

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 32/01

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 394 10 635

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 30. April 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die Marke

Waldschlößchen

ist gemäß § 6a WZG unter der Nummer 394 10 635 für die Waren und Dienstleistungen

"Biere, alkoholfreie Getränke; Immobilienvermittlung, Grundstücks- und Hausverwaltung, Vermietung und Verpachtung von Wohn- und Gewerberäumen, wirtschaftliche und technische Planung von Gebäuden; Bewirtung und Verpflegung von Gästen"

in das Register eingetragen worden. Die Eintragung wurde am 15. Juli 1995 veröffentlicht.

Dagegen ist Widerspruch erhoben von der Inhaberin der am 17. März 1977 für die Ware

„Pils“

eingetragenen Marke 956 000

siehe Abb. 1 am Ende

Die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke ist von der Markeninhaberin bestritten worden. Die Widersprechende hat ua eine eidesstattliche Versicherung des Herrn L... vom 5. September 1996 zu den Akten gereicht. Darin ist ausgeführt, daß sich der Gesamtumsatz der Marke „Waldschloß Pils“ in den Jahren 1993 und 1994 auf ... hl bzw ... hl belaufen habe. Die Widerspruchsmarke sei in folgender Form benutzt worden:

siehe Abb. 2 am Ende

Die mit einem Beamten des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke für die Ware "Pils" anerkannt und – unter Zurückweisung des weitergehenden Widerspruchs – die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für die Waren "Biere, alkoholfreie Getränke" sowie für die Dienstleistung "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" angeordnet. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß insoweit die Gefahr von Verwechslungen bestehe. Die einander gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen seien teilweise identisch, im übrigen liege eine beachtliche Ähnlichkeit vor. Der Gesamteindruck der Widerspruchsmarke werde durch den Wortbestandteil "Waldschloß" geprägt. Insoweit stelle sich die angegriffene Marke "Waldschlößchen" als eine Verkleinerungs- bzw. Verniedlichungsform der Widerspruchsmarke dar, so daß eine unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr nicht ausgeschlossen werden könne.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin. Sie macht – wie schon im Verfahren vor der Markenstelle – geltend, daß die Form, in der die Widerspruchsmarke benutzt worden sei, in zahlreichen Einzelheiten von der eingetragenen Form abweiche. Darüber hinaus lasse sich der eidesstattlichen Versicherung des Herrn L... nicht zweifelsfrei entnehmen, ob die darin genannten Umsätze ausschließlich mit der Ware "Pils" erzielt worden seien, nachdem die Widersprechende die Bezeichnung "Waldschloß" ausweislich des vorgelegten Prospektmaterials auch für andere Biersorten eingesetzt habe. Von einer rechtserhaltenden Benutzung könne daher nicht ausgegangen werden.

Es liege auch keine Verwechslungsgefahr vor. Der Gesamteindruck der Widerspruchsmarke werde im wesentlichen von der graphischen Gestaltung geprägt, die den König des Bieres "Gambrinus" auf einem Bierfaß sitzend zeige. Die Wortbezeichnung "Waldschloß Pils" trete demgegenüber in den Hintergrund. Darüber hinaus wiesen die Begriffe "Waldschloß" und "Waldschlößchen" einen unterschiedlichen Sinngehalt auf.

Die Markeninhaberin beantragt,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle aufzuheben, soweit darin die Teillöschung der angegriffenen Marke angeordnet worden ist, und den Widerspruch insgesamt zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie verteidigt den angefochtenen Beschluß. Darüber hinaus hat sie eine weitere eidesstattliche Versicherung des Herrn R... vom 30. Mai 2001 vorgelegt, in der Angaben zu den unter der Marke "Waldschloß Pils" getätigten Umsätzen für die Jahre 1995 bis 2000 gemacht werden.

Auf die mündliche Verhandlung vom 30. April 2002 hat der Senat beschlossen, eine Entscheidung an Verkündungs Statt zuzustellen. Mit Schriftsatz vom 3. Juni 2002 hat die Markeninhaberin das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke hilfsweise dahin formuliert, daß die Waren "Biere" und "alkoholfreie Getränke" gestrichen werden und die Dienstleistungsangabe "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" folgenden Zusatz erhält: "mit Speisen, nämlich mit Fleisch-, Fisch-, Gemüse- und Nudelgerichten, Salatgerichten, Suppen, Süßspeisen, Eis und Kuchen". Mit weiterem Schriftsatz vom 7. Juni 2002 hat sie den Hilfsantrag vom 3. Juni 2002 zurückgenommen und das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen "im Rahmen des Hilfsantrages vom 3. Juni 2002" insgesamt wie folgt gefaßt:

"Immobilienvermittlung, Grundstücks- und Hausverwaltung, Vermietung und Verpachtung von Wohn- und Gewerberäumen, wirtschaftliche und technische Planung von Gebäuden, Bewirtung und Verpflegung von Gästen mit Speisen, nämlich mit Fleisch-, Fisch-,

Gemüse- und Nudelgerichten, Salatgerichten, Suppen, Süßspeisen, Eis und Kuchen“.

