

2025 081

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

Ib_ZR_116/64

URTEIL

Verkündet am
18. November 1966
Zug, Justizange-
stellter

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma J. Alb. S. [REDACTED] Nachf., Alleininhaber Kaufmann
Ernst Walter R. [REDACTED], S. [REDACTED]-G. [REDACTED], N. [REDACTED] Straße [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma Friedrich W. [REDACTED], Metallwarenfabrik, W. [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -.

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 11. November 1966 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Pehle, Dr. Sprenkmann, Dr. Mösl und Alff

für Recht erkannt:

- I. Auf die Revision der Klägerin wird unter deren Zurückweisung im übrigen das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 5. Juni 1964 teilweise aufgehoben und im übrigen wie folgt neu gefaßt:
 1. Die Berufung der Klägerin gegen das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Hagen vom 30. Oktober 1963 wird zurückgewiesen, soweit dieses den Klageantrag auf Unterlassung der Verwendung des Hubertusbildes und die entsprechenden Anträge auf Auskunft und Feststellung der Schadensersatzpflicht betrifft.
 2. Die Anschlußberufung der Beklagten gegen das vorbezeichnete Urteil wird zurückgewiesen.
- II. Im übrigen (Berufungsantrag Ziff. 3 und der zugehörende Teil des Berufungsantrages Ziff. 4 der Klägerin) sowie im Kostenpunkt wird der Rechtsstreit zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückverwiesen, dem auch die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens übertragen wird.

Von Rechts wegen

- 3 -

Tatbestand:

Beide Parteien stellen Schneidwaren, darunter auch Bestecke, her und vertreiben diese an Einzelhändler.

Die Klägerin ist Inhaberin des seit 1899 in die Zeichenrolle eingetragenen Wortzeichens "Hubertus" (Nr. 41 318). Das Warenverzeichnis umfaßt unter anderem Messer der verschiedensten Art, darunter Tafel-, Küchen-, Jagd- und Plantagenmesser. Sie verwendet auf ihren Geschäftspapieren und in Werbedrucksachen das Wort "Hubertus" in einer besonderen bildlichen Ausgestaltung. Der vordere Schenkel des H wird unterhalb der Schriftlinie nach links zu einem ovalartigen Bogen gezogen und sodann nach rechts in Form einer Unterstreichung des gesamten Wortes weitergeführt; der Buchstabe b ist im oberen Teil als Kreuz ausgebildet, um das ein Kreis gezogen ist, der von über den Kreisumfang hinauslaufenden Linien durchlaufen wird.

Die Beklagte stellt seit einiger Zeit ein Besteck her, auf dessen Griffen sich auf der Oberseite ein Hirschkopf mit Kreuz befindet. Gabel und Löffel weisen auf der Rückseite des Griffs eingedruckt die Worte "Roneusil" und das die Buchstaben "F.W." enthaltende Firmenzeichen der Beklagten auf. Die Messer enthalten auf der der Vorderseite des Griffs entsprechenden Seite der Klinge ebenfalls das Firmenzeichen der Beklagten sowie die Worte "rostfrei Solingen". Zur Werbung benutzt die Beklagte eine Bildkarte, welche im Hauptfeld vier Besteckteile mit der auf den Griffen erkennbaren Darstellung eines Hirschkopfes mit Kreuz zwischen den Geweihstangen und in der linken oberen Ecke die Worte "Wilke Bestecke" nebst einem besonders ausgestalteten W im Kreise wiedergibt. Darunter befindet sich der Aufdruck "Das neue Wilke-Besteck Nr. 145 mit Hubertus-Zeichen", wobei die Vor-

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



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

[JLaw – für Android](#)[JLaw – für iOS](#)

te "Wilke-Besteck" durch Fettdruck hervorgehoben sind. Darunter wird auf die Beschaffenheit des Bestecks und dessen Eignung für den gepflegten jagdlichen Haushalt sowie für Jagdhäuser oder Jagd-Gasthöfe hingewiesen. Am unteren Rand der Karte sind, durch Groß- und Fettdruck hervorgehoben, Name und Anschrift der Beklagten angegeben.

