

Nachschlagewerk: ja
Amtliche Sammlung: nein

2236 080

UWG § 1; WZG §§ 8, 25

M i c k y - M a u s - O r a n g e n

Wem durch einen zeitlich begrenzten Vertrag der Mitgebrauch einer urheberrechtlich geschützten Warenausstattung eingeräumt worden ist, ist in der Regel auch dann nicht berechtigt, nach Beendigung des Gestattungsvertrages beim Vertrieb seiner Waren auf diese Ausstattung als seine frühere Warenkennzeichnung hinzuweisen, wenn diese sich während der Vertragszeit im Verkehr als Hinweis auf seinen Geschäftsbetrieb durchgesetzt hat.

BGH, Urt. v. 27. Februar 1963 - Ib ZR 180/61

OLG Stuttgart

LG Stuttgart

Ib ZR 180/61

Verkündet am 27. Februar 1963
Grunau, Justizhauptsekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

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

In dem Rechtsstreit

der Firma W. C. [REDACTED] AG, Obst- und Gemüsegroß-
handlung, B. [REDACTED] (Italien), B. [REDACTED] str. [REDACTED] gesetzlich
vertreten durch ihren Alleinvorstand Dr. C. [REDACTED], da-
selbst,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma Ludwig S. [REDACTED] & Co., S. [REDACTED]
[REDACTED], L. [REDACTED]-Straße [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

hat der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 27. Februar 1963 unter Mit-
wirkung des Senatspräsidenten Prof. Dr. h. c. Wilde
und der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Pehle, Ebel
und Claßen

für Recht erkannt:

Die Revision der Beklagten gegen das Urteil
des 3. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
Stuttgart vom 26. Oktober 1961 wird auf
Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

I. Die Klägerin betreibt u.a. den Import von Südfrüchten. Die Beklagte ist eine italienische Exportfirma, die u.a. Orangen aus Sizilien in die Bundesrepublik einführt.

Am 7. Dezember 1956 schloß die Klägerin einen Lizenzvertrag mit der Firma W. D. 's M. GmbH in F. Darin wurde der Klägerin das Recht eingeräumt, von Walt Disney entwickelten Filmfiguren (sogenannte "Walt Disney-characters"), nämlich "Mickey Maus, Donald Duck und seine drei Neffen, Bambi und Pluto, Onkel Dagobert", auf ihren Einwickelpapieren für Orangen innerhalb des Gebietes der Bundesrepublik Deutschland zu verwenden und derartig verpackte Orangen hier in Verkehr zu bringen. In § 2 dieses Vertrages verpflichtete sich die Lizenzgeberin, solche Handlungen keinem Dritten zu gestatten. Andererseits war der Klägerin gemäß § 16 Abs. 2 des Lizenzvertrages untersagt, ohne vorherige schriftliche Einwilligung der Lizenzgeberin die ihr durch den Lizenzvertrag gewährten Rechte auf einen Dritten zu übertragen oder die Ausübung dieser Rechte einem Dritten zu gestatten. Die Klägerin hatte folgende Lizenzgebühren zu bezahlen: Vom Umsatz bis zu 500.000,-- DM 2 %, vom Umsatz zwischen 500.000,-- und einer Million DM 1 %, von dem über eine Million DM hinausgehenden Umsatz 1/2 %.

Die Klägerin schloß sodann mit der Beklagten einen Vertrag vom 14./18. Dezember 1956. Danach sollte die Beklagte auf eigene Rechnung, aber im Auftrag der Klägerin und entsprechend einer Vereinbarung mit der

Werbefirma "plan und form" (Inhaber Walter M[REDACTED]) alle Einwickelpapiere mit den Disney-Figuren beschaffen. Außerdem sollte die Beklagte während der gesamten Geltungsdauer des Vertrages die Kosten der Werbung für die so verpackten "Disney-Orangen" übernehmen und die Werbung nach einem Plan durchführen, der in einem Vertrag vom 7. Dezember 1956 festgelegt war, den die Beklagte im Einvernehmen mit der Klägerin mit der Firma "p[REDACTED] und form" (Inhaber Walter M[REDACTED]) geschlossen hatte. Ferner unterwarf sich die Beklagte allen Verpflichtungen, die von der Klägerin in ihrem Lizenzvertrag mit der W[REDACTED] D[REDACTED]'s M[REDACTED] M[REDACTED] GmbH übernommen worden waren. Davon wurden lediglich die Bestimmungen über die von der Klägerin zu bezahlenden Lizenzgebühren ausgenommen. Dafür sollte die Beklagte der Klägerin im ersten Vertragsjahr 1 % des Verkaufswertes der von der Beklagten zu liefernden Orangen franko Waggon erster italienischer Abgangsstation ersetzen; in der Folgezeit sollte die Beklagte jedoch an die Klägerin dasselbe bezahlen, was diese an D[REDACTED] zu bezahlen hatte. Die Klägerin verpflichtete sich, Orangen "mit Disney-characters" aus Italien nur von der Beklagten zu beziehen, die sie bevorzugt zu beliefern hatte. Außerdem behielt sich die Klägerin das Alleinverkaufsrecht für Orangen mit "Disney-characters" in einer Anzahl genau bestimmter Kreise von Baden-Württemberg vor. Andere deutsche Importfirmen von "Disney-Orangen" sollten im Einvernehmen der Parteien bestimmt und von der Beklagten im Auftrag der Klägerin beliefert werden. Diesen Firmen sollten von der Beklagten gewisse Verpflichtungen zum Schutze der Klägerin auferlegt werden, u.a. auch dieselben Verpflichtungen, die von der Klägerin in ihrem Lizenzvertrag mit der W[REDACTED] D[REDACTED]'s M[REDACTED] M[REDACTED] GmbH übernommen worden waren. Für etwaige

Streitigkeiten aus diesem Vertrag war die Anwendung deutschen Rechtes vereinbart.