Die Widersprechende ist der Auffassung, daß die Neufassung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen nicht mehr berücksichtigt werden könne.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

1. Zum Gegenstand der Beschwerdeentscheidung:

Nachdem die Markeninhaberin den Hilfsantrag vom 3. Juni 2002 ausdrücklich zurückgenommen hat, ist die mit Schriftsatz vom 7. Juni 2002 erfolgte Neufassung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen dahin auszulegen, daß die darin enthaltenen Beschränkungen gegenüber dem im Register eingetragenen Verzeichnis nicht nur hilfsweise, sondern unbedingt vorgenommen werden sollen. Mit der Bezugnahme "im Rahmen des Hilfsantrages vom 3. Juni 2002" wird lediglich auf den dort festgelegten gegenständlichen Umfang der Beschränkung abgestellt, nicht aber – erneut – ein Eventualverhältnis aufgestellt. Davon geht – ausweislich ihres Schriftsatzes vom 11. Juni 2002 – offensichtlich auch die Widersprechende aus.

Die vorgenommene unbedingte Beschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen ist bei der Beschwerdeentscheidung nur teilweise, nämlich hinsichtlich der Streichung der Waren "Biere, alkoholfreie Getränke“, zu berücksichtigen. Die Streichung der genannten Waren stellt einen Teilverzicht dar, der gemäß § 48 Abs 1 MarkenG jederzeit materiellrechtlich wirksam er-

klärt werden kann. Er ist auch prozessual zulässig und führt – soweit er reicht – unmittelbar zur Erledigung des Widerspruchsverfahrens in der Hauptsache (vgl. Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl., § 48 Rn 5 und 12). Das gilt auch dann, wenn – wie hier – der Teilverzicht erst nach Schluß der mündlichen Verhandlung erklärt wird, auf die der – hier gemäß § 79 Abs 1 Satz 3 MarkenG an Verkündungs Statt zuzustellende – verfahrensabschließende Beschluß ergeht, solange dieser Beschluß – wie im vorliegenden Fall – 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").

Nicht berücksichtigt werden kann hingegen die des weiteren vorgenommene Beschränkung des Dienstleistungs-Oberbegriffs "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" durch den Zusatz "mit Speisen, nämlich mit Fleisch-, Fisch-, Gemüse- und Nudelgerichten, Salatgerichten, Suppen, Süßspeisen, Eis und Kuchen". Zwar liegt auch insoweit materiellrechtlich ein Teilverzicht auf die angegriffene Marke nach § 48 Abs 1 MarkenG vor. Ein solcher Teilverzicht kann aber im Widerspruchsverfahren nicht mehr nach Schluß der mündlichen Verhandlung erklärt werden, auf deren Grundlage der verfahrensabschließende Beschluß ergeht. So ist in solchen Fällen stets zu prüfen, ob nicht in der vorgenommenen Beschränkung zugleich eine unzulässige Erweiterung liegt (vgl. Althammer/Ströbele, aaO § 48 Rn 5 aE). Des weiteren kann sich die Frage der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit neu stellen. Regelmäßig ist es der Zweck solcher Beschränkungen, die angegriffene Marke aus dem Schutzbereich der Widerspruchsmarke herauszuführen. Ob dieses Ziel erreicht wird, bedarf – ebenso wie das angesprochene Problem etwaiger unzulässiger Erweiterungen – unter dem Gesichtspunkt des rechtlichen Gehörs der Erörterung mit den Beteiligten in tatsächlicher und rechtlicher Hinsicht. Für derartige Er-

örterungen 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 (zur Anwendung des § 296 a ZPO bei Zustellungen an Verkündungs Statt iSv § 79 Abs 1 Satz 3 MarkenG s ausführlich BPatG Bl. f. PMZ 2001, 24, 25 "VISION").