Die Klägerin ist der Ansicht, daß die Beklagte ihr Warenzeichen verletze. Sie hat beantragt, die Beklagte zu verurteilen,

1. bei Vermeidung von Strafe es zu unterlassen, im Wettbewerb ihre Erzeugnisse unter Bezeichnung "Hubertus" - entweder als Wort oder als Hubertuszeichen - anzubieten,
2. der Klägerin Auskunft darüber zu erteilen, seit wann sie für ihre Erzeugnisse die Bezeichnung "Hubertus" oder das Zeichen des Hubertus-Hirsches im Wettbewerb gebraucht hat, unter Angabe der Art, der Verwendung, auch Angabe von Prospekten, Katalogen, Briefköpfen und dergl.,
3. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die Verwendung des Wortes oder des Zeichens Hubertus im Wettbewerb entstanden ist und noch entstehen wird, und zwar seit Klagezustellung.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt.

In der letzten mündlichen Verhandlung vor dem Landgericht hat nach Stellung der Anträge der Prozeßbevollmächtigte der Beklagten erklärt, diese werde in Zukunft in der Werbung die Worte "Hubertus-Zeichen" nicht mehr verwenden. Der Prozeßbevollmächtigte der Klägerin beantragte insoweit Anerkenntnisurteil und wiederholte im übrigen den vorher gestellten Antrag.

Das Landgericht hat der Beklagten verboten, in Zukunft in ihrer Werbung die Worte "Hubertus-Zeichen" zu verwenden. Im übrigen hat es die Klage abgewiesen. Soweit das Landgericht der Klage stattgegeben hat, hat es das Unterlassungsbegehren der Klägerin nicht sachlich geprüft, sondern in der Erklärung der Beklagten zu diesem Teil des Unterlassungsantrages ein Teilanerkennntnis erblickt und insoweit Anerkenntnisurteil erlassen, ohne dies freilich in der Urteilsformel zum Ausdruck zu bringen.

Gegen dieses Urteil haben die Klägerin Berufung und die Beklagte Anschlußberufung eingelegt.

Die Klägerin hat beantragt, unter Abänderung des angefochtenen Urteils die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Meidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Geld- oder Haftstrafe zu unterlassen, Eßbestecke, insbesondere Tafelmesser, in den Verkehr zu bringen, welche das sog. "Hubertus"-Zeichen - also einen Hirschkopf mit einem Kreuz zwischen den Geweihstangen - tragen,
2. der Klägerin Auskunft darüber zu erteilen, seit wann sie Erzeugnisse der oben beschriebenen Art in den Verkehr gebracht hat, insbesondere in welchen Mengen und zu welchem Preise diese Erzeugnisse verkauft worden sind,
3. der Klägerin Auskunft darüber zu erteilen, seit wann sie im Geschäftsverkehr für die von ihr hergestellten und veräußerten Bestecke mit der Bezeichnung
"das neue Wilke-Besteck mit
Hubertus-Zeichen"
geworben hat; die Auskunft ist unter Angabe der Art und Verwendung von Prospekten, Katalogen, Briefköpfen und dgl. zu erteilen,
4. festzustellen,
daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die

Verwendung der oben erwähnten Wort- oder Bildzeichen in der Werbung der Beklagten entstanden ist oder noch entsteht.

Die Beklagte hat Klageabweisung in vollem Umfange beantragt.

Ferner haben beide Parteien um Zurückweisung des gegnerischen Rechtsmittels gebeten.

Das Berufungsgericht hat unter Zurückweisung der Berufung der Klägerin auf die Anschlußberufung der Beklagten die Klage in vollem Umfange abgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre im zweiten Rechtszuge gestellten Anträge weiter. Die Beklagte bittet um Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe:

Das Berufungsgericht hat weder in der Verwendung des Hubertusbildes auf den Besteckgriffen noch in der Benutzung der Worte "mit Hubertus-Zeichen" auf der Werbekarte einen warenzeichenmäßigen Gebrauch erblickt und sämtliche Klageanträge aus diesem Grunde zurückgewiesen.

