



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 216/01

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am:
16. Juni 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 2 084 969

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 13. Februar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterinnen Sredl und Bayer

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der aus der IR-Marke 543 985 Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts vom 25. April 2001 aufgehoben, soweit der Widerspruch hinsichtlich der Waren "Desinfektionsmittel, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; Seifen" zurückgewiesen worden ist.

Für diese Waren wird die Löschung der angegriffenen Marke 2 084 969 angeordnet.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde der Widersprechenden zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

ViVas

ist unter der Nummer 2 84 969 für die Waren und Dienstleistungen " Seifen; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Pflaster, Verbandmaterial; Desinfektionsmittel; Marketing, Marktforschung und Marktanalyse, Schaufensterdekoration, Unternehmensberatung, Personalberatung, Vermietung von Büromaschinen und Einrichtungen, Vermittlung und Abschluß von Handelsgeschäften für andere, Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren, Verteilung von Waren zu Werbezwecken, Vervielfältigung von Dokumenten, Werbemittlung, Werbung oder Rundfunk- und Fernsehwerbung, Kinowerbung" im Markenregister eingetragen.

Dagegen hat die Inhaberin der 1989 für die Waren "cosmétiques, á savoir preparations pour le nettoyage, le soin et l'embellissement des cheveux ainsi qu'autres produits pour le soin et traitement des cheveux te de cuir chevelu exclusivement destiné á être distribués au commerce en gros et en détail des coiffeurs" international registrierten Marke Nr 543985

VIVA

Widerspruch erhoben.

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 25. April 2001 durch eine Beamtin des höheren Dienstes den Widerspruch zurückgewiesen. Ausgehend von einem durchschnittlichen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke und teilweiser Warenidentität; sieht sie wegen der Kürze der Zeichen selbst bei identischen Waren keine Verwechslungsgefahr. Durch den nur in der angegriffenen Marke am Ende enthaltenen scharfen "s-Laut erhalte diese Marke ein anderes Gepräge und sei von der Widerspruchsmarke klanglich

gut unterscheidbar. Schriftbildlich sei der Buchstabe "s" auf Grund der doppelten Rundung auch am Wortende nicht zu übersehen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Die sich gegenüber stehenden Waren seien teilweise identisch, teilweise ähnlich. Die Widerspruchsmarke werde stark benutzt. Es bedürfe eines erheblichen Abstandes der beiden Marken, um die Gefahr von Verwechslungen ausschließen zu können. Der zusätzliche Konsonant "s" am Ende der angegriffenen Marke falle weder klanglich noch schriftbildlich sonderlich ins Gewicht. Insbesondere auch in Anbetracht des flüchtigen Alltagsverkehrs bestehe eine erhebliche Verwechslungsgefahr.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die Löschung der Marke 2084969 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Zum Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen stellt die Inhaberin der angegriffenen Marke folgende Hilfsanträge:

- 1) nach der Aufzählung der Waren folgenden Vermerk aufzunehmen: "Sämtliche Waren nur zum Vertrieb über Apotheken",
- 2) nach der Aufzählung der Waren folgenden Vermerk aufzunehmen: "Sämtliche Waren ohne Erstreckung auf Mittel zum Reinigen, zur Verschönerung, zur Pflege und Behandlung der Haare und Kopfhaut",

- 3) weiter hilfsweise, die Hilfsanträge 1 und 2 miteinander zu kombinieren.

Sie meint, es bestehe keine Verwechslungsgefahr. Die sich gegenüber stehenden Waren und Dienstleistungen seien teilweise unähnlich, teilweise aber auch ähnlich oder identisch. Doch selbst für identische Waren sei eine Verwechslungsgefahr zu verneinen. Die sich gegenüber stehenden Zeichen seien kurz. Die Widerspruchsmarke habe zudem nur eine geringe Kennzeichnungskraft, da sie einen beschreibenden Charakter aufweise und es eine große Anzahl von "VIVA"- Zeichen und Zeichen mit einem solchen Bestandteil gebe. Der scharfe und prägnante Zischlaut "s" sei nicht zu überhören und führe zu einer klanglichen Veränderung der Zweitsilbe. Die Zweitsilbe "Vas" werde insgesamt sehr viel kürzer und damit heller und schärfer gesprochen als die sehr viel länger und gedehnter ausgesprochene Zweitsilbe "VA" der rangälteren Marke. Zu den in den hilfsweise eingeschränkten Warenverzeichnissen aufgeführten Waren sei der Abstand noch größer, da dadurch die Vertriebswege eindeutig auseinanderfallen würden bzw die Art der Waren unterschiedlich sei.