Ein Ausnahmefall nach § 296 a Satz 2 ZPO liegt hier nicht vor. Der Markeninhaberin war weder eine Schriftsatzfrist nach § 139 Abs 5 ZPO nF noch nach § 283 ZPO eingeräumt. Die nachträgliche Beschränkung des Dienstleistungs-Oberbegriffs "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" gibt auch keinen Anlaß, gemäß § 156 ZPO bzw § 76 Abs 6 Satz 2 MarkenG wieder in die mündliche Verhandlung einzutreten. Ein Wiedereintritt ist grundsätzlich dann geboten, wenn gerichtsseitige Fehler des Verfahrens zu beheben sind (vgl § 156 Abs 2 ZPO nF; sachlich gleich zum alten Recht Zöller/Greger, ZPO, 21. Aufl, § 156 Rn 3). Darum geht es hier nicht. Der Senat sieht auch keinen Anlaß, nach dem ihm im übrigen eingeräumten Ermessen wieder in die mündliche Verhandlung einzutreten. Die Markeninhaberin mußte spätestens seit dem angefochtenen Beschluß der Markenstelle vom 25. August 1999 mit einem Teilverlust ihrer Marke rechnen. Erst recht galt dies, nachdem mündliche Verhandlung auf ihren Antrag hin mit einem entsprechenden Ladungszusatz anberaumt worden war. Insoweit bestand während des etwa zweieinhalb Jahre andauernden Beschwerdeverfahrens ausreichend Zeit, entsprechende Beschränkungen des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen – sei es unbedingt oder im Wege eines Hilfsantrages – vorzunehmen. Aus diesem Grund ist es auch umgekehrt der Widersprechenden nicht zuzumuten, noch einmal in das Verfahren eintreten zu müssen, um eine Erörterung insbesondere der Frage der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit durchzuführen.

Nach alledem ist für die vorliegende Beschwerdeentscheidung auf Seiten der angegriffenen Marke (nur noch) die Dienstleistung "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" (ohne den einschränkenden Zusatz gemäß Schriftsatz vom 7. Juni 2002) zu berücksichtigen.

2. a) Die Markeninhaberin hat die Benutzung der Widerspruchsmarke in zulässiger Weise gemäß § 43 Abs 1 MarkenG bestritten (vgl §§ 152, 158 Abs 3 MarkenG). Nachdem keine Beschränkung auf eine der beiden in § 43 Abs 1 MarkenG vorgesehenen Nichtbenutzungseinreden vorgenommen wurde, ist, da beide Einreden nebeneinander erhoben werden können, davon auszugehen, daß die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke sowohl nach § 43 Abs 1 Satz 1 als auch nach § 43 Abs 1 Satz 2 MarkenG bestritten ist (vgl BGH GRUR 1998, 938, 939 f "DRAGON"; GRUR 1999, 995, 996 "HONKA"). Die Widersprechende hatte demnach eine rechtserhaltende Benutzung sowohl für den Zeitraum von fünf Jahren vor der Veröffentlichung der angegriffenen Marke am 15. Juli 1995 als auch für den Zeitraum von fünf Jahren vor der Entscheidung über den Widerspruch (30. April 2002) glaubhaft zu machen. Dies ist ihr mit den eidesstattlichen Versicherungen vom 5. September 1996 und vom 30. April 2001 zusammen mit den weiteren vorgelegten Materialien gelungen.

b) Weichen, wie im vorliegenden Fall, die tatsächlich benutzte und die eingetragene Form einer Marke voneinander ab, so kommt es für die rechtserhaltende Benutzung darauf an, ob durch die Abweichungen der kennzeichnende Charakter der Marke verändert worden ist (§ 26 Abs 3 MarkenG). Maßgeblich ist hierbei vor allem, ob der Verkehr in der benutzten und in der eingetragenen Form dieselbe Marke erblickt (BGH GRUR 2002, 167, 168 „Bit/Bud“; GRUR 2000, 1038, 1039 "Kornkammer"). Davon ist hier auszugehen.