I. Die Abweisung derjenigen Klageanträge, welche die Verwendung des Hubertusbildes auf den Besteckgriffen betreffen, hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

1. Das Berufungsgericht führt hierzu aus, eine Verwechslungsgefahr sei überhaupt ausgeschlossen, soweit die Waren der Parteien von Kaufleuten vertrieben würden. Diese prüf-

ten die Warenherkunft nach anderen Gesichtspunkten, nämlich nach dem Herstellerzeichen auf der Schneide des Messers und auf den Rückseiten von Gabel und Löffel. Auch bei solchen Endabnehmern, die das Hubertusbild beim Anblick der Bestecke sähen, aber nicht wüßten, daß es das Hubertus-Zeichen sei, scheide jede Verwechslungsgefahr aus. Es sei aber davon auszugehen, daß der Durchschnittskunde wisse, was das Zeichen bedeute und es als St. Hubertus (den Schutzpatron der Jagd) oder als Jägerzeichen oder als Zeichen aus dem Jagdbereich ansehe. Dieser Personenkreis sehe im Hubertus-Zeichen daher ein Symbol, eine Ausschmückung, aber keinen Herkunftshinweis. Es komme hinzu, daß diese Personen aus eigener Erfahrung wüßten, daß auf den Besteckgriffen Verzierungen und/oder Monogramme angebracht würden, daß die Herstellerbezeichnungen sich jedoch an anderer Stelle befänden. Selbst wenn sie also vorher in einem Katalog oder auf einem Briefkopf das Warenzeichen der Klägerin in der eingetragenen Form oder in der jetzt von der Klägerin gebrauchten Form gesehen haben sollten, wäre eine nicht unerhebliche Gedankenarbeit erforderlich, um beide Zeichen gleichsetzen zu können. Auch ein wirtschaftlicher oder sonstiger Zusammenhang zwischen den Herstellern sei nicht erkennbar. Gemeinsam sei nur die Beziehung zur Jagd.

2. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision können keinen Erfolg haben.

Zur Klarstellung sei bemerkt, daß entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts bei Prüfung der Verwechslungsgefahr allein von der eingetragenen Form des Klagezeichens auszugehen ist. Eingetragen ist lediglich das Wort "Hubertus" ohne jede bildliche Ausgestaltung. Die Klägerin hat nicht geltend gemacht, gerade an der bildlichen Ausgestaltung, in der sie das Wort "Hubertus" auf Briefköpfen und in Werbe-

drucksachen verwendet, ein Ausstattungsschutzrecht im Sinne des § 25 WZG erlangt zu haben. Es ist jedoch anerkannt, daß auch zwischen einem Wort- und einem Bildzeichen Verwechslungsgefahr bestehen kann, wenn der Verkehr beim Anblick des Bildzeichens an das Wortzeichen erinnert werden kann (BGH GRUR 1959, 599, 602 zu Ziff. 3 - Teekanne). Diese Möglichkeit wird regelmäßig umso näher liegen, je stärker die Kennzeichnungskraft des Klagezeichens ist. In dieser Hinsicht könnte daher die Rüge der Revision von Bedeutung sein (§ 286 ZPO), das Berufungsgericht habe den Vortrag der Klägerin nicht beachtet, ihr Warenzeichen sei bereits seit 1899 eingetragen und besitze dementsprechend eine hohe Verkehrsgeltung in Fachkreisen und beim Publikum. Die Beklagte hat dies bestritten. Diese Rüge greift jedoch nicht durch. Denn die Abweisung der Klageanträge, welche die Darstellung des Hubertusbildes durch die Beklagte auf den Besteckgriffen zum Gegenstand haben, hält auch dann der rechtlichen Nachprüfung stand, wenn zu Gunsten der Klägerin von einer starken Kennzeichnungskraft ihres Wortzeichens "Hubertus" ausgegangen wird, und zwar deshalb, weil die Verwendung des Hubertusbildes auf den Besteckgriffen keine zeichenmäßige Benutzung darstellt, die Ansprüche aus dem Warenzeichengesetz auslösen könnte.