Der Vertrag sollte zunächst nur bis 31. Oktober 1957 gelten, sich dann aber jeweils um ein Jahr verlängern, wenn er nicht bis 15. August des laufenden Vertragsjahres schriftlich gekündigt wurde. Kurz vor Ablauf des ersten Vertragsjahres schlossen die Parteien am 18. Oktober 1957 einen im wesentlichen gleichlautenden neuen Vertrag.

Während der Vertragsdauer lieferte die Beklagte an die Klägerin und andere deutsche Importfirmen sizilianische Orangen in von ihr beschafften Einwickelpapieren, die mit dem Namen "Micky-Maus" sowie mit Darstellungen der Mickey-Maus-Figur mit einer Orange in der Hand und mit der Aufschrift versehen waren "gepackt bei W. C. [REDACTED] Filiale C. [REDACTED] (C) W.D.P.". Die Beklagte führte auch eine größere Werbung für diese "Micky-Maus-Orangen" durch. Über die von der Beklagten an andere deutsche Importfirmen gelieferten "Micky-Maus-Orangen" rechnete sie mit diesen jeweils unmittelbar ab.

Am 1. August 1959 kündigte die Klägerin den mit der Beklagten geschlossenen Vertrag zum 31. Oktober 1959, weil die Parteien keine Einigung über die Beteiligung der Beklagten an den Lizenzgebühren erzielen konnten, die jetzt aufgrund eines neuen Vertrages der Klägerin mit der W. [REDACTED] D. [REDACTED]'s M. [REDACTED] - I. [REDACTED] GmbH vom 21. Mai 1959 zu bezahlen waren.

In der Ende Januar 1960 beginnenden neuen Saison brachte die Klägerin weiterhin in gleicher Weise verpackte "Micky-Maus-Orangen" auf den Markt, die sie jetzt von anderen Exportfirmen bezog. Die Beklagte exportierte weiterhin an andere deutsche Firmen gleichartige Orangen wie in den vorangegangenen Jahren. Dazu verwendete sie jetzt Einwickelpapiere, die mit einem kleinen Bären und der Aufschrift "Teddybär" versehen waren. Außerdem veröffentlichte sie ab Ende Januar 1960 in verschiedenen Zeitungen Werbeanzeigen, die den Teddybär darstellten und die Bezeichnung "Teddybär Orangen" herausstellten. Hinter dieser Bezeichnung brachte sie in den Zeitungsanzeigen ein Sternchen an, das auf die letzte Zeile der Anzeige verwies, wo sich dann der Zusatz fand "früher Micky Maus Orangen". Als die Klägerin und die W■■■■D■■■■'s M■■■■-M■■■■ GmbH diesen Zusatz "früher Micky Maus Orangen" beanstandeten, verpflichtete sich die Beklagte mit Anwaltsschreiben vom 18. Februar 1960, diesen Hinweis künftig nicht mehr zu verwenden. Dagegen lehnte sie die von der Klägerin geforderte Anerkennung ihrer Schadensersatzpflicht ab.

- II. Mit der vorliegenden Klage verlangt die Klägerin von der Beklagten Schadensersatz. Sie hat ausgeführt, die Beklagte habe durch den bei ihrer Werbung für die "Teddybär-Orangen" verwendeten Zusatz "früher Micky-Maus Orangen" gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und gegen die §§ 823 Abs. 1, 826 BGB verstoßen. Die Beklagte habe sich durch diesen Zusatz unbefugterweise einer allein der Klä-

gerin für die von ihr vertriebenen Orangen zustehenden Bezeichnung als Vorspann bedient und an ihrem guten Ruf schmarotzt. Das stelle zugleich eine Irreführung des Verkehrs und einen Eingriff in ihren eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb dar. Diese Werbung der Beklagten habe zur Folge gehabt, daß vielfach die "Teddybär-Orangen" als "Mickey-Maus-Orangen" betrachtet und in der irrigen Meinung gekauft worden seien, sie stammten von der Klägerin. Infolgedessen sei ihr Umsatz und damit auch ihr Gewinn ab 27. Januar 1960 schlagartig zurückgegangen und habe erst etwa ab 10. Februar 1960 wieder die normale Höhe erreicht. Zur Abwehr eines drohenden weiteren Schadens sei sie zu zusätzlichen Werbeausgaben in Höhe von 18.474,77 DM gezwungen gewesen. Insgesamt sei ihr durch diese zusätzliche Werbung und durch Gewinnentgang ein Schaden von etwa 40.000,-- DM entstanden. Davon mache sie einen Teilbetrag geltend.

Sie hat beantragt, die Beklagte zur Zahlung von 25.000,-- DM nebst Zinsen zu verurteilen.

Die Beklagte hat beantragt, die Klage abzuweisen. Sie hat den Anspruch nach Grund und Höhe bestritten und ausgeführt, sie sei berechtigt gewesen, in ihrer Werbung für die "Teddybär-Orangen" darauf hinzuweisen, daß sie dieselbe Ware früher unter der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" geliefert habe. Tatsächlich habe es sich auch um dieselben Früchte gehandelt, nämlich um Orangen besonders guter Qualität aus derselben Gegend von Sizilien, die auch nach gleichen Grundsätzen ausgewählt und aufgekauft worden seien.