Die benutzte Form unterscheidet sich von der eingetragenen Form zunächst durch das Weglassen sowie die abweichende Anordnung und die Hinzufügung

beschreibender Angaben (Weglassung: "MIT FELSQUELL-WASSER GEBRAUT"; "DARUM SO GUT"; BRAUEREIABFÜLLUNG"; abweichende Anordnung: "(ÜBER) 100 JAHRE BRAUERFAHRUNG"; Hinzufügung: "GEBRAUT NACH DEM DEUTSCHEN REINHEITSGEBOT"; "alc. 4,8% vol."; "e 0,5 l"). Diese Veränderungen lassen den Gesamteindruck ersichtlich unberührt (vgl für das Weglassen beschreibender Angaben BGH GRUR 1997, 744, 746 "ECCO"; für die Hinzufügung BGH GRUR 1999, 54, 55 "Holzkamp"; vgl auch BGH GRUR 2002, 167, 168 "Bit/Bud"). Gleiches gilt für die – ebenfalls beschreibende – Hinzufügung der beiden Hopfen-Büschel rechts und links der zentralen Königsfigur (vgl BGH GRUR 1999, 167, 168 "Karolus Magnus"; GRUR 2000, 1038, 1039 f "Kornkammer").

Auch der Austausch bzw die Weglassung der Herstellerbezeichnung führt im vorliegenden Fall nicht dazu, daß in der benutzten Marke nicht mehr die eingetragene Marke erkannt würde. Zwar geht der Bundesgerichtshof in seiner neueren Rechtsprechung davon aus, daß der Verkehr auf dem vorliegenden Warengbiet (Bier) der Herstellerbezeichnung regelmäßig besonderes Gewicht beimißt (vgl BGH GRUR 2002, 167, 170 "Bit/Bud" zur Frage der Verwechslungsgefahr). Insoweit ist aber nicht zu verkennen, daß der Bundesgerichtshof diesen Erfahrungssatz anhand eines Falles formuliert hat, in dem die Herstellerbezeichnung ("Anheuser Busch") die größte Brauerei der Welt betraf und dazuhin optisch gleichwertig neben bzw über der eigentlichen Produktkennzeichnung ("Bud") angeordnet war. Im vorliegenden Falle dagegen nimmt die an der Grenze der Lesbarkeit gestaltete Herstellerbezeichnung eine völlig untergeordnete Stellung ein. Die für die Anwendung des genannten Erfahrungssatzes erforderliche maßgebende eigene kennzeichnende Wirkung (s dazu BGH GRUR 1999, 54, 56 "Holzkamp"; GRUR 1999, 167, 168 "Karolus Magnus") der Herstellerangabe ist demnach zu verneinen, so daß von einer Änderung des kennzeichnenden Charakters nicht ausgegangen werden kann.

Schließlich lassen auch die – geringfügige – Änderung der Größe und Ausgestaltung des Schriftzuges "Waldschloß Pils" sowie die vorgenommenen Änderungen in ihrer Gesamtheit den kennzeichnenden Charakter der Widerspruchsmarke unberührt. Ergänzend wird hierzu auf die zutreffenden Ausführungen der Markenstelle in dem angefochtenen Beschluß Bezug genommen.

c) Als unbegründet erweisen sich auch die Zweifel der Markeninhaberin, ob sich die Umsatzangaben in der eidesstattlichen Versicherung vom 5. September 1996 ausschließlich auf die eingetragene Ware "Pils" beziehen. Dies ist nach dem klaren Wortlaut der eidesstattlichen Versicherung der Fall. Nichts anderes gilt für die eidesstattliche Versicherung vom 30. Mai 2001, mit der die unter der Widerspruchsmarke getätigten Umsätze für den nach § 43 Abs 1 Satz 2 MarkenG maßgeblichen Zeitraum glaubhaft gemacht worden sind.

d) Weitere Bedenken gegen die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke sind von der Markeninhaberin nicht erhoben worden und auch nicht ersichtlich.

3. Des weiteren hat die Markenstelle mit zutreffenden Erwägungen eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken bejaht (§ 42 Abs 2 Nr 1, § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Identität oder Ähnlichkeit der Marken und der Identität oder Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke (st Rspr, vgl ZB BGH GRUR 2002, 626, 627 "IMS" mwN).