Das Urteil wird insoweit durch die von der Revision nicht angegriffenen tatsächlichen Feststellungen des Berufungsgerichts getragen. Ist - wie hier - von der Tatsache auszugehen, daß das Hubertusbild dem Durchschnittskäufer als ein mit der Jagd zusammenhängendes Symbol bekannt ist und daß er ferner weiß, daß die Hersteller von Esbestecken ihre Waren- und Firmenkennzeichnungen nicht auf der Oberseite der Besteckgriffe, sondern auf deren Unterseite bzw. auf der Messerschneide anbringen, andererseits die Oberseite von Bestecken oftmals aus ästhetischen Gründen schmückenden Zierat

tragen, so ist der vom Berufungsgericht hieraus gezogene Schluß rechtlich nicht zu beanstanden, daß das auf der Oberseite der Griffe angebrachte Hubertusbild als schmückendes Jagdsymbol und nicht als Herkunftskennzeichen angesehen wird. Bei dieser Sachlage kommt es aber auf die Stärke einer etwaigen Verkehrsgeltung des Wortzeichens "Hubertus" der Klägerin nicht an, da eine Verwechslungsgefahr im Sinne einer Herkunftsverwechslung schon deshalb ausscheidet, weil der Verkehr die Ausschmückung der Bestecke der Beklagten in Gestalt eines Jagdsymbols nicht als Warenzeichen, sondern als Verzierung wertet, die u.a. auf den Gebrauchszweck dieser Bestecke für den "jagdlichen" Haushalt hinweisen soll.

Der Revision ist zwar zuzugeben, daß auch eine symbolhafte Ausschmückung einen warenzeichenmäßigen Gebrauch darstellen kann, wenn sie auf bestimmten Gegenständen ständig wiederkehrt und sich als Herkunftszeichen durchsetzt. Im vorliegenden Fall kann eine derartige Entwicklung jedoch nicht angenommen werden. Selbst wenn die Beklagte durch starke Werbung ihre Umsätze in dem streitigen Besteck so erhöhen würde, daß der Verkehr Bestecke, die ein Hubertusbild auf der Oberseite der Griffe tragen, ihrer Firma zurechnen würde, so würde dennoch keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 31 WZG eintreten, weil der Verkehr nach wie vor nach Art der Ausgestaltung des Bildes und seiner Anbringung auf den Besteckgriffen hierin kein Warenkennzeichnungsmittel, sondern nur eine auf den besonderen Gebrauchszweck der Bestecke hinweisende Verzierung erblicken würde.

Bei dieser Sachlage kann entgegen der Ansicht der Revision auch keine Rede davon sein, daß sich die Beklagte durch diese Art der Verwendung des Hubertusbildes in einer wettbewerbsrechtlich nach § 1 UWG zu beanstandenden Weise an die Verkehrsbekanntheit des Wortzeichens der Klägerin anhängt.

Ohne Erfolg muß auch die Rüge der Revision bleiben, das Berufungsgericht habe den unter Beweis gestellten Vortrag der Klägerin übersehen, daß es in zwei Fällen zu Verwechslungen gekommen sei. Abgesehen davon, daß das Vorkommen einiger Verwechslungen noch nicht zur Bejahung der Verwechslungsgefahr führen muß, läßt der Vortrag der Klägerin nicht erkennen, daß diese Verwechslungen auf der Verwendung des Hubertusbildes durch die Beklagte beruhen. Vielmehr legt das Vorbringen der Klägerin in seinem Zusammenhang die Annahme nahe, daß diese Verwechslungen auf die Werbeanmeldungen von Einzelhändlern zurückgehen, die ihrerseits bei der Anpreisung die Worte "Hubertuszeichen auf den Griffen" verwendet haben, während in der dazugehörigen Abbildung das Hubertusbild auf den Griffen nicht erkennbar war und der Betrachter den Hinweis daher auf ein Wortzeichen "Hubertus" beziehen konnte (hierzu vgl. Ziff. II 2).

Somit ist die Abweisung der Klageanträge, welche sich auf die Verwendung des Hubertusbildes auf den Besteckgriffen beziehen, rechtlich nicht zu beanstanden.

II. Dagegen hat die Revision Erfolg, soweit sie sich gegen die Abweisung derjenigen Klageanträge richtet, die den von der Beklagten auf ihren Werbebildkarten verwendeten Satz "das neue Wilke-Besteck mit Hubertus-Zeichen" zum Gegenstand haben.