Auf die mündliche Verhandlung vom 13. Februar 2003 hat der Senat beschlossen, eine Entscheidung an Verkündungs Statt zuzustellen (§ 79 Abs 1 Satz 3 MarkenG). Mit Schriftsatz vom 1. April 2003 hat die Markeninhaberin das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke durch Streichung der Begriffe "Parfümerien, Haarwässer und Mittel zur Schönheitspflege" beschränkt und im Übrigen die in der Verhandlung gestellten Anträge unverändert aufrecht erhalten. Außerdem hat sie gebeten, den in diesem Schriftsatz vorgebrachten Sachvortrag ergänzend zu dem bisherigen Vorbringen zu berücksichtigen.

Die Widersprechende ist der Auffassung, dass die im Schriftsatz vom 1. April 2003 enthaltenen Ausführungen unbeachtlich seien, da den Parteien nachträglich weiterer Sachvortrag verwehrt sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache teilweise Erfolg, nämlich soweit der Widerspruch hinsichtlich der Waren

"Desinfektionsmittel; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; Seifen"

zurückgewiesen wurde.

Die nach Abschluss der mündlichen Verhandlung vorgenommene Beschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke durch Streichung der Waren "Parfümerien, Haarwässer und Mittel zur Schönheitspflege" ist bei der Beschwerdeentscheidung nicht zu berücksichtigen.

Nachdem der Senat auf die mündliche Verhandlung im Interesse der Beteiligten, die noch eine außergerichtliche Einigung anstrebten, die Zustellung der Entscheidung gemäß § 79 Abs 1 Satz 3 MarkenG beschlossen hatte, waren wegen der abgeschlossenen mündlichen Verhandlung neue Angriffs- und Verteidigungsmittel nicht mehr zulässig (zur Anwendung des § 296 a ZPO iVm § 82 Abs 1 Satz 1 MarkenG bei Zustellungen an Verkündungs Statt iSv § 79 Abs 1 Satz 3 MarkenG s ausführlich BPatG PMZ 2001, 24, 25 "VISION").

Ein Verzicht (§ 48 MarkenG) kann allerdings jederzeit materiellrechtlich wirksam erklärt werden. Er ist auch prozessual zulässig und führt grundsätzlich unmittelbar zur Erledigung des Widerspruchsverfahrens in der Hauptsache (vgl Altham-

mer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl, § 48 Rd 5 und 12). Das gilt auch dann, wenn der Verzicht erst nach Schluss der mündlichen Verhandlung erklärt wird, auf die der gemäß § 79 Abs 1 Satz 3 MarkenG an Verkündungs Statt zuzustellende verfahrensabschließende Beschluss ergeht, solange dieser Beschluss noch nicht erlassen und rechtskräftig geworden ist. Es liegt insoweit nicht anders als in dem umgekehrten Fall einer vollständigen oder teilweisen Zurücknahme des Widerspruchs, die ebenfalls – ähnlich einer Klagerücknahme im Zivilprozess – noch nach Schluss der mündlichen Verhandlung (bis zur Rechtskraft des verfahrensabschließenden Beschlusses) zulässig ist (vgl § 82 Abs 1 MarkenG iVm § 269 Abs 3 Satz 1, 2. Halbsatz ZPO; BGH GRUR 1998, 818 "Puma").

In einer Beschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen liegt ein Teilverzicht.

Allerdings kann ein Teilverzicht in einem Widerspruchsverfahren nach Schluss der mündlichen Verhandlung nicht in jedem Falle berücksichtigt werden. So hat der 24. Senat des BPatG (Mitt 2003, 82 – Waldschlösschen) einen Teilverzicht unberücksichtigt gelassen, bei dem die Beschränkung eines Oberbegriffs durch einen Zusatz erfolgen sollte, da in solchen Fällen stets zu prüfen ist, ob nicht in der vorgenommenen Beschränkung zugleich eine unzulässige Erweiterung liegt (vgl Alt-hammer/Ströbele, aaO § 48 Rn 5 aE). Des weiteren könne sich die Frage der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit neu stellen. Ein solcher Teilverzicht kann nach der genannten Entscheidung im Widerspruchsverfahren nicht mehr nach Schluss der mündlichen Verhandlung erklärt werden, auf deren Grundlage der verfahrensabschließende Beschluss ergeht.

