

2509 047

Rechtssatz: 1) Eine Bezeichnung, die im Verkehr zunächst als Hinweis auf die geschäftlichen Verhältnisse eines Unternehmens oder als Qualitätsbezeichnung einer Ware gewertet wird (§ 3 UnlWG), kann diese Bedeutung infolge ihrer Durchsetzung als Unternehmenskennzeichnung oder Marke einbüßen und nur noch als neutraler Herkunftshinweis verstanden werden, der inhaltlich über die Bedeutung des Unternehmens oder die Beschaffenheit seiner Erzeugnisse nichts besagt.

Aktenzeichen: I ZR 88/55

Urt. des BGH v. 8. Januar 1957 LG Hamburg
OLG Hamburg

900-201-280

Verkündet

am 18. Januar 1957

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 E. K. A. - Exportbier-Brauerei, K.
/B., vertreten durch ihren Vorstand,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. -

gegen

1. die K. Export-Brauerei "M." AG, K.
/B., vertreten durch ihren Vorstand,

2. die R. AG., K./B., vertreten durch
ihren Vorstand,

3. die S. AG., K./B., vertreten durch
ihren Vorstand,

Klägerinnen und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 21. Dezember 1956 unter Mitwir-
kung der Bundesrichter Dr. h.c. Wilde, Dr. Birnbach,
Dr. Krüger-Nieland, Dr. Christoph und Dr. Weiß

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das
Urteil des 5. Zivilsenats des Hanseatischen Ober-
landesgerichts zu Hamburg vom 9. März 1955 auf-
gehoben. Die Sache wird zur anderweiten Verhand-
lung und Entscheidung auch über die Kosten der
Revision an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

- 2 -

Tatbestand:

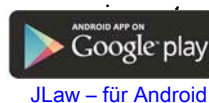
Die Klägerin und die Beklagte sind Bierbrauereien in K[REDACTED]. Die Beklagte ist im Jahre 1872 in D[REDACTED] unter der Firma "Erste Culmbacher Actien-Export-Bier-Brauerei" gegründet worden. Sie führt diese Firma auch gegenwärtig noch, mit dem einzigen Unterschied, daß sie das Wort Culmbacher nunmehr mit K schreibt. Der Beklagten gehörte ein 1863 in Kulmbach von der Stadtverwaltung erbautes Brauhaus. Seit 1901 unterhielt sie in Kulmbach eine Zweigniederlassung, die 1931 in die Hauptniederlassung umgewandelt wurde. Die Beklagte ist unstrittig die älteste Aktiengesellschaft, die in Kulmbach ein Brauereiunternehmen betreibt. Sie nimmt jedoch nicht für sich in Anspruch, schlechthin das älteste Brauereiunternehmen Kulmbachs zu sein. Sie behauptet lediglich, das größte Brauereiunternehmen Kulmbachs darzustellen, was jedoch von den Klägerinnen bestritten wird.

Für die Beklagte ist bereits 1888 ein Bildzeichen zur Bezeichnung von Bier mit der Aufschrift "Erstes Culmbacher Monopol Erste Actienbrauerei Culmbach" bei dem Eidgenossenschaftlichen Amt für Fabrik- und Handelsmarken in der Schweiz hinterlegt worden. Am 8. Oktober 1900 und 16. Januar 1901 sind für die Beklagte beim Kaiserlichen Patentamt in Berlin als Zeichen für Bier unter Nr 45 918 und Nr 47 366 Bildzeichen in die Warenzeichenrolle eingetragen worden, die die Aufschrift tragen "Erstes Culmbacher Kulmbräu Erste Actienbrauerei Culmbach Culmbach" und "Erstes Culmbacher Mainbräu Erste Actienbrauerei Culmbach". Bei allen drei Bildzeichen ist die Bezeichnung "Erstes Culmbacher" in einem von dem übrigen Text gesonderten Halbkreis geschrieben.