1. Mit Recht hat das Berufungsgericht erörtert, ob es die sachliche Berechtigung des diesbezüglichen Unterlassungsantrages prüfen durfte oder ob ihm dies wegen eines etwa vorliegenden Anerkenntnisses verschlossen war.

Während das Landgericht die Erklärung der Beklagten, künftig die Worte "Hubertus-Zeichen" in der Werbung nicht

mehr verwenden zu wollen, als Teilanerkennnis des Unterlassungsantrages angesehen und sich zur Nachprüfung der sachlichen Berechtigung dieses Klageanspruchs nicht in der Lage gesehen hatte, vertritt das Berufungsgericht dagegen die Auffassung, die Beklagte habe durch diese bei Rechtsstreitigkeiten der vorliegenden Art übliche Erklärung lediglich die Wiederholungsgefahr ausräumen wollen. Dies folgt es insbesondere aus der Tatsache, daß die Beklagte mit ihrem uneingeschränkten Antrag auf Klageabweisung zur Sache verhandelt hat.

Diese Auslegung der von der Beklagten im ersten Rechtszuge abgegebenen Erklärung läßt keinen Rechtsfehler erkennen. Das gilt um so mehr, als die Beklagte zur Begründung ihrer Anschlußberufung vorgetragen hat, mit der vor dem Landgericht abgegebenen Erklärung habe sie zum Ausdruck bringen wollen, daß sie ihrer Ansicht nach keinen Wettbewerbsverstoß begangen habe und daß auch keine Wiederholungsgefahr bestehe; aus diesem Grunde werde das Berufungsgericht über den Anspruch der Klägerin erneut entscheiden müssen.

2. Zu Unrecht hat das Berufungsgericht dagegen auch den Hinweis auf den Werbebildkarten der Beklagten "das neue Wilke-Besteck Nr. 145 mit Hubertuszeichen" als erlaubt angesehen. Es legt hierzu dar, die Werbekarte ergebe eindeutig, daß die abgebildeten Bestecke Wilke-Bestecke seien, weil durch die Angaben "Wilke-Bestecke" links oben, "Wilke-Besteck Nr. 145 mit Hubertus-Zeichen" unter der Abbildung und "Friedrich Wilke - Besteckfabrik" unten, im Druck hervorgehoben, an drei Stellen der eindeutige Hinweis auf die Beklagte und ihren Betrieb enthalten sei. Deshalb schreibe der Verkehr auch den Worten "mit Hubertus-Zeichen" keine warenzeichenmäßige Bedeutung zu. Vielmehr werde dem Hinweis "Wilke-Besteck Nr. 145 mit Hubertus-Zeichen" nur be-

schreibende Bedeutung beigelegt.

Diese Beurteilung hält, wie der Revision zuzugeben ist, einer rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

a) Während die Anbringung des Hubertusbildes auf den Besteckgriffen - wie vorstehend zu Ziff. I 2 dargelegt - nicht im Sinne eines Herkunftshinweises und damit nicht warenzeichenmäßig erfolgt, unterscheidet sich hiervon die Werbung der Beklagten auf der Bildkarte dadurch, daß sie die Worte enthält "mit Hubertus-Zeichen". Damit wird aber unter identischer Verwendung des der Klägerin geschützten Wortzeichens "Hubertus" auf ein "Zeichen" hingewiesen. Es besteht daher die Gefahr, daß der Verkehr, auch wenn er diesen Hinweis auf das auf den Bestecken befindliche Bild eines Hirschkopfes bezieht, aus der Charakterisierung der Bilddarstellung als eines "Zeichens" entnimmt, es handele sich nicht etwa nur um eine Zierzwecken dienende Ausschmückung der Ware mit einem Jagdsymbol, sondern um eine warenzeichenmäßige Kennzeichnung. Da die Beklagte ein solches Warenzeichen jedoch nicht besitzt, liegt insoweit eine Irreführung des Verkehrs vor. Durch diese wettbewerbswidrige Berührung, Inhaber eines entsprechenden Warenzeichens zu sein, werden die beteiligten Verkehrskreise zum Nachteil der Klägerin verwirrt, für die das Wortzeichen "Hubertus" geschützt ist. Das ist aber nach § 1 UWG unzulässig. Entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts wird diese Marktverwirrung nicht dadurch ausgeschlossen, daß auf der Bildkarte an drei Stellen der den maßgebenden Bestandteil des Firmennamens der Beklagten ausmachende Name "Wilke" erscheint. Denn hierdurch wird nicht verhindert, daß diejenigen Verkehrskreise, die nicht wissen, wie der Name des Inhabers des Wortzeichens "Hubertus" lautet, fälschlich die Beklagte als Inhaberin dieses Warenzeichens ansehen.

