

20. 1. Steht der offenen Handelsgesellschaft, in deren Firma der Familienname eines oder mehrerer Teilhaber vorkommt, außer dem Firmenrecht auch ein Namensrecht aus § 12 BGB. zu?
2. Über den Begriff des unbefugten Gebrauchs eines Namens (§ 12 BGB.) im geschäftlichen Verkehr.
3. Zur Auslegung des § 14 WZG. und des § 16 UaWZG.

II. Zivilsenat. Urf. v. 11. Juni 1926 i. S. Haus Neuerburg off. H.-G. u. Gen. (Rl.) w. Neuerburg Akt.-Ges. (Bekl.). II 327/25.

- I. Landgericht Hamburg, Kammer für Handelsfachen.
 II. Oberlandesgericht daselbst.

Die Klägerin, die offene Handelsgesellschaft Zigarettenfabrik „Haus Neuerburg“, deren Inhaber drei Brüder Namens Neuerburg sind, besteht seit dem Jahre 1908; ihre Hauptniederlassung befindet sich in Trier, Zweigniederlassungen unterhält sie in Köln, Dresden und Hamburg. Sie hat sich für Rohtabakfabrikate und Zigarettenpapier seit 1908 zahlreiche Warenzeichen eintragen lassen, die teils als Wortzeichen das Wort „Neuerburg“ allein oder in Verbindung mit einem anderen Wort, teils als zusammengesetzte Zeichen das Wort „Neuerburg“ oder „Haus Neuerburg“ neben einem figürlichen Teil enthalten. Die Beklagte ist die im Jahre 1921 in Linz a. Rh. gegründete Firma „Neuerburg Aktiengesellschaft“, deren Geschäftsbetrieb in der Herstellung und dem Vertrieb von Weinbrand und Likören besteht, die aber nach der Satzung befugt ist, das Unternehmen auch auf Geschäfte anderer Art auszudehnen; einer ihrer Gründer, Paul Neuerburg, betreibt daneben in Linz unter der Firma „Paul Neuerburg G. m. b. H.“ ein Weingeschäft.

Die Klägerin erblickt darin, daß das von ihr schlagwortartig verwendete Wort „Neuerburg“ von der Beklagten in gleicher Weise als Firmen- und Warenbezeichnung benutzt wird, einen Mißbrauch ihres Namens und ihrer Firma, da hierdurch die Gefahr von Verwechslungen begründet und außerdem, davon unabhängig, der gute Ruf, dessen sich die Klägerin auf Grund der Güte ihrer Waren in Verbindung mit einer vieljährigen kostspieligen Klame erfreue, mühelos ausgebeutet werden solle. Der Klagenanspruch, der dahin geht, daß die Beklagte den Gebrauch des Wortes „Neuerburg“ als Firmen- und Warenbezeichnung ohne Hinzufügung eines Vornamens zu unterlassen habe, wird auf §§ 12, 826 BGB., §§ 1, 16 UnlWG. und auf § 14 WBG. gestützt.

Das Landgericht untersagte der Beklagten, beim Vertrieb von Wein und Likören das Wort „Neuerburg“ in Verbindung mit Zigarettenmarken oder Bildzeichen, die für die Klägerin als Warenzeichen eingetragen sind, oder in Verbindung mit Rittern mit Schild, Schwert oder Bisler, mit einer getürmten Burg oder mit gezacktem Fünfeck zu benutzen, soweit solche Ausstattung nicht in einer Weise

ausgeführt sei, welche die Gefahr der Verwechslung mit dem Geschäftsbetrieb der Klägerin ausschließe; der weitergehende Klagenanspruch wurde abgewiesen. Das Oberlandesgericht verurteilte die Beklagte auch nur eingeschränkt und zwar dahin: sie habe beim Vertrieb von Weinen und Likören die Verwendung des Wortes „Neuerburg“ zur Bezeichnung ihres Unternehmens für den Fall zu unterlassen, daß das Wort mit gewissen Warenzeichen der Klägerin oder mit einem geachteten Fünfeck in Verbindung gebracht würde.

Beide Teile legten Revision ein; die der Klägerin hatte Erfolg, die der Beklagten wurde zurückgewiesen.