Im Gegensatz dazu seien die von der Klägerin ab Januar 1960 von anderen Exportfirmen gekauften und weiterhin als "Micky-Maus-Orangen" bezeichneten Früchte ganz anderer Art gewesen. Sie, die Beklagte, sei auch die eigentliche Unternehmerin und Herrin der ganzen Aktion und Werbung für die "Micky-Maus-Orangen" gewesen, denn sie habe die gesamten Werbungskosten getragen, den Werbeauftrag an die Firma "p[redacted] und f[redacted]" erteilt und alle so bezeichneten Orangen in die Bundesrepublik geliefert. Nur ein kleiner Teil dieser Orangen sei an die Klägerin gegangen. Diese habe auch die gesamten Lizenzgebühren auf sie abgewälzt. Die Vertragsbestimmung, daß sie im Auftrag der Klägerin handle, sei nur aufgenommen worden, damit diese keine Schwierigkeiten mit der W[redacted] D[redacted]'s M[redacted]-M[redacted] GmbH bekomme. Da zudem auf den Einwickelpapieren und den Werbeplakaten nicht der Name der Klägerin, sondern nur ihr, der Beklagten, Firmenname aufgedruckt gewesen sei und da auch allein die Qualität der von ihr beschafften Waren den guten Ruf der "Mickey-Maus-Orangen" begründet habe, habe sie an dieser Bezeichnung während der dreijährigen Vertragsdauer ein eigenes, durch Verkehrsgeltung entstandenes Ausstattungsrecht im Sinne des § 25 WZG erworben. Im Verkehr habe sich damals die Auffassung durchgesetzt, daß die "Micky-Maus-Orangen" aus ihrem Betrieb stammten. Dieses Ausstattungsrecht habe sie nach Ablauf des mit der Klägerin geschlossenen Vertrages mindestens noch zu dem Hinweis berechtigt, daß diese Ware früher als "Micky-Maus-Orangen" in den Verkehr gekommen sei.

III. Das Landgericht hat durch Zwischenurteil den Klagsanspruch dem Grunde nach für gerechtfertigt erklärt, und zwar hat es in dem beanstandeten Hinweis der Beklagten einen Verstoß gegen § 3 UWG erblickt. Die Berufung der Beklagten blieb erfolglos. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klagabweisungsantrag weiter. Die Klägerin bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

1. Das Berufungsgericht ist der Auffassung des Landgerichts, daß sich die Beklagte durch den beanstandeten Zusatz "früher Micky-Maus-Orangen" des unlauteren Wettbewerbs schuldig und damit schadensersatzpflichtig gemacht hat, im Ergebnis beigetreten. Es sieht jedoch den Schadensersatzanspruch nicht aus § 3 UWG, sondern nach § 1 UWG aus dem Gesichtspunkt der unzulässigen anlehnenenden Werbung und des Schmarotzens am fremden Arbeitserfolg dem Grunde nach für gerechtfertigt an.

Die Beklagte habe zwar den hohen Werbeaufwand für die "Micky-Maus-Orangen" entweder ganz oder mindestens überwiegend getragen. Auch habe sie die von der Klägerin während der Dauer des zwischen den Streitparteien bestehenden Vertragsverhältnisses an die Mickey-Maus GmbH zu zahlenden Lizenzgebühren unstreitig voll ersetzt. Dies ändere jedoch nichts daran, daß nach dem Wirksamwerden der Kündigung der zwischen den Parteien geschlossenen Verträge allein der Klägerin, nicht dagegen der Beklagten das Recht zugestanden habe,

den Namen und die Darstellung der Micky-Maus mit in der Bundesrepublik Deutschland vertriebenen Orangen in Verbindung zu bringen.

Auf ein eigenes Ausstattungsschutzrecht an der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" könne sich die Beklagte nicht berufen. Der Entstehung eines solchen Rechtes stehe entgegen, daß die Beklagte nach ihren mit der Klägerin getroffenen Vereinbarungen verpflichtet gewesen sei, die von ihr mit "Micky-Maus-Orangen" belieferten Firmen den Bedingungen des zwischen der Klägerin und der M[REDACTED]-M[REDACTED] GmbH abgeschlossenen Lizenzvertrages zu unterwerfen. Deshalb sei dieser Firma auch bekannt gewesen, daß das Lizenzrecht nicht der Beklagten, sondern der Klägerin zustand. Angesichts der Bestimmungen dieses Lizenzvertrages habe auch der Aufdruck auf den Einwickelpapieren "gepackt bei W. C[REDACTED], Filiale C[REDACTED]" nicht bewirken können, daß die Verkehrsauffassung der Beklagten ein Ausstattungsrecht an der strittigen Warenbezeichnung zuschreibe.

Aber selbst wenn sich der Name und die Figur der Micky-Maus während der nicht ganz dreijährigen Dauer des Vertrages zwischen den Parteien innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Kennzeichen für die von der Beklagten in die Bundesrepublik exportierten Orangen durchgesetzt haben sollte, könnte sich die Beklagte der Klägerin gegenüber hierauf nicht berufen. Demstehe § 16 Abs. 2 des Lizenzvertrages der Klägerin mit der M[REDACTED]-M[REDACTED] GmbH entgegen, wonach die Klägerin die sich aus dem Lizenzvertrag ergebenden Rechte keinem Dritten übertragen oder zur Ausübung überlassen dürfe. Diese Bestimmung sei auch im Verhältnis zwischen den Parteien wirksam.