Für die Beklagte sind weiterhin folgende Warenzeichen eingetragen:



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



383 503	Bild eines Postillions mit Umschrift "Erstes Kulmbacher"	21. 1.1928
506 339	Etikettenbild mit Postil- lion und Unterschrift "Erstes Kulmbacher" und seitlichen Text: Tafel- bier Rubin, Erste Kulm- bacher Actien-Exportbier- Brauerei	20. 6.1938
506 340	wie 383 503 mit der Dar- stellung des Postillions. in 506 339 und Unterschrift "Erstes Kulmbacher"	20. 6.1938
506 372	Darstellung des Postillions wie in 506 339/340 mit Un- terschrift "Erstes Kulmba- cher"	20. 6.1938

Ferner sind folgende Warenzeichen von der Beklagten an-
gemeldet und bekannt gemacht worden:

E 1495/16a Wz	eine eine Papierscheibe durchstoßende Hand mit Bierflasche und Unterschrift "Erstes Kulmbacher"	3. 1.1952
E 1532/16a Wz	Wortzeichen "Erstes Kulm- bacher" Erste Kulmbacher Ac- tien-Exportbier-Brauerei, Kulmbach/Bayern	24. 1.1952

Die Beklagte stellt in ihrer Werbung unstreitig die Bezeichnung "Erste Kulmbacher" und "Erstes Kulmbacher" heraus, und zwar auch ohne Beifügung ihres vollständigen Firmennamens. Die Klägerinnen behaupten, dies sei in verstärktem Maße erst seit 1951 geschehen. Die Beklagte dagegen beruft sich darauf, daß sie die Bezeichnung "Erstes Kulmbacher" seit ca. 50 Jahre ununterbrochen im geschäftlichen Verkehr mit Bier benutze und sich

diese Bezeichnung für sie zur Unternehmenskennzeichnung entwickelt habe.

Die Klägerinnen sind der Ansicht, daß die Bezeichnung "Erstes Kulmbacher", "Erste Kulmbacher" und "Erstes Kulmbacher Bier" irreführend und geeignet sei, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen. Der Verkehr verstehe darunter entweder das beste, das gepflegteste, das geschmacklich hervorragendste Kulmbacher Bier oder das Bier aus der ältesten Kulmbacher Brauerei. Beides aber entspreche nicht den Tatsachen. Die Bezeichnung sei deshalb gemäß § 3 UnlWG unzulässig. Außerdem verstießen die Beklagten durch die Benutzung der beanstandeten Bezeichnung gegen § 1 UnlWG, da es sich um eine unstatthafte Al-leinstellungswerbung handele.

Die Klägerinnen haben beantragt: die Beklagte zu verurteilen,

- 1) es bei Vermeidung einer gerichtsseitig festzusetzenden Geld- oder Haftstrafe für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen, das von ihr vertriebene Bier unter der Kennzeichnung

"Erstes Kulmbacher Bier"

oder

"Erstes Kulmbacher"

und die von ihr vertriebene Reinhefe unter der Kennzeichnung

"Erste Kulmbacher"

feilzuhalten, anzubieten oder in den Verkehr zu bringen,

- 2) auf sämtlichen vorhandenen Flaschenetiketten, Bierdeckeln, Preislisten, Offertschreiben, Prospekten,

Werbeplakaten, Geschäftsschilder, Geschäftsfahrzeugen, überhaupt auf allen ihrem Geschäftsbetrieb dienenden Gegenständen, sofern diese nicht nur in ihrem internen Betrieb Verwendung finden, die Bezeichnungen

"Erstes Kulmbacher Bier",

"Erstes Kulmbacher"

und

"Reinhefe - Erstes Kulmbacher"

dauerhaft unkenntlich zu machen oder, falls dies nicht möglich ist, diese Gegenstände zu vernichten;

- 3) in die Löschung der für die Beklagte eingetragenen Zeichen

Nr. 383 503

Nr. 506 339

Nr. 506 340

Nr. 506 373

sowie in die Rücknahme der von der Beklagten am 3. Januar 1952 unter dem Aktenzeichen E 1495/16 a Wz. und am 24. Januar 1952 unter dem Aktenzeichen E 1532/16a Wz. angemeldeten Warenzeichen, enthaltend die Wörter "Erstes Kulmbacher", einzuwilligen.

Ferner verlangen die Klägerinnen Auskunft über den Umfang des Gebrauchs der beanstandeten Kennzeichnung und begehren die Feststellung, daß die Beklagte schadensersatzpflichtig ist.

