[AZA 1/2]
4C.392/2000/rnd

I. ZIVILABTEILUNG
****

4. April 2001

Es wirken mit: Bundesrichterin und Bundesrichter Walter,
Präsident, Leu, Corboz, Klett, Nyffeler und Gerichtsschreiber
Lanz.

———

In Sachen

1. Jaguar Cars Limited, Browns-Lane, Allesley, GB-Coventry
CV5 9 DR,
2. The Jaguar Collection Limited, Browns-Lane, Allesley,
GB-Coventry CV5 9 DR,Klägerinnen und Berufungsklägerinnen, beide vertreten durch Rechtsanwältin Dr. Ute Bugnion, Rue de la Corraterie 14, Case postale 5549, 1211 Genève 11,

gegen

1. Manufactura de Montres Jaguar S.L., Via Layetana 20,
ES-08003 Barcelona,
2. Festina (Suisse) SA, Rue du Nord 181, 2300 La
Chaux-de-Fonds, Beklagte und Berufungsbeklagte, beide vertreten durch Rechtsanwalt Dr. Patrick Troller, Schweizerhofquai 2, Postfach, 6002 Luzern,

betreffend
Markenrecht; Namensrecht; unlauterer Wettbewerb, hat sich ergeben:

A.- Die britische Jaguar Cars Ldt. (Klägerin 1) ist Inhaberin der Wortmarke JAGUAR CH Nr. 337946 für Autos und Zubehör, die am 28. Februar 1945 eingetragen wurde. Ausserdem hält sie die Bildmarke eines springenden Jaguars, die am 9. Mai 1967 unter der CH Nr. 357109 für Autos, Motoren und Zubehör etc. der Klassen 6, 12 und 18 eingetragen wurde.
Ebenfalls seit dem 9. Mai 1967 hat sie zudem die Wort-/Bildmarke JAGUAR mit Kopf in Frontansicht auf rundem Hintergrund CH Nr. 226702 für Autos, Motoren und Zubehör der Klassen 6, 12 und 18 eingetragen.
Die englische The Jaguar Collection Ldt. (Klägerin 2) ist seit dem 12. Februar 1987 Inhaberin der Wortmarke JAGUAR CH Nr. 371101 unter anderem für Uhren, Taschenuhren und Zeitmessinstrumente der Klasse 14, seit dem

28. März 1990 der Wort-/Bildmarke JAGUAR mit springendem Jaguar CH Nr. 409236 ebenfalls für Waren der Klasse 14 sowie seit dem 5. Mai 1980 der Wort-/Bildmarke JAGUAR mit Jaguarkopf im Profil CH Nr. 306334 für Sportbekleidungsartikel einschliesslich Schuhwerk für Spiel und Sport sowie für Turn- und Sportartikel der Klassen 25 und 28. Die Klägerinnen gebrauchten sodann während Jahrzehnten ein Bildzeichen "Jaguar in der Raute", das nicht als Marke registriert ist.

Die Beklagten gehören zur spanischen Festina-Gruppe.
Die Manufactura de Montres Jaguar S.L. (Beklagte 1) vertreibt Uhren der auf die schweizerische Manufacture des montres Jaguar S.A., Neuchâtel, eingetragenen Marke JAGUAR.
Die Festina (Suisse) SA (Beklagte 2) ist eine kleine Verkaufsgesellschaft.

Die Beklagten berufen sich auf folgende Marke, die zugunsten ihrer Rechtsvorgängerinnen und der heutigen Verleiherin des Markenrechts beim eidgenössischen Institut für geistiges Eigentum eingetragen ist:

- Die Wortmarke JAGUAR CH Nr. 112210, erstmals eingetragen am 3. Oktober 1945 von der Fabrique d'Horlogerie Sindaco S.A., Muralto, für Uhren aller Art, Wecker, Wanduhren und Uhrenteile der Klasse 14 ("14 Montres de tous genres, réveils, pendules, pendulettes, parties de montres");
– erneuert gemäss Registereintrag vom 7. September 1965 unter der Nr. 212366 für die gleichen Waren;
– übertragen und erneuert unter der Nr. 341650 an Anchor S.A. gemäss Registereintrag vom 28. August 1985;
– übertragen gemäss Registereintrag vom 31. Oktober 1989 an Manufacture des montres Jaguar S.A.;
– welche heute unter der Nr. 341650 auf die Manufacture des montres Jaguar S.A. für eine Gültigkeitsdauer von 20 Jahren ab dem 28. August 1985 eingetragen ist.

B.- Am 15. Juli 1997 reichten die Klägerinnen beim Handelsgericht des Kantons Zürich fünf Verbotsbegehren, vier Feststellungsbegehren und ein Publikationsbegehren gegen die Beklagten ein, mit denen sie im Wesentlichen gestützt auf die Priorität und Berühmtheit ihrer Kennzeichen bessere Rechte durchsetzen wollten. Zudem beantragten sie Auskunft, Beschlagnahme und Zerstörung oder Entfernung der Marken der Beklagten sowie Schadenersatz, Genugtuung und Gewinnherausgabe.
Eventuell behaupteten sie eine Verletzung von Namens- und Wettbewerbsrechten.

Die Beklagten anerkannten das Unterlassungsbegehren gemäss Ziffer 1 der Rechtsbegehren insoweit, als sie sich verpflichteten, auf die Verwendung der Wort-/Bildmarke JAGUAR mit springendem Jaguar und der Bildmarke mit springendem Jaguar zu verzichten. Im Übrigen beantragten sie gestützt auf ihre prioritätsälteren Rechte an der Marke JAGUAR für Uhren der Klasse 14 die Abweisung der Klage.