Aus den Gründen:

Das Berufungsgericht hält das Verlangen, daß die Beklagte die Benutzung des Wortes „Neuerburg“ als Firmen- und Warenbezeichnung ohne Hinzufügung eines Vornamens zu unterlassen habe, für unbegründet. Diese Auffassung wird von der Revision der Klägerin mit Recht beanstandet. Allerdings ist ihr Standpunkt, daß der Anspruch ohne weiteres schon aus § 14 WZG. begründet sei, verfehlt und zwar zunächst deshalb, weil nach dieser Vorschrift die widerrechtlich bezeichneten Waren, soweit es sich um angebliche Verwendung eines der der Klägerin geschützten, das Wort „Neuerburg“ enthaltenden älteren Warenzeichen oder einer diesen Zeichen zum Verwechseln ähnlichen Bezeichnung handelt, nach der ständigen Rechtsprechung des Reichsgerichts den für die Klägerin in das Warenverzeichnis eingetragenen Waren gleich oder gleichartig sein müssen (WZG. § 5). Das ist hier — einerseits Zigaretten, andererseits Liköre — selbstverständlich nicht der Fall. Aber auch der unabhängig vom Zeichenschutz dem Namen und der Firma gewährte Schutz reicht nicht weiter, als zur Beseitigung der Gefahr der Verwechslung der widerrechtlich bezeichneten Waren mit denen des Namensträgers oder Firmeninhabers erforderlich ist. Diese Gefahr kann schon durch die Erweckung des Anscheins entstehen, als stehe die widerrechtlich bezeichnete Ware in besonderer Beziehung zum fremden Namensträger oder Firmeninhaber, sei es, daß diese selbst als Erzeuger hingestellt werden oder daß irgendwelche Einwirkung ihrer Person etwa auf die Herstellung der Ware oder auf nachträgliche Kontrolle des Fabrikats zum Ausdruck gebracht wird; denn solche Mittel sind den Anschein zu erwecken geeignet, als handle es sich nicht nur um eine nach der

Fabrikationsart des fremden Firmeninhabers hergestellt, sondern um eine in engerer Beziehung zu ihm stehende Ware (RGStr. Bd. 29 S. 331 und Bd. 31 S. 30). Lassen schon diese Erfordernisse die Anwendbarkeit des § 14 WZG., der nur die Benutzung von fremden Namen, Firmen oder Warenzeichen zur Warenbezeichnung regelt, wegen der Verschiedenartigkeit der beiderseitigen Waren als zweifelhaft erscheinen, so wäre auch dieser beschränkte Unterlassungsanspruch doch nur im Falle wissentlichen oder grob fahrlässigen Handelns gegeben (RG. in JW. 1901 S. 309). Das Berufungsgericht hat aber nur Fahrlässigkeit der Beklagten angenommen. Es kommt daher auf die Prüfung der anderen Klagegründe (§ 12 BGB. und § 16 UWZG.) an.

Die vom erkennenden Senat in RGZ. Bd. 83 S. 422 ohne nähere Begründung ausgesprochene Ansicht, daß die offene Handelsgesellschaft, gleichviel, ob der Personennamen ihrer Gesellschafter in der Firma enthalten ist oder nicht, kein Namensrecht, sondern nur ein Firmenrecht habe, kann bei nochmaliger Prüfung der Frage nicht aufrecht erhalten werden. Die offene Handelsgesellschaft ist zwar keine juristische Person wie die Aktiengesellschaft und die G. m. b. H., zu deren Gunsten das Reichsgericht (vgl. RGZ. Bd. 100 S. 186 und Urteil des erkennenden Senats vom 20. November 1925 II 62/25 in W. u. W. 25 S. 157) den Namensschutz anerkennt; sie ist aber doch die unter ihrem Namen (der Firma) zusammengesetzte Gesamtheit der Gesellschafter, und wenn in dieser Bezeichnung der von einem Gesellschafter für die Benennung der Gesellschaft zur Verfügung gestellte Familienname, hier der Name der drei Inhaber (Gebrüder Neuerburg) einen Bestandteil bildet, so muß auch eine solche Gesellschaft befugt sein, die Rechte aus § 12 BGB. auf Namensschutz geltend zu machen. Diese gehen über die Rechte aus § 37 Abs. 2 HGB. insofern hinaus, als nach § 12 BGB. schon das Interesse des Berechtigten daran geschützt wird, daß nicht ein anderer unbefugt den gleichen Namen gebraucht. Das Interesse im Sinne des § 12 braucht aber nicht ein familien- oder vermögensrechtliches zu sein, vielmehr fällt hierunter jedes des Rechtsschutzes würdige Interesse, also auch ein ideales und selbst ein sog. Affektionsinteresse (RGZ. Bd. 74 S. 308). Dagegen genügt nach § 37 Abs. 2 HGB., der nur den firmenrechtlich unbefugten Gebrauch einer Firma trifft, die