Die Beklagte hat um Abweisung der Klage gebeten. Sie hat geltend gemacht, sie sei zwar nicht die älteste, wohl aber die größte Brauerei in Kulmbach. Im übrigen entnehme der Verkehr aus den angegriffenen Bezeichnungen weder einen Hinweis auf geschäftliche Verhältnisse ihres Unternehmens noch auf die Beschaffenheit ihres Bieres, sondern fasse diese Bezeichnungen allein als inhaltlich neutralen Herkunftshinweis auf

ihren Betrieb auf. Die Gefahr einer Täuschung der in Betracht kommenden Abnehmerkreise durch die beanstandeten Kennzeichnungen sei deshalb nicht gegeben. Der Beschwerdesenat des Reichspatentamtes habe bereits in seiner Entscheidung vom 10. Oktober 1929 auf einen Löschungsantrag der jetzigen Klägerin zu 3) gegen das Warenzeichen Nr. 386 476, das "Erste Kulmbacher" gelautet habe, festgestellt, die Durchsetzung dieser Bezeichnung als Individualzeichen der Beklagten sei bereits in einem solchen Maße vorgeschritten, daß die maßgebenden Verkehrskreise in dieser Bezeichnung nicht mehr eine Angabe über die Beschaffenheit des Bieres, sondern nur noch ein Kenn- und Merkwort für die Erzeugnisse aus dem Geschäftsbetrieb der Beklagten erblickten. Seit dieser Zeit aber hätten sich durch ihre umfangreiche Werbung die fraglichen Bezeichnungen noch weiter im Verkehr als reiner Herkunftshinweis auf die Beklagte durchgesetzt, mit dem keine besondere Gütevorstellung verknüpft sei.

Das Landgericht hat durch Teilurteil den Anträgen Ziffer 1) - 3) - auf Unterlassung, Beseitigung oder Vernichtung und Löschung - im wesentlichen entsprochen, die Frage der Zulässigkeit der Bezeichnung "Reinhefe Erste Kulmbacher" jedoch der weiteren Entscheidung vorbehalten. Die Berufung der Beklagten ist erfolglos geblieben. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Antrag auf Klagabweisung weiter. Hilfsweise hat sie beantragt, ihr eine in das Ermessen des Gerichts gestellte Aufbrauchsfrist zu bewilligen. Die Klägerinnen bitten, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

In den Tatsacheninstanzen ist kein Beweis über die Behauptung der Beklagten erhoben worden, innerhalb beteiligter Verkehrskreise würden die angegriffenen Bezeichnungen als reiner Herkunftshinweis auf die Beklagte aufgefaßt, der keine besonderen Gütevorstellungen auslöse. Das Berufungsgericht geht vielmehr auf Grund eigener Sachkunde davon aus, daß die angegriffenen Bezeichnungen für sich allein betrachtet bei unbefangenen Bierinteressenten ohne weiteres den Anschein eines besonders günstigen Angebots erweckten. Entweder glaube der Interessent, so führt das Berufungsgericht aus, es handele sich um ein aus der ältesten Brauerei Kulmbachs stammendes Bier, wobei das Publikum wegen des Alters der Brauerei eine besondere Qualität erwarte, oder die Bezeichnungen erweckten allgemein den Eindruck, die Beklagte sei den übrigen Kulmbacher Brauereien nach Rang und Leistungen überlegen. Beide Vorstellungen entsprächen unstreitig nicht den Tatsachen. Es könne deshalb dahingestellt bleiben, ob die Beklagte, wie sie behauptete, die größte Brauerei in Kulmbach sei, da die Bezeichnungen "Erstes Kulmbacher" oder "Erste Kulmbacher" für das Ansehen dessen, der diese Bezeichnungen benutze, eine viel umfassendere Bedeutung habe, die sich nicht allein auf die Größe des Unternehmens beschränke.