Bei dieser Sachlage sei es unerheblich, daß die jetzigen "Teddybär-Orangen" tatsächlich nach Herkunftsgebiet und Qualität denjenigen Orangen entsprächen, die von der Beklagten bis 31. Oktober 1959 in den Micky-Maus-Einwickelpapieren geliefert worden seien. Auch dies habe der Beklagten kein Recht gegeben, nach Beendigung ihres Vertragsverhältnisses mit der Klägerin bei Einführung ihrer neuen Bezeichnung "Teddybär-Orangen" durch den Hinweis "früher Micky-Maus-Orangen" sich an die Werbung und an den Werbeerfolg für diese Bezeichnung anzuhängen. Nach Beendigung des Vertragsverhältnisses habe vielmehr der Erfolg der gesamten Werbung und der wirtschaftliche Wert der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" allein der Klägerin als der Lizenznehmerin der M. - M. GmbH zugestanden, die auch von diesem Zeitpunkt an allein die Lizenzgebühren zu tragen gehabt hätte. Der beanstandete Hinweis stelle deshalb ein Schmarotzen an einem lediglich der Klägerin zustehenden Arbeitserfolg dar. Hiermit sei auch ein Eindringen in den Kundenkreis der Klägerin verbunden. Der Werbehinweis der Beklagten, daß ihre jetzigen "Teddybär-Orangen" früher als "Micky-Maus-Orangen" vertrieben worden seien, habe eine Beeinflussung dieses Kundenkreises bezweckt, um ihn zum Kauf von "Teddybär-Orangen" anstelle der von der Klägerin weiterhin vertriebenen "Micky-Maus-Orangen" geneigter zu machen. Das sei auch deshalb unlauter, weil die Beklagte aufgrund der vorangegangenen Vertragsbeziehung zu der Klägerin noch nach Vertragsbeendigung zu besonders korrektem Verhalten der Klägerin gegenüber verpflichtet gewesen sei.

2. Die Revision meint, die Beurteilung der Rechtslage beruhe auf einer rechtsirrigen Anwendung von § 1 UWG und verstoße gegen § 242 BGB. Das Berufungsgericht habe den Begriff der anlehnenenden Werbung und des sog. Schmarotzens am fremden Arbeitserfolg verkannt. Nach dem Sinne des § 1 UWG könne nur an f r e m d e r Werbung, an f r e m d e m Wettbewerbserfolg schmarotzt werden. Das setze voraus, daß entweder mittels täuschender Maßnahmen fremder guter Ruf ausgenutzt und dadurch der Verkehr irregeführt werde oder daß - auch ohne Irreführung des Verkehrs - planmäßig das Ziel verfolgt werde, sich den guten Ruf einer fremden Ware zunutze zu machen. Diese Voraussetzungen seien aber im Streitfall nicht erfüllt. Die "Teddybär-Orangen" stammten aus dem gleichen Herkunftsgebiet und hätten die gleiche Qualität wie die von der Beklagten früher vertriebenen "Micky-Maus-Orangen". Der Werbeaufwand für die Einführung der "Micky-Maus-Orangen" sei bis zur Beendigung des Vertragsverhältnisses der Parteien ganz oder fast ganz von der Beklagten getragen worden. Die Lizenzgebühren in dieser Zeit hätten überhaupt ausschließlich die Beklagte belastet. Mithin habe die Beklagte durch den Hinweis darauf, daß die "Teddybär-Orangen" die früheren "Micky-Maus-Orangen" seien, nicht f r e m d e n guten Ruf zur Empfehlung der eigenen Ware ausgenutzt.

Das Berufungsgericht übersehe, daß der Vorwurf des Schmarotzens nicht die Beklagte, sondern umgekehrt die Klägerin treffe. Denn seit der Auflösung ihres Vertrages mit der Beklagten nutze die Klägerin den

Erfolg der von der Beklagten mühevoll unter Kostenaufwand tatkräftig durchgeführten Werbung für den Vertrieb von Orangen aus, den die Klägerin nunmehr ohne Einschaltung der Beklagten beziehe. Ein Lizenzgeber habe in einem Fall wie dem vorliegenden, wenn der Lizenznehmer für gleichartige Waren als einziger lange Zeit hindurch in beträchtlichem Umfange das Zeichen benutzt habe und dieses Benutzungsrecht mit der Beendigung des Lizenzvertrages aufhöre, nach Treu und Glauben und mit Rücksicht auf das Bedürfnis nach einem Schutz der Allgemeinheit gegen Qualitäts- oder Herkunftstäuschungen die weitere Nutzung des Zeichens zu unterlassen. Dies müsse auf jeden Fall zumindestens für eine Übergangszeit gelten, nämlich so lange, wie in den beteiligten Verkehrskreisen die unter dem fraglichen Zeichen in Verkehr gebrachten Waren als aus dem Betrieb des Lizenznehmers stammend angesehen würden. Für welchen Zeitraum aus diesem Grund die Klägerin nach Treu und Glauben verpflichtet sei, sich ihrerseits zur Vermeidung einer Qualitäts- und Herkunftstäuschung der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" nach Beendigung des Vertragsverhältnisses zwischen den Parteien zu enthalten, könne dahinstehen. In jedem Falle habe es aber der Beklagten nicht verwehrt sein können, einen aufklärenden Hinweis darauf zu bringen, daß die bisher von ihr vertriebenen Orangen nicht mehr unter der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen", sondern unter der Bezeichnung "Teddybär-Orangen" geliefert würden. Der Hinweis der Beklagten "früher Micky-Maus-Orangen" stelle mithin lediglich eine Abwehrmaßnahme der Beklagten dar, die dazu diene, das Ausnutzen des guten Rufes der Beklagten und der von ihr als "Micky-Maus-Orangen" bisher gelieferten Ware

durch die Klägerin zu verhindern. Durch einen derartigen, nur vorübergehend gebrauchten aufklärenden Hinweis, werde der Verkehr nicht getäuscht, sondern im Gegenteil auf die wahren Verhältnisse aufmerksam gemacht. Die Klägerin dagegen täusche den Verkehr, indem sie unter der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" Orangen anderer Herkunft und Qualität vertreibe.