a) Die für die vorliegende Entscheidung allein noch relevante Dienstleistung "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" der angegriffenen Marke ist der Ware "Pils", für welche die Widerspruchsmarke geschützt ist, ähnlich, wobei von einer eher engen Ähnlichkeit auszugehen ist. Zwar ist bei der Annahme einer Ähnlichkeit von Dienstleistungen und Waren im allgemeinen Zurückhaltung geboten (vgl. BGH GRUR 1999, 731, 733 "Canon II"; GRUR 2000, 883, 884 "PAPPAGALLO"; BPatG GRUR 2002, 345, 347 "ASTRO BOY/ Boy"). Besondere Umstände können aber auch die Annahme einer engeren Ähnlichkeit rechtfertigen. Was das vorliegende Waren- und Dienstleistungsgebiet angeht, ist der Verkehr durch eine lange Tradition daran gewöhnt, daß Brauereien nicht nur Bier herstellen und vertreiben, sondern in eigenen Brauereigaststätten auch Gäste bewirten und verpflegen. Insoweit werden die Ware "Pils" einerseits und die Dienstleistung "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" andererseits vom Verkehr ohne weiteres derselben Ursprungsstätte zugerechnet, wenn sie unter dem gleichen oder einem verwechselbar ähnlichen Zeichen angeboten werden (vgl. Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 12. Aufl, S 380 und S 397; BGH GRUR 2000, 883, 884 "PAPPAGALLO").

b) Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist als durchschnittlich einzustufen. Anhaltspunkte für eine geschwächte oder gesteigerte Kennzeichnungskraft liegen nicht vor.

c) Bei dieser Ausgangslage hat die angegriffene Marke einen deutlichen Abstand zur Widerspruchsmarke einzuhalten. Diesen Anforderungen wird sie nicht gerecht.

Bei dem Vergleich der einander gegenüberstehenden Zeichen ist die Markenstelle zutreffend davon ausgegangen, daß der insoweit maßgebliche Gesamteindruck der Widerspruchsmarke im wesentlichen durch das normal kennzeichnungskräftige Wort "Waldschloß" geprägt wird. Dies gilt zunächst im Ver-

hältnis zu den zahlreichen beschreibenden Angaben einschließlich der hervorgehobenen Sortenbezeichnung "Pils". Derartige Angaben finden sich in ähnlicher Form auf den meisten Bieretiketten und können daher zur herkunftsindividualisierenden Funktion des Gesamtzeichens nichts beitragen. Auch das Wort "GAMBRINUS" tritt, obwohl es für sich genommen eine eigene Kennzeichnungskraft aufweist, aufgrund der sehr geringen Schriftgröße im Gesamteindruck der Widerspruchsmarke stark zurück. Schließlich kommt im vorliegenden Fall auch der in der Widerspruchsmarke in ihrer – für den Zeichenvergleich maßgeblichen – eingetragenen Form enthaltene Herstellerangabe "Waldschloß-Brauerei AG – Wuppertal/Bergisches Land" kein erhebliches Gewicht für die Beurteilung des Gesamteindrucks zu. Zwar ist – wie schon oben 2)b) im Rahmen des Benutzungszwangs ausgeführt – nach der neueren Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes davon auszugehen, daß der Verkehr auf dem vorliegenden Warengbiet (Bier) der Herstellerbezeichnung besonderes Gewicht beimißt (vgl. BGH GRUR 2002, 167, 170 "Bit/Bud"). Im vorliegenden Falle nimmt jedoch die an der Grenze der Lesbarkeit gestaltete Herstellerbezeichnung eine völlig untergeordnete Stellung ein, so daß die für die Anwendung des genannten Erfahrungssatzes erforderliche eigene kennzeichnende Wirkung dieser Angabe zu verneinen ist.

Die den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke prägende Stellung des kennzeichnungskräftigen Markenwortes "Waldschloß" kann auch nicht im Hinblick auf den Bildbestandteil in Frage gestellt werden. Die Markenstelle ist insoweit zutreffend von dem weiteren Erfahrungssatz ausgegangen, daß sich das Markenwort "Waldschloß" als einfachste und kürzeste Bezeichnungsform für die Widerspruchsmarke anbietet (vgl. Althammer/Ströbele, aaO, § 9 Rn 194 mwN).

Vor diesem Hintergrund hat die Markenstelle mit Recht angenommen, daß die angegriffene Marke als Verkleinerungs- bzw. Verniedlichungsform der Wider-

spruchsmarke erscheint, so daß eine unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr nicht mit der erforderlichen Sicherheit ausgeschlossen werden kann.

Die angeordnete Teillöschung der angegriffenen Marke für die - nunmehr allein noch im Streit befindliche - Dienstleistung "Bewirtung und Verpflegung von Gästen" war daher nicht zu beanstanden (§ 158 Abs 5 Satz 2, § 43 Abs 2 Satz 1 MarkenG).

4. Es bestand kein Anlaß, einer der Beteiligten die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Dr. Ströbele

Dr. Hacker

Kirschneck

Na

Abb. 1



Abb. 2