C.-Mit Urteil vom 18. Oktober 2000 nahm das Handelsgericht des Kantons Zürich Vormerk von der rechtsverbindlichen und unwiderruflichen Erklärung der Beklagten, dass sie unterlassen werden: "Uhren unter Verwendung der Wort-Bildmarke JAGUAR mit springendem Jaguar (diese mit oder ohne rautenförmige Umrandung, mit oder ohne den Herkunftshinweis 'GENEVA') gemäss Klagebeilage 1 und/oder Uhren unter Verwendung der Bildmarke des springenden Jaguars in Alleinstellung (diese mit oder ohne rautenförmige Umrandung), in der Schweiz anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu lagern, ein- oder auszuführen, diese Marken auf Uhren oder deren Verpackung anzubringen und/oder auf Geschäftspapieren, in der Werbung oder sonstwie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen" (angefügt ist die Abbildung der Bildmarke). Die Klage wurde sodann abgewiesen, soweit auf sie eingetreten wurde.

D.-Mit eidgenössischer Berufung vom 4. Dezember 2000 stellen die Klägerinnen folgende Anträge:
"I. Hauptantrag
Es sei das Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 18. Oktober 2000 aufzuheben und die Klage gutzuheissen wie folgt:

1.
Es sei den Beklagten - unter Androhung der gerichtlichen Bestrafung ihrer Organe im Widerhandlungsfalle mit Haft oder Busse gemäss Art. 292 StGB - zu verbieten,
Uhren unter Verwendung der Wortmarke JAGUAR in Alleinstellung,

mit oder ohne rautenförmige Umrandung, in der Schweiz anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu lagern, ein- oder auszuführen, diese Marken auf Uhren oder deren Verpackung anzubringen und/ oder auf Geschäftspapieren, in der Werbung oder sonstwie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen.

2.
Es sei der Beklagten 1 - unter Androhung der gerichtlichen Bestrafung ihrer Organe im Widerhandlungsfalle mit Haft oder Busse gemäss Art. 292 StGB - zu verbieten, in der Schweiz unter einer Firma mit dem Bestandteil JAGUAR, insbesondere unter der Firma Manufactura de Montres JAGUAR S.L., aufzutreten, für ihre Produkte zu werben, unter dieser Firma ihre Produkte in der Schweiz anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu lagern, ein- oder auszuführen, diese Firma auf Verpackungsmaterial für Lieferungen in die Schweiz anzubringen, diese Firma auf Geschäftspapieren, Drucksachen oder sonstwie im geschäftlichen Verkehr mit der Schweiz und in der Schweiz zu gebrauchen.

3.
Es sei gerichtlich festzustellen, dass sich die Beklagten der Namensrechtsverletzung, der Markenrechtsverletzung und/oder des unlauteren Wettbewerbs schuldig gemacht haben dadurch, dass sie Uhren mit der Wortmarke JAGUAR auf dem Zifferblatt in der Schweiz feilgehalten und/oder vertrieben haben, sowie dadurch, dass sie in ihrer Werbung für Uhren die Wortmarke JAGUAR allein und/oder in rautenförmiger Umrandung verwendet haben.

4.
Es sei gerichtlich festzustellen, dass sich die Beklagte der Namensrechtsverletzung, der Markenrechtsverletzung und/oder des unlauteren Wettbewerbs schuldig gemacht hat dadurch, dass sie in ihrem geschäftlichen Verkehr in der Schweiz und mit der Schweiz im Zusammenhang mit Uhren unter der Firma Manufactura de Montres JAGUAR S.L. aufgetreten ist.

5.
Es seien die Klägerinnen zu ermächtigen, das Urteilsdispositiv auf Kosten der Beklagten ganzseitig je einmal im Journal Suisse d'Horlogerie et de Bijouterie, édition internationale, und in Europa Star sowie je einmal in angemessener Grösse in einer Tageszeitung der deutschen, der französischen sowie der italienisch sprachigen Schweiz zu veröffentlichen.

6.
Es seien die Beklagten - unter Androhung der gerichtlichen Bestrafung ihrer Organe im Widerhandlungsfalle mit

Haftoder Busse gemäss Art. 292 StGB - zu verurteilen,
den Klägerinnen vollständige und lückenlose Auskunft
über die Herkunft der von ihnen unter der Marke JAGUAR
und/oder Firma mit dem Wort JAGUAR angebotenen Uhren
und über die Herkunft der Bestandteile dieser Uhren zu
geben.

7.
Es sei das gesamte in der Schweiz befindliche Lager der
Beklagten an Uhren mit der Marke JAGUAR, die sich in
ihren Räumlichkeiten oder anderswo in ihrer Verfügungsgewalt
befinden, durch den zuständigen Vollzugsbeamten
zu beschlagnahmen und zu zerstören,

- eventuell sei diese Marke von den beschlagnahmten
Uhren zu entfernen.

8. (fallen gelassen)

9.
Es seien die Beklagten solidarisch zur Zahlung des Betrages
an die Klägerinnen zu verurteilen, der dem erzielten
und durch Beweisverfahren zu ermittelnden Bruttogewinn
auf Uhrenverkäufen in der Schweiz unter der
Marke JAGUAR und/oder Firma mit dem Wort JAGUAR von
jeder der beiden Beklagten entspricht.

- Eventuell sei die Beurteilung des Klageantrags No 9
in ein separates Verfahren zu verweisen.