Auch sei es rechtlich zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht ein Ausstattungsrecht der Beklagten an der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" verneine. Dem Kreis der Letztverbraucher, auf deren Auffassung es entscheidend ankomme, sei nicht bekannt, wer den Lizenzvertrag mit der M. M. GmbH geschlossen habe. Ausstattungsschutz habe nicht derjenige erworben, der die Lizenz erhalten habe, sondern derjenige, der mit ihr Liefererfolge erziele und bekannt geworden sei. Da die Klägerin selbst das in dem Lizenzvertrag mit der M. M. GmbH niederglegte Verbot einer Weitergabe der Lizenz übertreten habe, könne sie sich gemäß § 242 BGB gegenüber dem Ausstattungsschutz der Beklagten nicht auf dieses Verbot berufen.

3. Diesen Angriffen der Revision muß der Erfolg versagt bleiben.

Rechtsirrtumsfrei geht das Berufungsgericht davon aus, daß die von Walt Disney geschaffene Micky-Maus-Figur ein nach § 1 KunstUrhG geschütztes Werk der bildenden Kunst ist, und es sich bei dem zwischen der W. D. GmbH und der Klägerin geschlossenen Abkommen um einen auf § 15 KunstUrhG beruhenden Lizenzvertrag handelt. Dahinstehen kann, ob auch das Wort "Micky-Maus" - oder

die von der Klägerin gewählte Schreibweise "Micky-Maus" - urheberrechtlich geschützt ist und ob die Klägerin als Lizenznehmerin der M■■■■-M■■■■ GmbH Ansprüche wegen eines urheberrechtlichen Verletzungstatbestandes im eigenen Namen geltend machen kann. Denn maßgebend für die Entscheidung des Streitfalls ist allein die vertragliche und wettbewerbsrechtliche Rechtslage.

Das Recht, die Micky-Maus-Figur als Warenkennzeichnung für Orangen zu verwenden, steht für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland unstreitig allein der Klägerin zu, und zwar aufgrund ihres mit der M■■■■-M■■■■ GmbH abgeschlossenen Lizenzvertrages. Hieraus aber folgt, daß auch allein die Klägerin berechtigt ist, die Wortbezeichnung "Micky-Maus" für Orangen innerhalb dieses räumlichen Gebiets zu verwenden. Denn wer das Wort "Micky-Maus" oder "Micky-Maus" als Warenbezeichnung gebraucht, nutzt infolge der engen Gedankenverbindung zwischen der Figur und dem Wort damit auch zugleich die Figur für seine geschäftlichen Zwecke aus (BGH GRUR 1960, 144 - Bambi).

Zu Recht hat bei dieser Sachlage das Berufungsgericht die Klägerin während der Dauer ihres Lizenzvertrages mit der M■■■■-M■■■■ GmbH innerhalb der Bundesrepublik als "Horrrin" dieser Warenkennzeichnung, soweit sie für Orangen verwendet wird, bezeichnet. Die Beklagte dagegen leitete ihre Berechtigung, Orangen unter der fraglichen Bezeichnung in die Bundesrepublik zu exportieren, der Klägerin gegenüber allein aus ihren mit der Klägerin abgeschlossenen Verträgen her. Mit der Beendigung dieser Verträge entfiel deshalb auch die Befugnis der Beklagten, sich der fraglichen Bezeich-

nung zur Kennzeichnung für die von ihr in die Bundesrepublik eingeführten Orangen zu bedienen.

Dies wird auch offenbar von der Beklagten, die seit der Lösung ihrer Vertragsbeziehungen zu der Klägerin ihre Orangen unter der Bezeichnung "Teddybär-Orangen" auf den Markt bringt, nicht verkannt. Die Beklagte irrt jedoch, wenn sie meint, sie sei während einer Übergangszeit berechtigt gewesen, ihre Abnehmer darauf hinzuweisen, daß sie ihre Orangen früher unter der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" vertrieben habe. Es liegt auf der Hand, daß durch einen derartigen Hinweis die Klägerin in der Auswertung dieser Bezeichnung für ihre eigenen Waren empfindlich beeinträchtigt wird. Hierbei kann dahinstehen, ob dieser Hinweis geeignet ist, bei den Abnehmern der Klägerin den irrigen Eindruck hervorzurufen, mit der Bezeichnung "Micky-Maus" versehene Orangen seien nun überhaupt nicht mehr zu erhalten, oder ob die Abnehmer der Klägerin aus diesem Hinweis schließen, die Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" stände nunmehr einer anderen Firma zu und biete somit keine Gewähr dafür, daß es sich um Orangen gleicher Güte wie die bisher unter dieser Bezeichnung auf den Markt gebrachten Orangen handle. Denn beide Vorstellungen wären dem durch die bisherigen Werbemaßnahmen erzielten Werbewert der fraglichen Bezeichnung abträglich.