Verletzung bloßer Interessen des Berechtigten nicht (vgl. RG. in JW. 1902 S. 27 Nr. 20 und 1913 S. 435 Nr. 12). Auch die Ansicht des Berufungsgerichts, die Klägerin würde, selbst wenn ihr ein Namensrecht zustände, der Beklagten kraft dieses Rechts den Gebrauch des von ihr rechtmäßig erworbenen Namens nicht verbieten können, da die Beklagte als juristische Person nicht nur ein Firmen-, sondern auch ein Namensrecht habe, ist — jedenfalls in dieser Fassung — rechtsirrig. Die Frage, ob eine Verletzung des Namensrechts vorliegt, ist damit noch nicht abgetan, daß eine juristische Person (hier die Beklagte) außer dem Firmen- auch ein Namensrecht besitzt und ihren Namen — äußerlich betrachtet — rechtmäßig erworben hat. Auch für die Anwendung des § 12 BGB. gilt das in § 16 UnlWG. zum Ausdruck gebrachte Erfordernis der Ordnung und Sicherheit des geschäftlichen Verkehrs. Unbefugt im Sinne des § 12 BGB. ist daher der Gebrauch des Namens eines andern oder eines unterscheidenden Bestandteils dieses Namens schon dann, wenn er im geschäftlichen Verkehr Verwechslungen herbeizuführen geeignet ist, also die Voraussetzungen des § 16 UnlWG. vorliegen. Bei solcher Sachlage fallen die Tatbestände des § 12 BGB. und des § 16 UnlWG. im wesentlichen zusammen, und § 16 UnlWG. tritt ergänzend neben § 12 BGB. (Urteil des erkennenden Senats vom 5. März 1926 II 287/25). Im vorliegenden Falle ist der Unterlassungsanspruch sowohl nach § 12 BGB. (ergänzt durch § 16 UnlWG.) als auch nach § 16 UnlWG. allein gegeben. Denn die Umstände, die den beanstandeten Gebrauch des Namens „Neuerburg“ ohne Vornamen gemäß § 12 BGB. in Verbindung mit § 16 UnlWG. zu einem unbefugten machen und daher den Unterlassungsanspruch aus § 12 BGB. rechtfertigen würden, sind die gleichen wie diejenigen, die nach § 16 UnlWG. den Anspruch auf Unterlassung der Benutzung des Firmenbestandteils „Neuerburg“ ohne Vornamen wegen Verwechslungsfähigkeit mit der Firma der Klägerin zu begründen geeignet wären. Die Voraussetzungen des § 16 a. a. D. sind aber, entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts, gegeben; die Begründung, mit der das Berufungsgericht die Anwendbarkeit dieser Vorschrift ablehnt, ist in mehrfacher Hinsicht rechtsirrig.

Zunächst ist es für die Anwendung des § 16 UnlWG. unerheblich, ob sich das Publikum unter dem Worte „Neuerburg“ ohne

Vornamen einen Personennamen, einen Ortsnamen oder eine frei erfundene Phantasiebezeichnung vorstellt; die hierauf sich beziehenden Ausführungen des Berufungsgerichts sind daher ohne Bedeutung. Nach § 16 a. a. O. ist erforderlich und ausreichend, daß die beanstandete Firmenbenutzung objektiv geeignet ist, in den Kreisen, an welche die Firma sich vorwiegend wendet, die Gefahr einer Verwechslung mit der älteren Firma eines andern hervorzurufen. Daher können die bei der Beklagten angeblich vorliegenden subjektiven Momente, auf welche die Klägerin so erhebliches Gewicht legt, zunächst zurücktreten; im Zweifelsfall bilden sie auch hier einen Anhalt für das Vorhandensein der objektiven Verwechslungsgefahr. Es kommt, wie im Warenzeichenrecht, darauf an, ob der Abnehmer, dem die vom Berechtigten gebrauchte Bezeichnung nicht vorliegt und vielleicht nur im allgemeinen in Erinnerung ist, nach dem Gesamteindruck annehmen kann, daß die gebrauchte Bezeichnung sich von der andern unterscheidet. Dieser Firmenschutz gegen Verwechslungsgefahr besteht nicht nur im Falle des Gebrauchs der ganzen älteren Firma durch eine jüngere, sondern auch dann, wenn nur ein einzelner Bestandteil der älteren Firma benutzt wird, der einen schlagwortähnlichen Charakter trägt, d. h. losgelöst vom sonstigen Firmenwortlaut für sich allein dem Gedächtnis sich einprägt und als Hinweis auf die ältere Firma im Verkehr benutzt wird. Diese Voraussetzungen sind für das Wort „Neuerburg“ infolge der seit vielen Jahren geübten starken Reklame der Klägerin, in deren Mittelpunkt regelmäßig dieses Firmenwort steht, gegeben, wie es erfahrungsgemäß auch bei andern großen Zigarettenfirmen entsprechend der Fall ist. Die grundsätzlich abweichende Ansicht des Berufungsgerichts, die das nur bei besonders eigenartigen, einen Firmenbestandteil darstellenden Wörtern (z. B. bei dem in RGG. Bd. 109 S. 213 behandelten Wort „Kwatta“) zugeben und deshalb die Kennzeichnungs kraft des Wortes „Neuerburg“ nur bei Hinzufügung des Geschäftszweigs der Klägerin (Zigaretten) annehmen will, beruht auf Rechtsirrtum. Dazu kommt, daß die jüngere Beklagte seit einiger Zeit bei ihrer gleichfalls starken Reklame auch ihrerseits das Wort „Neuerburg“ schlagwortartig als Kenn- und Merkwort ihrer Firma verwendet, so daß beim Durchschnittsverbraucher immer mehr die Auffassung der Zusammengehörigkeit beider geschäftlichen Unternehmungen