10.
Es sei den Beklagten - unter der Androhung der gerichtlichen
Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe im Widerhandlungsfalle
mit Haft oder Busse gemäss § 306 PO
und Art. 292 StGB - zu verbieten, Uhren unter der Verwendung
einer Wort-/Bildmarke gemäss beiliegender Abbildung
(Beilage 1 [vgl. act. 40/1]) in der Schweiz anzubieten,
in Verkehr zu bringen, zu verkaufen, zu diesem
Zweck zu lagern, und/oder ein- oder auszuführen,
diese Wort-/Bildmarke auf Uhren und/oder deren Verpackung
anzubringen und/oder auf Geschäftspapieren, auf
Ausstellungen und/oder anderweitig in der Werbung und/
oder sonstwie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen
und/oder gebrauchen zu lassen, bei welcher der Kopf und
Nacken eines Jaguars in Angriffs- oder Drohhaltung und
im Bewegungsablauf von rechts nach links mit offenem
Maul im Profil über dem Wort JAGUAR dargestellt sind.

11.
Es sei den Beklagten - unter der Androhung der gerichtlichen
Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe im
Widerhandlungsfalle mit Haft oder Busse gemäss § 306
ZPO und Art. 292 StGB - zu verbieten, sich in der

Schweiz als "JAGUAR OFFICIAL AGENT" auszugeben und/oder
Uhren, Uhrenteile oder Zubehör der Marke JAGUAR unter
Verwendung von oder im Zusammenhang mit einem oder mehreren
der folgenden Merkmale oder Werbemittel

- Schriftbild des Wortes JAGUAR mit einem nach unten
lang gezogenem Anfangsbuchstaben "J" und einem
ebenfalls nach unten ausgezogenen "R" am Schluss
des Wortes entsprechend Beilagen 11, 12 und 13 zur
Noveneingabe vom 25.6.1999 [vgl. act. 40/1]
-Schriftbild des Wortes JAGUAR in den Farben grün
und/oder golden und/oder auf grünem Hintergrund
und/oder in goldener Umrandung entsprechend Beilage 1
zur Noveneingabe vom 15. Mai 2000 und Beilagen 9,
11, 12, 14, 15, 24 und 39 zur Noveneingabe vom 25.6.1999 [vgl. act. 68/1, 40/11]
-Schriftbild des Wortes JAGUAR in einer Raute entsprechend

Beilage 1 zur Noveneingabe vom 15. Mai 2000 und
Beilage 39 zur Noveneingabe vom 25.6.1999
[vgl. act.40/39]
-Abbildung eines Jaguar-Kopfes im Profil entsprechend
Beilagen 11, 12 und 13 zur Noveneingabe vom 25.6.1999
[vgl. act. 40/11]
-Abbildung eines Jaguar-Kopfes im Profil und im Kreis
mit oder ohne reifenähnliche Umrandung entsprechend
Beilage 2 zur Noveneingabe vom 15. Mai 2000
[vgl. act.68/2]
-Angabe "OFFICIAL AGENT" auf einer Plakette oder einem
anderen Träger entsprechend Beilage 1 zur Noveneingabe
vom 15. Mai 2000 und Beilagen 14, 15 zur Noveneingabe
vom 25.6.1999 mit oder ohne rautenförmige Umrandung,
mit oder ohne die Farben grün und golden
[vgl. act.40/14]
-Aufstellung eines Modellautos oder Darstellung eines
Autos der Marke JAGUAR entsprechend Beilage 1 zur Noveneingabe
vom 15. Mai 2000 [vgl. act. 68/1]

in der Schweiz anzubieten, in Verkehr zu bringen, zu
verkaufen und/oder ein- oder auszuführen, und/oder auf
ihren Geschäftspapieren, Drucksachen oder anderen Trägern
auf Ausstellungen, in Schaufenstern und/oder anderweitig
in der Werbung und/oder sonstwie im geschäftlichen
Verkehr zu zeigen, und/oder solche Handlungen
von Dritten insbesondere Konzerngesellschaften, Lizenznehmern,
Lieferanten oder Wiederverkäufern, im Zusammenhang
mit dem Feilhalten oder Verkauf und/oder in der
Werbung für den Verkauf von Uhren, Uhrenteilen oder Zubehör
mit der Marke JAGUAR, welche von den Beklagten
oder für die Beklagten hergestellt und/oder in Verkehr
gebracht werden, vornehmen zu lassen oder sie zu unterstützen,
und/oder Dritten Drucksachen oder andere Trägereinrichtungen,
insbesondere Platten, Plaketten,
Sockel, Schachteln mit solchen Merkmalen oder solche

Werbemittel, insbesondere Modellautos und/oder Darstellungen von Autos, zur Verfügung zu stellen.

12.
Es sei der Beklagten - unter der Androhung der gerichtlichen Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe im Widerhandlungsfalle mit Haft oder Busse gemäss § 306 ZPO und Art. 292 StGB - insbesondere zu verbieten, in Schaufenstern und Ausstellungsräumen sowie Ladengeschäften, in denen Uhren mit der Marke JAGUAR, welche von den Beklagten oder für die Beklagten hergestellt oder in Verkehr gebracht worden sind, von den Beklagten oder für diese ausgestellt, feilgehalten oder verkauft werden, eine Plakette oder eine andersartige Abbildung in der Form einer Raute in grüner Farbe und mit goldiger Umrandung sowie goldiger Beschriftung mit den Worten "JAGUAR OFFICIAL AGENT" gemäss beiliegender Abbildung (Beilage 2 [vgl. act. 40/14]) aufzustellen, anzubringen oder sonstwie sichtbar zu machen und/oder Dritten solche Plaketten oder Abbildungen zur Verfügung zu stellen, und/oder solche Plaketten oder Abbildungen von Dritten aufstellen, anbringen oder sonstwie sichtbar machen zu lassen.