Soweit sich diese Ausführungen auf die inhaltliche Bedeutung der fraglichen Bezeichnungen beziehen, wie sie von einem Bierinteressenten verstanden

werden kann, dem diese Bezeichnungen erstmalig - und zwar ohne Verbindung mit dem vollständigen Firmennamen der Beklagten - entgegengetreten, sind hiergegen rechtliche Bedenken nicht zu erheben. Diese Würdigung erschöpft aber nicht den rechtlichen Gehalt des Verteidigungsvorbringens der Beklagten. Das Reichspatentamt hat in dem von der Beklagten angeführten Beschluß vom 10. Oktober 1929 - es handelte sich um ein Lösungsverfahren gemäß § 8 Ziff 2 des Warenzeichengesetzes alter Fassung - festgestellt, daß innerhalb beteiligter Verkehrskreise die Bezeichnung "Erste Kulmbacher" als Abkürzung des vollen Firmennamens der Beklagten ("Erste Kulmbacher Actien-Exportbier-Brauerei") aufgefaßt werde. Eine Täuschungsgefahr scheide schon deshalb aus, weil diesen Verkehrskreisen der vollständige Firmenname der Beklagten bekannt sei, der Firmenname selbst aber nicht zu beanstanden sei, weil die Beklagte unstreitig die erste Kulmbacher Brauerei-Aktiengesellschaft sei. Darüber, daß sich diese Verkehrsauffassung entgegen der Behauptung der Beklagten inzwischen gewandelt habe, fehlt es an einer ausreichenden Feststellung. Die vom Berufungsgericht angenommene Gefahr, daß mit wachsender Einbürgerung der Abkürzung in immer neue größere Abnehmerkreise die Beziehung des Wortes "Erste Kulmbacher" auf "Actien-Export-Bier-Brauerei" in Vergessenheit geraten könne, rechtfertigt es allein noch nicht, die angegriffenen Bezeichnungen bereits jetzt als irreführende Angaben im Sinne des § 3 UnlWG zu werten. Hierzu ist vielmehr eine Sachaufklärung in der Richtung geboten, ob innerhalb der maßgebenden Abnehmerkreise diese Bezeichnung tatsächlich nicht mehr auf den vollständigen Firmennamen der Beklagten bezogen wird.

Hinzukommt folgendes: Unabhängig davon, ob innerhalb der in Betracht kommenden Verkehrskreise der volle Firmennamen der Beklagten bekannt und die angegriffene Bezeichnung nur als Abkürzung dieses Firmennamens verstanden wird, hat die Beklagte unter Beweis-antritt behauptet, der Verkehr werte die angegriffenen Bezeichnungen als inhaltlich neutrale Unternehmenskennzeichnungen der Beklagten, aus denen infolge der weitgehenden Verkehrsdurchsetzung dieser Bezeichnungen weder eine Angabe über die Beschaffenheit des Bieres der Beklagten noch über ihre geschäftlichen Verhältnisse entnommen werde (GA Bl 26, 65 ff, 68, 106 ff, 115, 118). Mit Recht rügt die Revision unter Bezugnahme auf § 286 ZPO, daß die hierzu von der Beklagten angebotenen Beweise nicht erhoben worden sind. Selbst wenn die Worte "Erste" oder "Erstes" vom Verkehr nicht mehr in Verbindung mit Actien-Export-Bier-Brauerei gebracht werden sollten, die Bezeichnungen somit objektiv unrichtig geworden wären, ist damit der Tatbestand des § 3 UnlWG noch nicht erfüllt. Es muß vielmehr die Gefahr einer Irreführung des Publikums durch den Anschein eines besonders günstigen Angebots hinzutreten. Ob eine solche Täuschungsgefahr besteht, ist aber allein eine Frage der tatsächlich innerhalb beteiligter Verkehrskreise herrschenden Auffassung. Auch eine an sich unrichtige Bezeichnung kann erlaubt sein, wenn der Verkehr mit ihr bis auf einen unerheblichen Teil der Abnehmerkreise die richtige Vorstellung verbindet (RGZ 128, 261; Baumbach-Hefermehl Warenzeichen und Wettbewerbsrecht 7. Aufl § 3 UnlWG Anm 36 und 118). Verknüpft aber der Verkehr mit den angegriffenen Bezeichnungen nicht die Vorstellung erhöhter Leistungsfähigkeit, so sind diese Bezeichnungen trotz objektiver Unrichtigkeit unschädlich. Ob dies der Fall ist, ist eine auf tatsächlichem Gebiet liegende Frage.

Für ihre Beurteilung ist nicht etwa, wie das Berufungsgericht zu meinen scheint, allein maßgebend, wie eine solche Bezeichnung auf Abnehmer wirkt, wenn sie erstmalig im Verkehr erscheint. Wie der Verkehr die Bezeichnungen versteht, kann vielmehr auch von dem Ausmaß ihrer Verkehrsdurchsetzung als Unternehmenskennzeichnung oder Marke abhängen.