In dem vorliegenden Verfahren liegt die Beschränkung zwar darin, dass Begriffe aus dem Warenverzeichnis ganz gestrichen werden sollen, jedoch ist die Einschränkung insoweit unklar und weiter erörterungsbedürftig, als die Inhaberin der angegriffenen Marke ihre hilfsweise eingeschränkten Waren-/ Dienstleistungsverzeichnisse aufrecht erhalten will. Es stellt sich daher im vorliegenden Fall die

Frage, ob die Einschränkung auch für die hilfsweise formulierten Verzeichnisse gelten sollte, bzw ob im vorliegenden Fall eine solche Einschränkung der rein in einem prozessualen Verfahren möglichen "Hilfsanträge" genau so wie ein materiellrechtlicher Verzicht im Sinne des § 48 MarkenG behandelt werden kann. Sollte ein solcher Verzicht in dem hilfsweise formulierten Verzeichnis nicht gewollt oder nach Schluss der mündlichen Verhandlung nicht möglich sein, wären zudem unter dem Aspekt der unzulässigen Erweiterung die hilfsweise formulierten Anträge gegenüber dem eingeschränkten "Hauptverzeichnis" zu erörtern. Diese Probleme bedürfen unter dem Gesichtspunkt des rechtlichen Gehörs der Erörterung mit den Beteiligten in tatsächlicher und rechtlicher Hinsicht. Für derartige Erörterungen ist indessen nach Schluss der mündlichen Verhandlung kein Raum. Insoweit hat es vielmehr bei der Grundregel des § 82 Abs 1 Satz 1 MarkenG iVm § 296 a Satz 1 ZPO zu verbleiben, wonach nach Schluss der mündlichen Verhandlung neue Angriffs- und Verteidigungsmittel nicht mehr vorgebracht werden können.

Ein Ausnahmefall nach § 296 a Satz 2 ZPO liegt hier nicht vor. Der Markeninhaberin war weder eine Schriftsatzfrist nach § 139 Abs 5 ZPO noch nach § 283 ZPO eingeräumt. Die nachträgliche Beschränkung gibt auch keinen Anlaß, gemäß § 156 ZPO bzw § 76 Abs 6 Satz 2 MarkenG wieder in die mündliche Verhandlung einzutreten. Die Fallgestaltungen, die nach §156 Abs 2 ZPO eine Wiedereröffnung der Verhandlung erforderlich machen, liegen hier nicht vor. Der Senat sieht auch keinen Anlass, nach dem ihm im übrigen eingeräumten Ermessen (§ 156 Abs 1 ZPO) wieder in die mündliche Verhandlung einzutreten. Die Markeninhaberin musste bei Scheitern der Vergleichsverhandlungen auch mit einem (Teil)Verlust ihrer Marke durch gerichtlichen Beschluss rechnen. Ein zu beachtendes Interesse der Markeninhaberin, hinsichtlich einzelner Waren einen Verlust ihrer Marke durch gerichtlichen Beschluss zu vermeiden (an Stelle eines Verlustes durch Teilverzicht), ist nicht erkennbar.

Nach alledem ist für die vorliegende Beschwerdeentscheidung auf Seiten der angegriffenen Marke von dem in der mündlichen Verhandlung formulierten Verzeichnis (einschließlich der hilfsweise beantragten Formulierungen) auszugehen.

Die Marke ist wegen des Widerspruchs aus der IR-Marke 543985 hinsichtlich der Waren "Desinfektionsmittel, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; Seifen" zu löschen, da insoweit eine Verwechslungsgefahr besteht.(§ 42 Abs 2 Nr 1, § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Die Beurteilung der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr ist nach ständiger Rechtsprechung unter Heranziehung aller Umstände des Einzelfalls umfassend vorzunehmen. Dabei ist von einer Wechselwirkung der Beurteilungsfaktoren, nämlich der Waren-/Dienstleistungsidentität oder -ähnlichkeit, der Markenidentität oder -ähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke im Hinblick auf die Verwechslungsgefahr auszugehen, so dass zB trotz eines geringeren Grades der Ähnlichkeit der Waren/Dienstleistungen bei einem höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder der Kennzeichnungskraft der älteren Marke eine Verwechslungsgefahr bestehen kann, wie auch umgekehrt im Falle eines geringeren Grades der Markenähnlichkeit bei einem höheren Grad der Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit oder der Kennzeichnungskraft (zur ständigen Rspr vgl BGH MarkenR 2002, 332, 333 – DKV/OKV; BPatG GRUR 2001, 513, 515 – CEFABRAUSE/CEFASEL - jeweils mwN). Wechselwirkung von Waren- und Markenähnlichkeit bedeutet danach nicht - was manchmal wohl noch missverstanden wird -, dass sich die relevanten Faktoren direkt gegenseitig beeinflussen (vgl bereits Kliems GRUR 1995, 198 - Relativer Ähnlichkeitsbegriff bei Waren/Dienstleistungen im neuen Markenrecht). So führt zB eine hochgradige Markenähnlichkeit nicht etwa zur Annahme eines höheren Grades der Warenähnlichkeit, als dies bei geringerer Markenähnlichkeit und derselben Warenkonstellation der Fall wäre. Vielmehr wir-