Eine solche auch nur vorübergehende Bezugnahme desjenigen, der sich vertraglich den Mitgebrauch einer urheberrechtlich geschützten Warenausstattung für von ihm vertriebene Waren für einen begrenzten Zeitraum hat einräumen lassen, auf diese von ihm während

der Vertragsdauer verwendete Warenkennzeichnung zur Werbung für seine Waren nach Ablauf des Gestattungsvertrages ist unvereinbar mit Sinn und Zweck der zeitlichen Begrenzung einer solchen Gestattung. Die gegenteilige Auffassung würde zu dem unhaltbaren Ergebnis führen, daß jeder, dem beispielsweise an einer Handelsmarke eine zeitlich begrenzte Gebrauchslizenz eingeräumt worden ist, auch nach Ablauf des Lizenzvertrages noch darauf hinweisen dürfte, daß er seine Waren während der Dauer des Lizenzvertrages unter der fraglichen Marke vertrieben habe. Das aber würde auf eine wirtschaftliche Entwertung der Marke für ihren eigentlichen Inhaber hinauslaufen, weil hierdurch eine Verkehrsverwirrung heraufbeschworen würde, die den Lizenzgeber in der eigenen Auswertung seiner Marke erheblich behindern würde.

Es ist deshalb dem Berufungsgericht beizupflichten, daß es für die Entscheidung des Streitfalles unerheblich ist, ob die Vereinbarung, wonach der Beklagten nur "im Auftrag" der Klägerin von der fraglichen Warenausstattung Gebrauch machen durfte, ernst gemeint war. Denn selbst wenn die Klägerin der Beklagten unter Verstoß gegen ihre der M. - M. GmbH gegenüber übernommenen Verpflichtungen eine echte Unterlizenz an dieser unter Urheberschutz stehenden Warenausstattung eingeräumt haben sollte, wären jegliche Rechte der Beklagten, in ihrer Werbung auf diese Warenausstattung zurückzugreifen, mit dem Ende ihrer Vertragsbeziehungen zu der Klägerin erloschen.

Zu Recht hebt das Berufungsgericht hervor, daß die Beklagte, wenn sie sich über die Vertragsdauer hinaus noch für eine gewisse Übergangszeit den Werbewert der

strittigen Bezeichnung habe sichern wollen, dies einer entsprechenden Vereinbarung bedurft hätte. Wenn die Revision demgegenüber meint, die Klägerin sei auch ohne eine dahingehende Abrede nach den Grundsätzen von Treu und Glauben gehalten, den fraglichen Hinweis zu dulden, so ist diese Ansicht, wie das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei ausführt, unvereinbar mit den Verpflichtungen, die die Klägerin der M■■■■-M■■■■ GmbH gegenüber gemäß Ziff. 16 Abs. 2 des Lizenzvertrages übernommen und denen sich die Beklagte bei ihren Vereinbarungen mit der Klägerin ausdrücklich unterworfen hat. Unstreitig wußte die Beklagte, daß die Klägerin sich verpflichtet hatte, die ihr eingeräumten Lizenzrechte nicht Dritten zu überlassen. Gerade um der Klägerin seitens der M■■■■-M■■■■ GmbH den Vorwurf einer Verletzung dieser Verpflichtung zu ersparen, hatten die Parteien nach dem eigenen Sachvortrag der Beklagten die zwischen ihnen geschlossenen Verträge so abgefaßt, daß die Beklagte die Mickey-Maus-Figur nur "im Auftrag" der Klägerin zur Kennzeichnung ihrer Waren verwenden durfte. Selbst wenn es sich bei dieser Vertragsfassung, wie die Beklagte behauptet, nur um eine Scheinabrede gehandelt haben und ein echtes Auftragsverhältnis von den Parteien nicht gewollt gewesen sein sollte, steht der dargelegte unstreitige Sachverhalt der Annahme entgegen, die Beklagte habe nach Treu und Glauben mit einem stillschweigenden Einverständnis der Klägerin rechnen können, nach Beendigung ihrer Vertragsbeziehungen vorübergehend den beanstandeten Hinweis zu verwenden. Denn ein solches Einverständnis hätte eindeutig und der Lizenzgeberin der Klägerin ohne weiteres erkennbar gegen die Ver-

pflichtung verstoßen, die die Klägerin in Ziff. 16 Abs. 2 ihres Lizenzvertrages mit der M. GmbH übernommen hatte.

Entgegen der Meinung der Revision ist die Rechtslage im Streitfall auch nicht etwa deshalb anders zu beurteilen, weil die Beklagte während der Dauer ihrer Vertragsbeziehungen zu der Klägerin im Innenverhältnis nicht nur die seitens der Klägerin an die M. GmbH zu zahlenden Lizenzgebühren, sondern auch nahezu den gesamten Werbeaufwand für die Verkehrsdurchsetzung der fraglichen Warenausstattung getragen hat. Dies mag den Vorwurf einer unzulässigen Anlehnung an fremde Werbung und des Schmarotzens am fremden Arbeitserfolg entgegenstehen, ändert aber nichts daran, daß nach Beendigung der Vertragsbeziehungen zwischen den Parteien die fragliche Warenausstattung uneingeschränkt in den Herrschaftsbereich der Klägerin zurückfiel. Da die Beklagte nur einen zeitlich begrenzten Vertrag über die Mitbenutzung der der Klägerin zustehenden Warenausstattung geschlossen hatte, mußte sie sich bereits bei Abschluß dieses Vertrages darüber im klaren sein, daß eine Steigerung des wirtschaftlichen Wertes dieser Warenausstattung durch die auf ihre Kosten durchgeführten Werbemaßnahmen nach dem Vertragsende allein der Klägerin als der rechtmäßigen Inhaberin der Lizenzrechte an dieser Warenausstattung zugute kommen würde. Ein solches Risiko trägt jeder Geschäftsinhaber, der für seine Waren unter Verwendung einer Ausstattung wirbt, an der ihm kein originäres eigenes Recht zusteht, die ihm vielmehr nur zum zeitweiligen Gebrauch vorübergehend von einem Dritten zur Kennzeichnung seiner Waren überlassen worden ist.