herborgerufen und gleichzeitig die Unterscheidungskraft jenes Wortes als Firmenbestandteil der Klägerin mehr und mehr beeinträchtigt wird (vgl. RÖZ. Bd. 95 S. 294). Endlich lehnt das Berufungsgericht die Anwendung des § 16 UnlWG. deshalb ab, weil eine Verwechslungsgefahr mit Rücksicht darauf nicht bestehe, daß die Beklagte unter ihrer Firma keine Zigaretten, sondern Lilöre vertreibe und ihren Sitz an einem andern Orte als die Klägerin habe.

Beide Gründe sind rechtsirrig. Was zunächst den letzteren betrifft, so ist zu bemerken: § 16 UnlWG. erweitert den Schutz des Firmenrechts über die Vorschrift des § 30 HGB. hinaus, die nur für Firmen an demselben Ort eine Unterscheidung fordert, dahin, daß der Gebrauch fremder und der Mißbrauch eigener, an sich berechtigter Firmenbezeichnungen ohne örtliche Beschränkung verboten ist. Weiter ist es nicht richtig und widerspricht den vom erkennenden Senat — in Übereinstimmung mit der früheren, nur vorübergehend verlassenen Rechtsprechung — in RÖZ. Bd. 108 S. 272 ff. dargelegten Grundsätzen, daß die Anwendbarkeit des § 16 UnlWG. auf Fälle des Wettbewerbs beschränkt sei. § 16 gewährt vielmehr dem Gewerbetreibenden allgemein Schutz davor, daß ein fremder Gewerbebetrieb, auf dessen Geschäftsgebaren überhaupt und auf dessen Grundsätze bei der Herstellung seiner Erzeugnisse er keinerlei Einfluß auszuüben imstande ist, mit dem seinigen verwechslungsfähig ist und daß damit in sein Recht auf freie Gewerbetätigkeit, insbesondere auf Verhinderung jeglicher Verwischung der Eigenart und Unterscheidungskraft seines Betriebs eingegriffen wird. Die Vorschrift verlangt keine unmittelbare Beziehung zum Wettbewerb; die Worte „im geschäftlichen Verkehr“ besagen nichts weiter, als daß es sich um eine der Förderung des Geschäftszwecks dienende Tätigkeit im Gegensatz zu privater Benutzung handeln muß; entscheidend ist allein das objektive Geeignetsein zu Verwechslungen. Daß diese Voraussetzung im angefochtenen Urteil trotz der schlagwortartigen Verwendung des Wortes „Neuerburg“ verneint wird, beruht auf den dargelegten rechtsirrigen Voraussetzungen, von denen das Berufungsgericht ausgeht.

Die Benutzung des Namens und Firmenbestandteils „Neuerburg“ ist daher mißbräuchlich im Sinne § 16 UnlWG., wenn sie ohne die von der Klägerin allein geforderte Hinzufügung eines Vor-

namens als unterscheidenden Zusatz erfolgt, so daß die vorberechtigte Namens- und Firmeninhaberin im befugten Gebrauch ihres Namens und ihrer Firma beeinträchtigt wird.

Hiernach ist entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts der am weitesten gehende Klagenanspruch auf Unterlassung der Benutzung des Wortes „Neuerburg“ als Firmen- und Warenbezeichnung ohne Hinzufügung eines Vornamens begründet. Das Verbot erstreckt sich der tatsächlichen Verwendung entsprechend auch auf die Benutzung als Warenbezeichnung. . . .