13.
Es sei gerichtlich festzustellen, dass sich die Beklagten der Markenrechtsverletzung und des unlauteren Wettbewerbs schuldig gemacht haben dadurch, dass sie die vorstehend beschriebene Wort-/Bildmarke gemäss beiliegender Abbildung (Beilage 1 [vgl. act.40/1]) in derSchweiz auf Uhren angebracht haben bzw. anbringen lassen, solche Uhren in der Schweiz in Verkehr gebracht, an der Weltmesse für Uhren und Schmuck in Basel 1999 ausgestellt, feilgehalten oder verkauft haben bzw. haben ausstellen, feilhalten und verkaufen lassen, ferner dadurch, dass sie die vorstehend beschriebene Wort-/Bildmarke gemäss beiliegender Abbildung (Beilage 1 [vgl. act. 40/1]) in ihrer Werbung für Uhren, welche mit der Wortmarke JAGUAR versehen waren, verwendet haben bzw. haben verwenden lassen, insbesondere in der Zeitschrift EUROPA STAR und an der Weltmesse für Uhren und Schmuck in Basel 1999.

14.
Es sei gerichtlich festzustellen, dass sich die Beklagten der Markenrechtsverletzung und des unlauteren Wettbewerbs schuldig gemacht haben dadurch, dass sie sich in der Werbung für Uhren der Marke JAGUAR als "JAGUAR OFFICIAL AGENT" bezeichnet haben und/oder bezeichnen liessen, ferner dadurch, dass sie Plaketten in der Form von Rauten in grüner Farbe und mit goldiger Umrandung sowie goldiger Beschriftung gemäss beiliegender Abbildung (Beilage 2 [vgl. act. 40/14]) in den Vitrinen der

Ausstellungsräume des Stands A23 "FESTINA/JAGUAR" an
der Weltmesse für Uhren und Schmuck in Basel 1999 aufgestellt
haben bzw. haben aufstellen lassen.
II. Eventualantrag
Es sei das Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 18. Oktober 2000 aufzuheben und die Sache zu neuer Beurteilung an die Vorinstanz zurückzuweisen.
III. Subeventualantrag

Es sei das Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 18. Oktober 2000 aufzuheben und die Klage im Umfang der Klageanträge 10, 11, 12, 13 und 14 teilweise gutzuheissen.. "

E.- Die Beklagten schliessen in der Antwort auf Abweisung der Berufung.

Das Bundesgericht zieht in Erwägung:

1.-a) Gemäss Art. 55 Abs. 1 lit. c OG ist im Berufungsverfahren das Vorbringen neuer Tatsachen unzulässig. Soweit sich die Beklagten zur Begründung ihres Standpunktes auf Auskünfte des IGE stützen, welche nach Fällung des angefochtenen Urteils eingeholt wurden, kann auf ihre Ausführungen nicht eingetreten werden (Münch, in: Geiser/Münch, Prozessieren vor Bundesgericht, 2. Aufl. , S. 149 Rz. 4.77).

b) Das Bundesgericht hat seiner Entscheidung im Berufungsverfahren von hier nicht gegebenen Ausnahmen abgesehen die tatsächlichen Feststellungen der Vorinstanz als wahr und vollständig zugrunde zu legen (vgl. Art. 63 und 64 OG; BGE 125 III 368 E. 3 S. 372, 193 E. 1e S. 205; 123 III 110 E. 2; 115 II 484 E. 2a). Namentlich ist eine blosse Kritik an der Beweiswürdigung des Sachgerichtes von der Berufung grundsätzlich ausgeschlossen (BGE 126 III 10 E. 2b S. 12; 120 II 97 E. 2b S. 99; 119 II 84 E. 3 S. 85; 115 II 484 E. 2a S. 485/6 mit Hinweisen). Auf die Vorbringen der Parteien kann im Folgenden deshalb nicht eingetreten werden, soweit sie sich auf Tatsachen stützen, welche im angefochtenen Urteil nicht festgestellt werden.

2.-Nach den Feststellungen im angefochtenen Urteil wurde die klägerische Wortmarke JAGUAR am 28. Februar 1945 für Autos und Zubehör eingetragen, die Wortmarke JAGUAR der Beklagten am 3. Oktober 1945 für Uhren aller Art. Im Jahre 1945 verfügten Autos der Marke JAGUAR nach den verbindlichen Feststellungen der Vorinstanz nicht über einen besonders hohen Bekanntheitsgrad; die Klägerinnen berufen sich daher zu Recht nicht auf den Schutz, den berühmte Marken (vgl. Art. 15 Abs. 1 MSchG) schon altrechtlich aufgrund des Persönlichkeitsschutzes und des Verbots unlauteren Wettbewerbs genossen (BGE 124 III 277 E. 2a S. 283). Es ist vielmehr davon auszugehen, dass sich der Schutzbereich der klägerischen Marke auf die beanspruchten Warenkategorien beschränkt, für welche sie eingetragen ist (Alois Troller, Immaterialgüterrecht, Bd. I, 3. Aufl. , S. 258). Im massgebenden Prioritätszeitpunkt war die klägerische Marke für Autos und Zubehör eingetragen, wozu nach den Erwägungen im angefochtenen Urteil auch Autouhren gehörten.