Deshalb kann auch dahinstehen, ob sich während der Dauer des Vertragsverhältnisses der Parteien die fragliche Warenausstattung innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Herkunftshinweis auf die Beklagte durchgesetzt hat und ob die von der Beklagten unter der Bezeichnung "Teddybär" vertriebenen Orangen von gleicher Güte sind und von den gleichen Erzeugern stammen, wie die früher unter der Bezeichnung "Micky-Maus" von der Beklagten auf den Markt gebrachten Orangen. Denn selbst wenn die Beklagte an der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" gemäß § 25 WZG ein Ausstattungsschutzrecht erworben haben sollte und die Allgemeinheit durch den fraglichen Hinweis nicht irregeführt werden würde, könnte die Beklagte sich aus den dargelegten Gründen der Klägerin gegenüber hierauf nicht zur Rechtfertigung ihres Vorgehens berufen. Denn die Verkehrsgeltung einer urheberrechtlich geschützten Warenausstattung, die derjenige erwirbt, dem diese Ausstattung von dem zu ihrer Benutzung Berechtigten vorübergehend zum Mitgebrauch überlassen worden ist, kommt nach Beendigung dieser Gebrauchsüberlassung grundsätzlich dem Überlassenden zugute (vgl. BGH GRUR 1959, 87 Fischl für Etablissementsbezeichnung). Der Nachteil, nach Ablauf der Überlassungsvereinbarung nicht mehr aus den für die Verkehrsdurchsetzung der fraglichen Bezeichnung aufgewendeten Kosten und Mühen selbst Nutzen ziehen zu können, trifft, wie bereits hervorgehoben wurde, jeden, der seine Waren unter einer Kennzeichnung auf den Markt bringt, deren Gebrauch ihm nur aus einem abgeleiteten Recht zusteht, das zeitlich begrenzt ist.

Dies verkennt die Revision, wenn sie glaubt, aus den von der Beklagten auf eigene Kosten durchgeführten Werbemaßnahmen und der "Wahrheit" des fraglichen

Hinweises eine Rechtfertigung für die Bezugnahme der Beklagten auf die nach Beendigung der Vertragsbeziehungen zwischen den Parteien allein der Klägerin zustehenden Warenausstattung herleiten zu können. Es bedarf deshalb keiner Erörterung der Angriffe der Revision gegen die vom Berufungsgericht vertretene Auffassung, wonach es unwahrscheinlich sei, daß die Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" sich als Hinweis auf die Beklagte innerhalb beteiligter Verkehrskreise durchgesetzt habe.

Aber auch aus dem Gesichtspunkt einer Abwehrmaßnahme läßt sich entgegen der Ansicht der Revision der fragliche Hinweis der Revision nicht rechtfertigen. Selbst wenn zugunsten der Beklagten unterstellt wird, daß der Verkehr durch die Weiterbenutzung der fraglichen Warenausstattung durch die Klägerin nach Abbruch ihrer Vertragsbeziehungen zu der Beklagten irreführt werde, weil ihr unter dieser Bezeichnung nicht mehr von der Beklagten bezogene Orangen angeboten werden und die nunmehr von der Klägerin vertriebenen Orangen schlechterer Qualität sind - was die Klägerin bestreitet -, würde dies die Beklagte nicht berechtigen, die fragliche Warenausstattung nach Auflösung ihres Vertrages mit der Klägerin weiterhin ihren Individualinteressen nutzbar zu machen. Denn durch den beanstandeten Hinweis der Beklagten wird einer etwaigen Täuschung der Allgemeinheit über die Güte der von der Klägerin unter der Bezeichnung "Micky-Maus" angebotenen Orangen in keiner Weise entgegengetreten. Der Hinweis beschwört vielmehr nur die Gefahr einer Marktverwirrung insofern herauf, als den beteiligten Verkehrskreisen, denen einerseits ein Angebot der "Teddybär-Orangen" der Beklagten mit dem Hinweis "früher Micky-Maus-

Orangen" und andererseits die fortlaufende Werbung der Beklagten für "Micky-Maus-Orangen" entgegentritt, unklar bleibt, für welche Orangen nun die fragliche Bezeichnung zu Recht gebraucht wird.

Abgesehen hiervon steht der Auffassung, die Klägerin habe durch die Weiterbenutzung der Bezeichnung "Micky-Maus-Orangen" nach Lösung ihrer Vertragsbeziehungen zu der Beklagten gegen § 3 UWG verstoßen, bereits der Umstand entgegen, daß die Klägerin während der Vertragszeit mit der Beklagten ebenfalls diese Warenkennzeichnung für die von ihr auf den Markt gebrachten Orangen benutzte und es sich hierbei - für den Verkehr erkennbar - nicht um einen Hinweis auf die Erzeugerstätte, sondern die Vertriebsfirma der fraglichen Orangen handelte. Hiernach aber scheidet eine Irreführung der Allgemeinheit durch die Weiterbenutzung dieser Warenausstattung durch die Klägerin schon deshalb aus, weil der Verkehr nicht erwartet, daß ein Handelsunternehmen seine unter gleichbleibender Kennzeichnung vertriebenen Waren stets von den gleichen Erzeugern oder Zulieferanten beziehe.

Nach alledem ist es rechtlich nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht in dem beanstandeten Hinweis der Beklagten einen Verstoß gegen § 1 UWG erblickt hat, wobei sich die wettbewerbliche Unlauterkeit des Verhaltens der Beklagten zwar weniger aus den zum Schmarotzen am fremden Arbeitserfolg und fremder Werbung entwickelten Rechtsgrundsätzen, als vielmehr daraus ergibt, daß die Beklagte den wirtschaftlichen Wert dieser der Klägerin zustehenden Warenausstattung zu einem Zeitpunkt zum Nachteil der Klägerin für sich ausgebeutet hat, in dem sie hierzu

infolge der Beendigung ihrer Vertragsbeziehungen zu der Klägerin nicht mehr berechtigt war.