b) Das Berufungsgericht hat ferner den Vortrag der Klägerin unbeachtet gelassen, die Werbung der Beklagten führe dazu, daß Einzelhändler, welche ihrerseits Werbedrucksachen herausgeben, darin Angaben machten, die ihr - der Klägerin - Zeichenrecht verletzten.

Unstreitig hat ein Einzelhändler, der das Besteck der Beklagten ohne Angabe von deren Namen oder deren Firmenzeichen anbot, in seinem Katalog unter der Abbildung eines Besteckkastens mit Bestecken, auf deren Griffen das Hubertusbild nicht zu erkennen war, angegeben:

"Jäger-Besteckkasten, Roneusil-Edelstahl mit dem Silberglanz. Hubertuszeichen auf den Griffen. Rostfrei, unempfindlich und gerade für Jagdhäuser sehr geeignet."

Da auf der Abbildung weder zu erkennen ist, daß es sich bei dem Zeichen auf den Griffen um das Hubertusbild handelt noch, ob das Zeichen auf der Ober- oder auf der Unterseite der Griffe angebracht ist, liegt die Annahme nahe, daß ein nicht unerheblicher Teil der Katalogleser die Angabe "Hubertus-Zeichen" auf das Wortzeichen "Hubertus" der Klägerin bezieht und den Eindruck gewinnt, es handele sich um ein Besteck desjenigen Unternehmens, welches dieses Warenzeichen führt. Verwechslungsgefahr und zeichenmäßiger Gebrauch des Warenzeichens der Klägerin liegen daher vor.

Für diese Handlungsweise des betreffenden Einzelhändlers ist die die Worte "mit Hubertus-Zeichen" enthaltende Werbung der Beklagten jedoch ursächlich. Der Unterlassungsanspruch der Klägerin ist daher auch aus diesem Grunde gerechtfertigt, zumal außerdem die Gefahr besteht, daß künftig auch andere Einzelhändler ebenfalls solche Werbeangaben machen (vgl. BGH GRUR 1961, 545, 546 f - Plastic-Folien).

3. Die für den Unterlassungsantrag notwendige Wiederholungsgefahr ist gegeben.

Wird der Antrag auf Klagabweisung mit der Begründung aufrechterhalten, die als verletzend beanstandete Handlung sei berechtigt, so wird nach anerkannter Rechtsprechung die Wiederholungsgefahr selbst dann nicht ausgeräumt, wenn der Beklagte im Verlauf des Rechtsstreits das Versprechen abgibt, sich der beanstandeten Handlung in Zukunft zu enthalten (BGHZ 14, 164, 167 f - Constanze II). So liegt es - wie vorstehend zu Ziff. II 1 dargelegt - aber hier.

4. Da sich der Unterlassungsantrag der Klägerin demnach als begründet erwies, war das Urteil des Landgerichts wiederherzustellen, durch das die Beklagte verurteilt worden war, es zu unterlassen, in Zukunft in ihrer Werbung die Worte "Hubertus-Zeichen" zu verwenden.

5. Dagegen ist das Revisionsgericht nicht in der Lage, über den zugehörigen Antrag auf Auskunftserteilung (Berufungsantrag Ziff. 3) und über den Antrag auf Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten abschließend zu erkennen, soweit er sich auf die beanstandete Werbung bezieht (Berufungsantrag Ziff. 4).

Das Landgericht hat diese Anträge wegen fehlenden Verschuldens abgewiesen. Hiermit sowie mit dem weiteren Vorbringen der Parteien hierzu wird sich das Berufungsgericht auseinandersetzen haben. Insoweit war der Rechtsstreit daher zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen, dem auch die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens zu übertragen war.

Krüger-Nieland Pehle Sprenkmann Mösl Alff