a) Der Schutzumfang des prioritären Zeichens reicht sowohl nach altem wie nach neuem Recht soweit, als durch das jüngere die Gefahr einer Verwechslung geschaffen wird (Art. 3 MSchG, Art. 6aMSch). Das neue Recht hat dabei an den Grundsätzen nichts geändert, welche die Rechtsprechung unter dem alten Recht zur Verwechslungsgefahr entwickelt hat (BGE 123 III 189 E. 3 mit Hinweisen). Die Gefahr der Verwechslung ist sowohl unter altem wie nach neuem Recht zu bejahen, wenn die unter einem identischen Zeichen tatsächlich angebotenen Waren gleichartig sind (zur Massgeblichkeit des tatsächlichen Angebots vgl. Lucas David, Basler Kommentar, N. 36 zu Art. 3 MSchG; Marbach, Markenrecht, in: von Büren/David [Hrsg.], Schweizerisches Immaterial- und Wettbewerbsrecht, Bd. III, Kennzeichenrecht, S. 105; Heinrich David, Kommentar zum Schweizerischen Markenschutzgesetz, 2. Aufl. 1960, N. 36 zu Art. 6 aMSchG). Festzuhalten ist insbesondere am Grundsatz, dass sich Zeichenähnlichkeit und Warengleichartigkeit gegenseitig so beeinflussen, dass an die Warenverschiedenheit ein umso strengerer Massstab anzulegen ist, je ähnlicher die Marken sind (BGE 87 II 107 E. 2 S. 110; 84 II 314 E. 2b S. 320; vgl. auch Marbach, a.a.O., S. 96 f.). Da im vorliegenden Fall
die Zeichen nicht nur ähnlich, sondern identisch sind, ist daher ein deutlicher Warenabstand erforderlich.
Zu vergleichen sind dabei die von den Klägerinnen vertriebenen Uhren, welche ausschliesslich für den Einbau

in Fahrzeuge der Marke JAGUAR bestimmt sind, auf der einen sowie die von den Rechtsvorgängern der Beklagten hergestellten Armband- und Standuhren auf der andern Seite.

b) Die strittigen Waren können unter denselben Oberbegriff - Uhren - subsumiert werden. Darin kann ein Indiz für die Gleichartigkeit der Waren erblickt werden (vgl.
Lucas David, N. 39 zu Art. 3 MSchG; Marbach, a.a.O., S. 108; Heinrich David, a.a.O., N. 34 zu Art. 6 aMSchG).
Bei einer Würdigung sämtlicher Umstände überwiegen indessen die gegen die Warengleichartigkeit sprechenden Gründe. So waren die von den Klägerinnen verwendeten Uhren stets und ausschliesslich für den Einbau in die Fahrzeuge der Marke JAGUAR bestimmt.
Die Uhren wurden daher nur als Ersatzteile für JAGUAR-Fahrzeuge und - wie sich aus dem angefochtenen Urteil zumindest sinngemäss ergibt - nur von Fachleuten bestellt.
Die von den Klägerinnen verwendeten Uhren stellen demnach Einzelteile eines Ganzen dar und sind insofern gleichartig mit dem Hauptprodukt, also dem Auto (Lucas David, Basler Kommentar, N. 39 zu Art. 3 MSchG).
Wie die Vorinstanz zutreffend festhielt, können die Autouhren der Klägerin deshalb nicht isoliert, sondern als wirtschaftlich unselbständige Bestandteile (dazu Marbach, a.a.O., S. 108) nur in Verbindung mit dem Fahrzeug, für welches sie ausschliesslich bestimmt sind, beurteilt werden. Bei der Beantwortung der Frage nach der Warengleichartigkeit steht daher nicht die Eigenschaft der Autouhren als Zeitmessinstrument, sondern deren Verwendung als Autoersatzteil bzw. -zubehör im Vordergrund.
Dementsprechend ist die klägerische Marke heute auch der Klasse 12 zugeordnet, welche namentlich Fahrzeuge enthält.
Die von den Parteien unter der identischen Marke angebotenen Waren wurden sodann weder über die gleichen Kanäle vertrieben noch richteten sie sich an denselben Abnehmerkreis, was beides als Indiz gegen eine Gleichartigkeit der Produkte angeführt wird (vgl. Lucas David, N. 40 zu Art. 3 MSchG; Marbach, a.a.O., S. 109; Heinrich David, a.a.O., N. 34 zu Art. 6 aMSchG). Uhren, welche ausschliesslich für den Einbau in einem bestimmten Fahrzeug bestimmt sind, sowie Armband- und Standuhren überschneiden sich in ihrem Verwendungszweck zwar in gewisser Hinsicht, sind jedoch nicht austauschbar, weshalb sie nicht als Substitutionsprodukte gelten können (dazu Lucas David, N. 39 zu Art. 3 MSchG; Marbach, a.a.O., S. 108).

c) Die Gefahr einer Verwechslung zwischen den von den Klägerinnen für ihre Automobile verwendeten Uhren und den von den Beklagten vertriebenen Armband- und Standuhren ist aufgrund der Verschiedenheit dieser Waren zu verneinen.
Die Klägerinnen können daher den Beklagten den Gebrauch der Marke JAGUAR gestützt auf ihre prioritäre Marke für Fahrzeuge und Zubehör nicht verbieten. Vielmehr verfügen die Beklagten ihrerseits gestützt auf die Registrierung der Marke JAGUAR vom 3. Oktober 1945 für Armband- und Standuhren über prioritäre Markenrechte für diese Warenkategorie, sofern die übrigen Schutzvoraussetzungen erfüllt sind (vgl. Art. 15 Abs. 2 MSchG; BGE 124 III 277 E. 2a S. 283; Lucas David, N. 9 zu Art. 15 MSchG). Die Klägerinnen bestreiten die Berechtigung der Beklagten zum einen mit der Begründung, diese hätten die Markenrechte von ihren Rechtsvorgängerinnen nicht gültig erworben (E. 3) und zum andern mit der Behauptung, die Wortmarke JAGUAR für Uhren sei nicht rechtserhaltend gebraucht worden (E. 4).