ken sich die verschiedenen Faktoren je nach ihrer Ausprägung auf die Beurteilung der Verwechslungsgefahr aus.

Bei der Widerspruchsmarke sind der Entscheidung die registermäßig geschützten Waren unabhängig von einer tatsächlichen Benutzung zu Grunde zu legen. Für den Beginn der fünfjährigen Benutzungsschonfrist ist nach § 115 Abs 2 MarkenG der 25. Juni 1998 das maßgebliche Datum. Der zunächst erhobene Einwand der Nichtbenutzung wurde wieder zurückgenommen, nachdem die Inhaberin der angegriffenen Marke vom Senat auf diesen Zeitpunkt hingewiesen wurde. Soweit die Beschwerdegegnerin nach Schluss der mündlichen Verhandlung nochmals Benutzungsfragen angesprochen hat, ist dies ohnehin unbeachtlich, da ihr neuer Sachvortrag verwehrt ist.

Von einer Erhöhung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auf Grund einer geltend gemachten intensiven Benutzung der Marke für "Haarfärbemittel" kann nicht ausgegangen werden, da eine solche Erhöhung ohnehin nur berücksichtigt werden könnte, wenn sie bereits im Zeitpunkt der Anmeldung der angegriffenen Marke (im Jahr 1994) vorgelegen hätte (Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl § 9 Rd 24). Hierfür gibt es keine Anhaltspunkte. Die Widersprechende hat Umsatzzahlen nur für die Jahre 2000 - 2002 genannt.

Es kann andererseits dahingestellt bleiben, ob die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke vermindert ist. Auf einen Identitätsschutz kann die Widerspruchsmarke nicht reduziert werden, da die Marke nicht glatt beschreibend ist und keine hinreichenden Anhaltspunkte für eine fehlende Unterscheidungskraft vorliegen. Im Spanischen ist das Wort "viva" zwar ein Hochruf, jedoch ist diese die Waren nicht beschreibende Bedeutung für die hinsichtlich der Unterscheidungskraft maßgeblichen deutschen Verkehrskreise weniger naheliegend. Selbst wenn man der Widerspruchsmarke wegen zahlreicher Marken mit dem Bestandteil "Viva" nur einen etwas unterdurchschnittlichen Schutzzumfang zuerkennen würde, sind die klanglichen Unterschiede zu gering, um bei Waren, die identisch sind oder

zumindest einen mittleren Ähnlichkeitsgrad aufweisen, eine Verwechslungsgefahr zu verhindern.

Die Marken sind zwar relativ kurz, jedoch kann jedenfalls bei der angegriffenen Marke mit fünf Buchstaben nicht von einem Kurzwort im klassischen Sinne gesprochen werden (Althammer/ Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl § 9 Rd 101). Die Widerspruchsmarke besteht aus zwei Silben und immerhin noch vier Buchstaben. Die Anfangsilben und die Silbenzahl sowie die Vokalfolge der Marken sind identisch. Da die Marken nicht immer sehr akzentuiert ausgesprochen werden, klingt der Laut "s" nicht immer prägnant und scharf, sondern kann auch schwach und undeutlich ausgesprochen werden. Zudem befindet sich der einzige klangliche Unterschied am häufig weniger beachteten Wortende.

Die Waren "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer;" können mit den Waren der Widerspruchsmarke "cosmétiques, á savoir preparations pour le nettoyage, le soin et l'embellissement des cheveux ainsi qu'autres produits pour le soin et traitement des cheveux te de cuir chevelu exclusivement destiné á être distribués au commerce en gros et en détail des coiffeurs" identisch sein. Die Waren "Desinfektionsmittel, Parfümerien, ätherische Öle, Zahnputzmittel; pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; Seifen" liegen zumindest im mittleren Ähnlichkeitsbereich zu den Waren der Widerspruchsmarke. Diese genannten Waren können sich in Inhaltsstoffen überschneiden, und auch die Konsistenz und Abgabeform kann identisch sein. So sind zB Desinfektionsmittel und Zahnputzmittel mit Haarpflegemittel unbedenklich ähnlich (Richter/ Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 12. Aufl S. 107 und S. 369). Die meisten der genannten Waren können sogar für die gleiche Körperregion, nämlich Kopf und Kopfhaut bestimmt sein.