In gleicher Weise wie eine Beschaffenheitsangabe sich infolge ihrer Verkehrsdurchsetzung als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen zu einer Individualbezeichnung entwickeln kann, kann auch eine Angabe, die im Verkehr zunächst als Hinweis auf die geschäftlichen Verhältnisse eines Unternehmens oder als Qualitätsbezeichnung einer Ware gewertet wird, diese Bedeutung infolge ihrer Durchsetzung als Unternehmenskennzeichnung oder Marke einbüßen und nur noch als neutraler Herkunftshinweis verstanden werden, der inhaltlich über die Bedeutung des Unternehmens oder die Beschaffenheit seiner Erzeugnisse nichts besagt. Die Revision weist in diesem Zusammenhang zu Recht auf den Bedeutungswandel hin, den Bezeichnungen wie Asbach Uralt oder Scharlachberg Meisterbrand durch ihre Verkehrsdurchsetzung als Herkunftshinweis erfahren haben. Über die Frage aber, wie der Verkehr die angegriffenen Bezeichnungen auffaßt, dürfte das Berufungsgericht nicht ohne Erhebung der angebotenen Beweise aus eigener Sachkenntnis entscheiden, weil es insoweit nicht um die "unbefangene Betrachtung eines Bierinteressenten" geht, dem die fraglichen Bezeichnungen "für sich allein betrachtet" entgegentreten, sondern darum, ob ein wirtschaftlich nicht unerheblicher Teil der Abnehmerkreise diesen Bezeichnungen - entgegen ihrer von der Beklagten behaupteten Verkehrsdurchsetzung als reiner Herkunftshinweise, die über die Beschaffenheit des Bieres nichts mehr aussagen - fälschlicherweise eine Vorrangstellung der Erzeugnisse der Be-

klagten vor denjenigen anderer Kulmbacher Brauereien entnimmt. Hierzu aber bedarf es einer Ermittlung der in den Betracht kommenden Abnehmerkreisen tatsächlich herrschenden Auffassung. Das Berufungsgericht wird insoweit die Einholung einer Auskunft eines anerkannten Meinungsbefragungsinstitutes in Erwägung ziehen müssen, und zwar über die Frage, ob ein wirtschaftlich nicht unerheblicher Teil der in Betracht kommenden Abnehmerkreise allein aus dem möglichen Begriffsinhalt der angegriffenen Bezeichnungen auf das Angebot eines Bieres schließt, das gegenüber anderen Kulmbacher Bieren besondere Vorzüge aufweist.

Zur Bejahung dieser Frage würde es aber noch nicht genügen, wenn entgegen der Behauptung der Beklagten nicht unerhebliche Abnehmerkreise in den angegriffenen Bezeichnungen mehr als einen bloßen Herkunftshinweis erblicken, vielmehr wird zu untersuchen sein, welchen besonderen Inhalt die Vorstellung des Publikums hat. Erschöpft sich dieser im wesentlichen in der Annahme, es handele sich um ein alteingesessenes Unternehmen mit besonderer langjähriger Produktionserfahrung, so würde dies den Tatsachen entsprechen. Geht die Vorstellung dahin, daß die Beklagte das älteste Unternehmen sei, so wäre dies zwar unrichtig, aber angesichts der Tatsache, daß die Beklagte seit 1885 besteht, kaum geeignet, das Publikum über die Qualität der von der Beklagten vertriebenen Erzeugnisse zu täuschen. Dies gilt jedenfalls für ein Warengbiet, auf dem, wie hier, die sogenannte Alterswerbung üblicherweise keine entscheidende Rolle für die Vorstellung des Publikums von der Güte der Erzeugnisse spielt. Da dem Verkehr in der Regel unbekannt ist, wann in Kulmbach die erste Brauerei gegründet wurde, wird er sich

über das genaue Gründungsjahr der Beklagten keine näheren Vorstellungen machen. Die Abnehmer des Bieres der Beklagten würden somit vermutlich von der gleichen Gütevorstellung ausgehen, wenni die Beklagte statt der Bezeichnung "Erstes" oder "Erste" in ihrer Werbung ihr Gründungsdatum herausstellte. Das gilt auch in gewissem Umfange für die denkbare Vorstellung, die Beklagte sei die größte Kulmbacher Brauerei. Denn da die Wertschätzung eines Bieres weitgehend von der unterschiedlichen persönlichen Geschmacksrichtung der Letztverbraucher abhängt, wird es von vornherein fernliegen, anzunehmen, solche Bierinteressenten könnten aus der unrichtigen Vorstellung, es handelt sich um das Bier der ältesten oder größten Brauerei Kulmbachs folgern, es werde damit zugleich das "beste" Kulmbacher Bier angeboten. Denn erfahrungsgemäß fehlt es insoweit an einem objektiven Maßstab für die Güte eines Bieres.

