits und Lederbekleidungsstücken andererseits durch angebliche Möglichkeiten der Verbindung beider Arten von "Bekleidungsstücken" abzuschwächen, finden in dem in den Tatsacheninstanzen vorgetragenen Sachverhalt keine Stütze.

III.

Auch dann, wenn trotz Verwechselbarkeit der Bezeichnungen infolge Ungleichartigkeit der Waren geschäftliche Beziehungen zwischen den beiden Benutzern nicht angenommen werden können, wenn also eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne ausscheidet, kann ausnahmsweise ein Schutz gegen Verwässerungsgefahr aus § 12 BGB für ein Firmenkennwort und aus § 1 UWG für ein Warenzeichen in Betracht kommen. Dies setzt aber Kennzeichen voraus, die kraft langen Gebrauchs und umfassender Werbung eine überragende Verkehrsgeltung errungen haben. Der Inhaber eines solchen Kennzeichens hat ein berechtigtes Interesse daran, daß ihm seine unter großem Aufwand von Zeit und Geld erworbene Alleinstellung erhalten bleibt und daß alles vermieden wird, was die Eigenart und den kennzeichnenden Charakter seiner Marke verwässern und damit die auf deren Einmaligkeit beruhende starke Werbewirkung beeinträchtigen könnte

(BGHZ 15, 107, 111 - Koma, BGHZ 19, 23, 27 - Magirus, BGHZ GRUR 1957, 435, 438 - Eucerin).

Das Berufungsgericht hat die Voraussetzungen für einen Schutz gegen Verwässerungsgefahr im Ergebnis mit Recht verneint, und zwar auch für den Fall, daß die Klägerin für ihr Zeichen in ihrer Branche entgegen der Meinung des Berufungsgerichtes eine außergewöhnliche Verkehrsgeltung errungen haben sollte, was die Klägerin selbst für den maßgebenden Zeitpunkt Anfang 1952 aber nicht dargetan hat. Mit Recht vertritt das Berufungsgericht den Standpunkt, eine Bezeichnung, die bereits von zahlreichen anderen Unternehmen benutzt werde, könne einem Schutz gegen Verwässerung nicht beanspruchen. Der Senat hat wiederholt ausgeführt, daß ein Sonderschutz aus dem Rechtsgedanken der Verwässerung nur bei besonders gelagerten Ausnahmetatbeständen gewährt werden dürfe, damit nicht einem Zeicheninhaber trotz Fehlens eines Wettbewerbsverhältnisses eine unbillige Vorzugsstellung eingeräumt werde. Das geschützte Rechtsgut in diesen Fällen ist nicht in erster Linie die überragende Kennzeichenkraft überhaupt, sondern die auf der Einmaligkeit des Zeichens beruhende starke Werbewirkung. Fehlt es an dieser Alleinstellung, dann ist für den Sonderschutz unter dem Gesichtspunkt der Verwässerung kein Raum (vgl. Urteil des Senats vom 25.10.1957 - I ZR 38/56 - Technika und vom 14.2.1958 - I ZR 3/57 - Ankerzeichen). Insofern ist es von Bedeutung, daß nach dem unbestrittenen Sachvortrag der Beklagten die Bezeichnungen "Triumph" und "T [REDACTED]" bereits auf anderen Gebieten mindestens für Motorräder, Schreibmaschinen und Schokoladenerzeugnisse in erheblichem Umfang und darüber hinaus auch für andere Erzeugnisse sogar auf dem

Bekleidungssektor benutzt wird. Von einer einmaligen Sonderstellung kann daher keine Rede sein, so daß ein Schutz des Klagezeichens gegen Verwässerungsgefahr nicht in Betracht kommt.

IV.

Das Berufungsgericht hat zutreffend zeichenrechtliche Lösungsansprüche gemäß § 11 WZG versagt.

Der Lösungsgrund des § 11 Abs. 1 Ziff. 1 ist schon mangels Warengleichartigkeit nicht gegeben.

§ 11 Abs. 1 Ziff. 3 gewährt einen Lösungsanspruch für jedermann nur dann, wenn Umstände vorliegen, aus denen sich ergibt, daß der Inhalt des Warenzeichens den tatsächlichen Verhältnissen nicht entspricht und die Gefahr einer Täuschung begründet. Entgegen der Ansicht der Revision ist dem Berufungsgericht darin zuzustimmen, daß eine bloße zeichenrechtliche Verwechslungsgefahr nicht ausreicht, wenn sie nur zur Folge hat, daß der Verkehr einem Irrtum über die Herkunft der Ware aus einem bestimmten Betrieb unterliegt. Erforderlich zur Anwendung von § 11 Abs. 1 Ziff. 3 WZG ist eine inhaltliche Unwahrheit des Zeichens in dem Sinne, daß der mit ihm versehenen Ware der Anschein einer Beschaffenheit oder einer sonstigen, nicht bloß die Herkunft aus einem anderen Betriebe betreffende Eigentümlichkeit gegeben wird, welche die Ware nicht hat. In aller Regel wird daher die inhaltliche Unrichtigkeit eines Zeichens darin bestehen, daß das Zeichenwort der Wahrheit zuwider eine günstige Behauptung über eine Ware enthält (BGH GRUR 1957, 350 - Raiffeisensymbol). Eine solche Unrich-

tigkeit hat das Berufungsgericht nicht feststellen können. Es ist freilich nicht darauf eingegangen, daß "Inhalt" des Zeichens im Sinne des § 11 auch die Wertschätzung sein kann, die der Verkehr dem mit diesem Zeichen versehenen Erzeugnis entgegenbringt, also die Gütevorstellung, die er damit verbindet (BGH aaO). Sofern ein anderer infolge Verwendung eines gleichen oder eines verwechslungsfähigen Zeichens bei den Verkehrsbeteiligten die gleiche Gütevorstellung hervorrufen würde, dann wäre dieses Zeichen inhaltlich unrichtig. Es genügt indessen keine Wertschätzung und Beliebtheit ganz allgemeiner Art. Von einer inhaltlichen Unrichtigkeit kann erst dann die Rede sein, wenn sich die Wertschätzung zu einer konkret umrissenen Vorstellung über bestimmte Qualitätsmerkmale verdichtet hat. Insofern hat die Klägerin aber selbst nichts vorgetragen.

V.

Da Unterlassungsansprüche nicht gegeben sind, ist auch, wie das Berufungsgericht zutreffend ausführt, für einen sachlich-rechtlichen Lösungsanspruch kein Raum.

VI.

Aus den bisherigen Darlegungen folgt schließlich auch ohne weiteres, daß die geltend gemachten Ansprüche auf Auskunft und Feststellung der Schadensersatzpflicht unbegründet sind.

VII.

Der ursprüngliche Antrag auf Löschung der Firma hat sich in der Berufungsinstanz in der Hauptsache erledigt.

Zutreffend hat das Berufungsgericht über die insoweit angefallenen Kosten nach den Grundsätzen des § 91 a ZPO im Schlußurteil zugleich mit den übrigen Kosten entschieden (vgl. LM Nr. 3 zu § 242 BGB).

Auch diese Erwägungen lassen keinen Rechtsfehler erkennen.

Nach alledem war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 ZPO zurückzuweisen.

Birnbach

Bock

Weiss

Spreng

Löscher