3.- Die Wortmarke JAGUAR für Uhren wurde von der Uhrenherstellerin Sindaco S.A. im Jahre 1945 eingetragen, sodann 1985 an die Achor S.A. und 1989 an die heutige Markeninhaberin übertragen. Die Klägerinnen bringen vor, die Markenübertragung im Jahre 1985 habe den Anforderungen des aMSchG nicht genügt und sei sowohl formell als auch materiell ungültig.
Die Beklagten könnten sich deshalb nicht auf eine intakte Übertragungskette berufen.

a) Die bundesgerichtliche Rechtsprechung zur altrechtlichen Zulässigkeit der Markenlizenz ging von Art. 11 aMSchG aus, wonach eine Marke nur mit dem Geschäft übertragen werden konnte, dessen Erzeugnissen sie zur Unterscheidung dient. Im grundlegenden BGE 61 II 59 erwog das Bundesgericht, die Vorschrift von Art. 11 aMSchG dürfe nicht strenger ausgelegt werden, als es der ihr zugrunde liegende Schutzgedanke erfordere. Die Bestimmung solle das Publikum davor schützen, dass es die mit der Marke versehene Ware als aus einem Geschäftsbetrieb stammend erachte, aus dem sie in Wirklichkeit nicht herrühre. Eine solche Täuschungsgefahr bestehe insbesondere dann nicht, wenn die vom Lizenznehmer vertriebene Ware mit derjenigen des Lizenzge-

bers identisch sei, da in einem solchen Falle das Publikum nicht Gefahr laufe, durch die Marke zum Kauf einer anderen Ware veranlasst zu werden, als es sich darunter vorstellt (BGE 61 II 59 S. 61/2, bestätigt in BGE 72 II 423 E. 6a S. 426; 75 I 340 E. 2d S. 347; 79 II 219 E. 2 S. 221; 83 II 312 E. 4 S. 330; 84 IV 119 E. 1; 101 II 293 E. 2c S. 300).

Ob diese Anforderungen für die Wahrung der altrechtlichen Priorität unter der Geltung des neuen Rechts noch immer nachgewiesen werden müssen oder ob der Lehre zu folgen wäre, die eine rückwirkende Heilung altrechtlich unwirksamer Leerübertragungen befürwortet (Lucas David, Basler Kommentar, N. 10 zu Art. 76 MSchG; tendenziell wohl auch Marbach, Das neue Markenschutzgesetz: Die Übergangsbestimmungen, AJP 1993 S. 550), kann offen bleiben, da - wie sich nachfolgend ergibt - die altrechtlichen Anforderungen an eine gültige Markenübertragung erfüllt sind.

b) Gemäss den Feststellungen im angefochtenen Urteil wurden die zur Herstellung der JAGUAR-Uhren notwendigen Produktionsmittel nach 1980 an Marco Mutti übergeben, welcher sodann die JAGUAR-Uhren mit dem Einverständnis der damaligen Markeninhaberin Sindaco S.A. herstellte. Weil somit die Sindaco S.A. selbst keine Uhren der Marke JAGUAR mehr produzierte, wurden unter der Marke JAGUAR nicht Uhren verschiedener Hersteller angeboten, was die Gefahr einer Täuschung des Publikums ausschloss (vgl. BGE 75 I 340 E. 3 S. 349). Soweit sich die Klägerinnen gegen diese auf einer Würdigung der Beweise beruhenden Feststellungen der Vorinstanz wenden, kann auf ihre Berufung nicht eingetreten werden (oben E. 1b). Entgegen ihrer Ansicht bedarf der Lizenzvertrag sodann nicht der Schriftform und ist der Lizenznehmer grundsätzlich weder berechtigt, das Produkt nach seinem Belieben umzugestalten noch dem Lizenzgeber Weisungen bezüglich der Qualität zu erteilen (Heinrich David, a.a.O., N. 18a zu Art. 11 aMSchG). Die Vorinstanz hat ohne Bundesrechtsverletzung die Gefahr der Täuschung des Publikums ausgeschlossen.

c) Nach den Feststellungen der Vorinstanz bewilligte die Sindaco S.A. der Achor S.A. mit Schreiben vom 3. August 1983 den Gebrauch der Uhrenmarke JAGUAR. Spätestens ab dem gleichen Zeitpunkt stellte Marco Mutti Uhren der Marke JAGUAR für die Achor S.A. her, wobei sich Letztere finanziell an den Produktionsmitteln beteiligte. Die Vorinstanz folgerte aus diesen Tatsachen bundesrechtskonform, dass die Achor S.A. somit die Produktionsmittel in rechtsgenüglicher Weise übernommen hatte. Weil die JAGUAR-Uhren weiterhin von derselben Person mit den gleichen Maschinen produziert wurden, ist eine Täuschungsgefahr zu verneinen. Die altrechtlichen Voraussetzungen für die Erteilung einer Markenlizenz an die Achor S.A. waren damit gegeben. Nachdem das Handelsgericht nicht von einem offenen Beweisergebnis ausgegangen ist, kann entgegen der Auffassung der Klägerinnen insbesondere Art. 8 ZGB nicht verletzt sein (BGE 119 II 114 E. 4c S. 117; 118 II 142 E. 3a S. 147, je mit Hinweisen); eine Überprüfung der Beweiswürdigung im Berufungsverfahren kann im Übrigen auch nicht unter Hinweis auf Art. 8 ZGB erwirkt werden. Dass das Handelsgericht den Markengebrauch durch die Lizenznehmerin bundesrechtskonform der Lizenzgeberin angerechnet hat, bestreiten die Klägerinnen zu Recht nicht (BGE 116 II 463 E. 2b/aa S. 465/6 mit Hinweisen).