Zusammengefaßt wird es also darauf ankommen, aus dem Vorstellungsgehalt, der beim Publikum mit der Bezeichnung "Erstes Kulmbacher" verbunden ist, diejenigen konkreten Gedanken herauszulösen, die wirklich die Vorstellung eines qualitativ besseren Erzeugnisses beinhalten und damit das Allgemeininteresse berühren (§ 3 UnlWG), während eine Wirkung der Werbung, die lediglich das Individualinteresse der Klägerinnen verletzen würde, im Hinblick auf die insoweit eingetretene Verwirkung etwaiger Ansprüche außer Betracht zu bleiben hätten.

Bei der Würdigung aller dieser Momente wird schließlich auch die Besonderheit des Tatbestandes zu berücksichtigen sein, die darin liegt, daß die Beklagte die jetzt angegriffene Bezeichnung seit nahezu ei-

nem halben Jahrhundert in den Verkehr eingeführt hat. Zwar ist es richtig, daß nach der ständigen Rechtsprechung des Reichsgerichts, der sich der erkennende Senat angeschlossen hat, der Einwand der Verwirkung nicht durchgreift, soweit es bei dem Tatbestand des § 3 UnlWG um den Schutz der Allgemeinheit vor Irreführungen geht (RG GRUR 1933, 246 248 - Beamtenbuchhandlung; GRUR 1935, 753 759 - NSU; GRUR 1937, 635 643 - Lignose; GRUR 1942, 432 435 - Liebig; BGHZ 5, 189 196 - Zwillinge und BGHZ 16, 82 93 - Wickelsterne). Auch die Abwehrklage aus § 3 UnlWG setzt aber ein Rechtsschutzbedürfnis voraus, das im Streitfall allein aus dem Interesse der Allgemeinheit an einem Schutz von Irreführungen entnommen werden könnte, während die Individualinteressen der klagenden Konkurrenzfirmen der Beklagten an einer Beseitigung der angegriffenen Bezeichnung aus dem Rechtsgedanken der Verwirkung unberücksichtigt bleiben müßten. In einem Fall wie dem vorliegenden muß dabei, wenn grobe Unbilligkeiten vermieden werden sollen, die Frage, ob die Interessen der Allgemeinheit wirklich in ernstlicher Weise berührt sind oder ob es sich nicht im Grund nur um Individualinteressen der Klägerinnen handelt, für die ein Rechtsschutz verwirkt ist, mit besonderer Sorgfalt geprüft werden.

Sollte das Berufungsgericht auf Grund der erneuten Verhandlung wiederum zu dem Ergebnis gelangen, daß die Voraussetzungen für eine Klage aus § 3 UnlWG gegeben seien, so wird zu prüfen bleiben, ob der Beklagten die beanstandeten Bezeichnungen nicht nur mit der Einschränkung zu untersagen sind, daß diese Bezeichnungen nicht ohne Beifügung des vollen Firmennamens der Beklagten im geschäftlichen Verkehr mit Bier verwendet werden dürfen. Dies wird auch bei dem gegen das Warenzeichen 506 339

gerichteten Löschungsantrag zu berücksichtigen sein, da dieses Bildzeichen im seitlichen Text den vollen Firmennamen der Beklagten aufweist.

Das Berufungsurteil mußte aus den vorgenannten Gründen aufgehoben und der Rechtsstreit zur erneuten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückverwiesen werden. Die Entscheidung über die Kosten der Revision war dem Berufungsgericht zu überlassen.

Wilde

Bundesrichter Dr. Birnbach
ist infolge Urlaubsabwesen-
heit an der Unterschrift-
leistung verhindert.

Wilde

Krüger-Nieland

Christoph

Weiß