Insoweit ist daher die angegriffene Marke wegen des Widerspruchs zu löschen.

Hinsichtlich dieser Waren kann die Marke auch nicht mit den bereits in der mündlichen Verhandlung hilfsweise formulierten Änderungen des Warenverzeichnisses eingetragen bleiben. Weder die Angabe "Sämtliche Waren nur zum Vertrieb über Apotheken", noch die Einschränkung "Sämtliche Waren ohne Erstreckung auf Mittel zum Reinigen, zur Verschönerung, zur Pflege und Behandlung der Haare und Kopfhaut", noch die Kombination dieser beiden Ausnahmevermerke führen zu einem solchen Warenabstand, der eine Verwechslungsgefahr verhindern würde.

Zunächst stellt die Festlegung auf einen Vertriebsweg grundsätzlich keine gegenständliche Einschränkung der Waren dar, sondern nur die Angabe einer Vertriebsmodalität, die sich nicht zwangsläufig aus objektiven Merkmalen der Waren selbst ergibt (BGH GRUR 1975, 258 – Importvermerk; BPatGE 27, 138 – MAGTOXIN). Selbst wenn man aber unterschiedliche Vertriebswege - einmal über Apotheken, einmal über Friseure – der Entscheidung zugrunde legen würde, bliebe eine klangliche Verwechslungsgefahr aus der Erinnerung heraus bestehen, zumal der Verkehr keinen Anlass hat, dabei auf den Vertriebsort zu achten.

Auch die Einschränkung "Sämtliche Waren ohne Erstreckung auf Mittel zum Reinigen, zur Verschönerung, zur Pflege und Behandlung der Haare und Kopfhaut", ist nicht geeignet, einen ausreichenden Warenabstand herzustellen. Auch wenn sich dadurch keine identischen Waren mehr gegenüberstehen können, da diese ausgenommen wurden, ist mit einer Verwechslungsgefahr zu rechnen, da die angegriffene Marke immer noch für Waren Schutz beansprucht, die sich im engsten oder mittleren Ähnlichkeitsbereich bewegen.

Eine Kombination der beiden Ausnahmevermerke reicht ebenfalls nicht aus, da insoweit die klangliche Verwechslungsgefahr aus der Erinnerung heraus ebenfalls bestehen bleibt.

Dagegen hat der Widerspruch und damit die Beschwerde der Widersprechenden hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen "Marketing, Marktforschung und

Marktanalyse, Schaufensterdekoration, Unternehmensberatung, Personalberatung, Vermietung von Büromaschinen und Einrichtungen, Vermittlung und Abschluß von Handelsgeschäften für andere, Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren, Verteilung von Waren zu Werbezwecken, Vervielfältigung von Dokumenten, Werbemittlung, Werbung oder Rundfunk- und Fernsehwerbung, Kinowerbung; Pflaster, Verbandmaterial; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost" keinen Erfolg, da bei diesen Waren und Dienstleistungen keine Verwechslungsgefahr besteht. Selbst wenn man teilweise noch eine Ähnlichkeit mit den Waren der Widerspruchsmarke annehmen würde, ist sie nur gering. Abgesehen davon, dass Waren und Dienstleistungen ihrer Art nach bereits deutlich unterschiedlich sind, werden die genannten Dienstleistungen regelmäßig von anderen Firmen erbracht. Auch die verbleibenden Waren "Pflaster, Verbandmaterial; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost" weisen einen erheblichen Abstand zu den Waren der Widerspruchsmarke auf. Art und Bestimmungszweck sowie der Verwendungszweck sind deutlich unterschiedlich. Ausgehend von einer wie oben bereits ausgeführten allenfalls durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke reichen insoweit die vorhandenen Unterschiede am Zeichenende der relativ kurzen Zeichenwörter aus, um eine noch beachtliche Verwechslungsgefahr auszuschließen.

Nach alledem war der Beschwerde der Widersprechenden in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang stattzugeben und im Übrigen zurückzuweisen.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass, § 71 Abs. 1 MarkenG.

Kliems

Sredl

Bayer

Na