d) Schliesslich ist die Auffassung der Vorinstanz bundesrechtlich nicht zu beanstanden, dass die Uhrenmarke JAGUAR mit Vertrag vom 24. Mai 1985 auf die Anchor S.A. übertragen wurde. Nach der Rechtsprechung zum alten Recht konnte eine Marke mit dem Geschäftsbetrieb formlos und ohne Registereintrag übertragen werden; der nur deklaratorisch wirkende Registereintrag musste nicht mit dem materiellen Recht an der Marke übereinstimmen (BGE 108 II 216 E. 1a S. 218; 99 Ib 336 E. 2b S. 340 mit Hinweisen). Im Streitfall obliegt es daher dem Gericht zu beurteilen, wer an einer Marke materiell berechtigt ist (BGE 99 Ib 336 E. 2b S. 340/1). Dies war nach der Übertragung vom 24. Mai 1985 die Achor S.A. Damit stimmte die materielle Rechtslage mit dem Registereintrag überein, weshalb nicht einzusehen ist, inwiefern Art. 11 Abs. 2 aMSchG verletzt sein sollte. Etwas anderes lässt sich auch aus dem von den Klägerinnen zur Begründung ihres Standpunktes angeführten BGE 83 II 312 E. 6 S. 333 nicht entnehmen, denn dieser Fall unterschied sich von dem vorliegend zu beurteilenden Sachverhalt gerade dadurch, dass dort die im Register zu Unrecht eingetragene Beklagte an der strittigen Marke materiell nicht berechtigt war. Nach dem Gesagten hat die Vorinstanz kein Bundesrecht verletzt, wenn sie sinngemäss zum Schluss gelangte, dass allein die materielle Berechtigung an der Marke entscheidend und ein allfälliger Mangel der Anmeldung unerheblich sei.

4.- Die Klägerinnen halten daran fest, dass die Wortmarke JAGUAR der Beklagten durch Nichtgebrauch untergegangen sei.

Die einredeweise Geltendmachung des Nichtgebrauchs einer Marke untersteht wie sämtliche Rechtsausübung dem Grundsatz von Treu und Glauben (vgl. Alois Troller, Immaterialgüterrecht, Bd. II., 3. Aufl. , S. 1021). Das Recht auf Bestreitung des markenmässigen Gebrauchs kann in gleicher Weise wie andere immaterialgüterrechtliche Ansprüche verwirken (BGE 125 III 193 E. 1e S. 204; 117 II 575 E. 4a S. 577; 114 II 106 E. 4 S. 111; 109 II 338 E. 2a S. 340). Die Vorinstanz stellte fest, dass der markenmässige Gebrauch der Wortmarke JAGUAR durch die Beklagten in der Schweiz ab 1966 urkundlich belegt ist. Die Klägerinnen bringen sodann gegen die Erwägung, sie hätten bei pflichtgemässer Aufmerksamkeit seit 1966 Kenntnis von der Verwendung der Uhrenmarke JAGUAR haben müssen, keine substanziierten Rügen vor. Gemäss dem angefochtenen Urteil haben sich die Klägerinnen jedoch erst im Jahre 1992 gegen die Verwendung der Wortmarke JAGUAR durch die Beklagten zur Wehr gesetzt. Sollten den Klägerinnen jemals Ansprüche gegen die Beklagten zugestanden haben, ist die Auffassung, dass diese Rechte aufgrund der über 25-jährigen widerspruchslosen Duldung des Gebrauchs der Wortmarke JAGUAR durch die Beklagten bzw. deren Rechtsvorgängerinnen verwirkt sind, bundesrechtlich nicht zu beanstanden; jedenfalls aber haben die Klägerinnen bei dieser Sachlage das Recht verwirkt, sich für die Zeit vor 1966 auf den Nichtgebrauch der strittigen Marke durch die Beklagten zu berufen. Damit hat die Vorinstanz kein Bundesrecht verletzt, wenn sie von einem rechtserhaltenden Markengebrauch der Beklagten seit dem Jahre 1945 ausgegangen ist.

5.- Bezüglich der von den Beklagten verwendeten Wort-/Bildmarke JAGUAR mit Kopf im Profil kam die Vorinstanz zum Schluss, das Wort JAGUAR erscheine bei diesem Zeichen als Hauptelement, weshalb die Wort-/Bildmarke JAGUAR mit Kopf im Profil lediglich eine Abwandlung der älteren Wortmarke JAGUAR darstelle und in deren Schutzbereich falle. Die Klägerinnen teilen diese Auffassung. Sie wenden sich aber insofern gegen das angefochtene Urteil, als nach ihrer Ansicht bereits die Wortmarke JAGUAR der Beklagten gegen die klägerische Marke verstosse, weshalb dies auch für die abgewandelte Wort-/Bildmarke gelten müsse. Nachdem sich aus den vorstehenden Erwägungen jedoch ergibt, dass sich die Klägerinnen gegenüber den Beklagten nicht auf prioritäre Rechte an der für Uhren verwendeten Wortmarke JAGUAR berufen können, fehlt es in Bezug auf die Wort-/Bildmarke JAGUAR an der Grundlage für die von den Klägerinnen vorgebrachte Rüge; diese erweist sich daher als unbegründet.