4. Auch ein Verschulden der Beklagten hat das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei bejaht. Das Berufungsgericht führt hierzu aus, daß die Beklagte, wenn sie sich über die Rechtslage nicht klar gewesen sei, sachverständigen Rat hätte einholen müssen. In dieser Richtung aber hat die Beklagte nichts dargetan. Zu Recht hebt das Berufungsgericht weiterhin hervor, daß es sich nicht etwa um einen neuen Tatbestand handele, zu dem die Rechtsprechung noch keine festen Rechtsgrundsätze entwickelt habe, sondern es nur um eine besondere Variante der sog. anlehnenen Werbung gehe, deren Unzulässigkeit in der Rechtsprechung seit langem anerkannt sei. Auch hiergegen sind rechtliche Bedenken nicht zu erheben.
5. Die Revision wendet sich ferner gegen die Annahme des Berufungsgerichts, wonach nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge davon auszugehen sei, daß der Klägerin durch die unzulässige Werbebehauptung der Beklagten ein Schaden entstanden sei. Das Berufungsgericht nimmt in diesem Zusammenhang auf die Ausführungen des erstinstanzlichen Urteils Bezug. Das Landgericht hat dargelegt, durch die Werbebehauptung der Beklagten sei bei den Verbrauchern die Vorstellung erweckt, der Lieferant der ihnen bekannten "Micky-Maus-Orangen" habe lediglich den Namen geändert, "Micky-Maus-Orangen" gebe es nun nicht mehr und sie hätten deshalb "Teddybär-Orangen" oder mehr "Teddybär-Orangen" gekauft, als wenn es sich um eine neue, noch völlig unbekannte und nicht als Nachfolger der "Micky-

Maus-Orangen" bezeichneten Markte gehandelt hätte. Es seien auch Zweifel aufgetreten, ob die auf den Markt kommenden "Micky-Maus-Orangen" nun die gleiche Gewähr für Güte böten wie in den vorangegangenen Jahren oder dies nur bei den "Teddybär-Orangen" der Fall sei, da ja die "Micky-Maus-Orangen" jetzt anscheinend von einem anderen Lieferanten stammten, von dessen Zuverlässigkeit man sich noch nicht habe überzeugen können. Diese in die Verbraucherkreise getragenen Unsicherheiten müßten sich notwendigerweise nachteilig auf den Absatz der Klägerin und damit auf ihren Gewinn ausgewirkt haben.

Die Revision rügt demgegenüber, das Berufungsgericht sei unter Verletzung von § 286 ZPO nicht den Beweisangeboten der Beklagten nachgegangen, wonach der von der Klägerin behauptete Umsatzrückgang auf andere Ursachen zurückzuführen sei. Die Beklagte habe darauf hingewiesen, daß der Ruf der "Micky-Maus-Orangen" entscheidend von der Leistungsfähigkeit des Exporteurs im Ursprungsland abhängen und habe unter Beweis gestellt, daß "Micky-Maus-Orangen", die über ein^{en} Schweizer Vertreter nach Tirol geliefert wurden, wegen ihrer schlechten Qualität keinen guten Namen hätten. Auch habe sie vorgetragen, daß der Gewinnausfall der Klägerin auch darauf beruhe, daß die Klägerin selbst unter der Bezeichnung "Micky-Maus" nur minderwertige Orangen vertrieben hätte.

Auch diese Rügen sind unbegründet. Das Berufungsgericht hatte keine Veranlassung, diesen Behauptungen der Beklagten nachzugehen, weil sie nicht entscheidungserheblich waren. Denn selbst wenn sie zugunsten der Beklagten als richtig unterstellt wären, wird

hierdurch der erhebliche Werbewert der strittigen Warenkennzeichnung nicht infrage gestellt. Andernfalls hätte die Beklagte auch keine Veranlassung gehabt, bei der Werbung für ihre Orangen auf diese früher von ihr benutzten Warenausstattung hinzuweisen. Wenn in einzelnen Gebieten, wie in Tirol, die Verwendung dieser Bezeichnung dem Absatz der Ware nicht förderlich sein sollte, kann hieraus nicht gefolgert werden, daß das Gleiche auch für das Absatzgebiet der Klägerin gilt.

Sollte aber die Klägerin, wie die Beklagte behauptet, nach Beendigung ihrer Vertragsbeziehungen zu der Beklagten unter dieser Warenausstattung minderwertige Orangen auf den Markt gebracht haben und hierauf Einnahmeausfälle der Klägerin zurückzuführen seien, so schließt dies nicht aus, daß als weiterer Grund für den Absatzrückgang der Klägerin auch die Aushöhlung des wirtschaftlichen Wertes dieser Warenkennzeichnung für die Klägerin durch das beanstandete Vorgehen der Beklagten in Betracht kommt. Es entspricht vielmehr aus den vom Landgericht dargelegten Gründen der Lebenserfahrung, daß die Marktverwirrung, die der beanstandete Hinweis der Beklagten heraufbeschworen hat, sich nachteilig auf den Absatz der Klägerin ausgewirkt hat. Für den Erlass eines Grundurteils über den geltend gemachten Schadensersatzanspruch aber reicht es aus, wenn die Wahrscheinlichkeit eines ziffernmäßig feststellbaren Schadens dargetan ist (RGZ 103, 220).

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

Wilde

Krüger-Nieland

Pehle

Ebel

Claßen