6.- Die Klägerinnen warfen den Beklagten im kantonalen Verfahren eine Verletzung des UWG vor, da die Beklagten zusätzlich zu der Wortmarke JAGUAR Bild- und Ausstattungselemente der Klägerinnen übernommen hätten und derart "Trittbrettfahren" betreiben würden. Das Handelsgericht erwog hierzu, die von den Parteien benutzten Zeichen seien sich ohne Zweifel ähnlich, wobei die Ähnlichkeit in erster Linie vom identischen Wort JAGUAR herrühre. Es sei auch durchaus nachvollziehbar, dass ein Durchschnittskunde die von den Beklagten angebotenen Uhren mit der um Einiges bekannteren Automarke JAGUAR in Verbindung bringe. Es sei jedoch nicht anzunehmen, dass die den Beklagten anzurechnende Annäherung in der Ausgestaltung des Zeichens und der Ausstattung der Produkte eine zusätzliche erhebliche Verwechslungsgefahr schaffen könne. Im Weiteren sei das Verhalten der Klägerinnen mit dem Grundsatz von Treu und Glauben nicht vereinbar, denn diese hätten zeitlich nach den Beklagten Uhren unter der Marke JAGUAR auf den Markt gebracht, obwohl den Beklagten diesbezüglich prioritäre Rechte zustünden. Die Klägerinnen könnten bei dieser Sachlage den proritär berechtigten Beklagten nicht vorwerfen, sie wollten von ihrem guten Ruf profitieren.

In der Berufung beharren die Klägerinnen darauf, dass das Verhalten der Beklagten als unlauter zu qualifizieren sei. Ihre Argumentation beruht indessen wiederum auf der Prämisse, dass die beklagtische Wortmarke JAGUAR für Uhren nichtig sei. Da davon jedoch gerade nicht ausgegangen werden kann, ist auch diese Rüge unbegründet.

7.- Das Handelsgericht erwog, es könne den Beklagten nicht verwehrt werden, ihren Uhrenhändlern zu gestatten, sich als "JAGUAR OFFICIAL AGENT" auszugeben. Soweit die Plakette mit dieser Aufschrift zu Verwechslungen führen könne, liege der Grund darin, dass die von den Parteien verwendete Wortmarke identisch

sei, wobei sich die Beklagten für Uhren auf prioritäre Rechte berufen könnten.

Die von den Klägerinnen dagegen gerichteten Vorbringen vermögen zunächst insoweit nicht durchzudringen, als sie die Nichtigkeit der von den Beklagten verwendeten Marke voraussetzen. Ist demnach die Verwendung der Plakette mit der Aufschrift "JAGUAR OFFICIAL AGENT" lauterkeitsrechtlich nicht zu beanstanden, da sich die Aussage als zutreffend erweist, kann auch kein "unlauterer Wettbewerb durch Begünstigung" darin erblickt werden, dass die Beklagten den Abnehmern ihrer Uhren ein entsprechendes Schild zur Verfügung stellen. Treffen die Detailhändler zusätzliche Massnahmen, um sich an die klägerische Automarke anzulehnen und von deren Ruf zu profitieren, kann dies im Einzelfall zwar unlauter sein, ist aber nicht den Beklagten anzulasten. Das angefochtene Urteil ist demnach auch in dieser Hinsicht zu bestätigen.

8.- Die Klägerinnen wenden sich schliesslich gegen die Abweisung der geltend gemachten Firmen und namensrechtlichen Ansprüche durch das Handelsgericht. Nachdem jedoch entgegen ihrer Auffassung von der Gültigkeit der Wortmarke JAGUAR der Beklagten auszugehen ist, sind die vorinstanzlichen Erwägungen bundesrechtlich nicht zu beanstanden. Namentlich geht das angefochtene Urteil bundesrechtskonform davon aus, dass bei einer Abwägung sämtlicher Interessen, welche bei der Kollision zwischen Firmen- und Namensrecht einerseits sowie Markenrecht anderseits vorzunehmen ist (BGE 126 III 239 E. 2c S. 245; 125 III 91 E. 3c S. 93 mit Hinweisen), der Beklagten 1 nicht verwehrt sein kann, in ihrer Firma (neben anderen) die Worte "montres Jaguar" zu führen.

9.- Damit erweisen sich die von den Klägerinnen vorgebrachten Rügen als unbegründet, soweit darauf einzutreten ist. Die Berufung ist deshalb abzuweisen. Bei diesem Verfahrensausgang werden die Klägerinnen kosten- und entschädigungspflichtig (Art. 156 Abs. 1 und Art. 159 Abs. 2 OG).

Demnach erkennt das Bundesgericht:

1.- Die Berufung wird abgewiesen, soweit darauf einzutreten ist, und das Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 18. Oktober 2000 wird bestätigt.

2.- Die Gerichtsgebühr von Fr. 10'000.– wird den Klägerinnen unter solidarischer Haftbarkeit auferlegt.

3.- Die Klägerinnen haben die Beklagten für das bundesgerichtliche Verfahren unter solidarischer Haftbarkeit mit insgesamt Fr. 10'000.– zu entschädigen.

4.- Dieses Urteil wird den Parteien und dem Handelsgericht des Kantons Zürich schriftlich mitgeteilt.

_____

Lausanne, 4. April 2001

Im Namen der I. Zivilabteilung
des SCHWEIZERISCHEN BUNDESGERICHTS
Der Präsident:

Der Gerichtsschreiber: