



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 152/02

(Aktenzeichen)

Än Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 30 128

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 15. Juli 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterin Sredl und des Richters Engels

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. März 2002 aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Marke 1 142 907 auch für „diätetische Lebensmittel zur Gewichtsreduktion (Schlankheitsdiät) und diätetische Nahrung- und Stärkungsmittel (ausgenommen überwiegend aus Getreideerzeugnissen bestehende Produkte), einschließlich Getränke, für medizinische Zwecke“ zurückgewiesen worden ist.

Insoweit wird die Lösung der angegriffenen Marke 397 30 128 angeordnet.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Bezeichnung

SUNGOLD

ist am 30. Juni 1997 für verschiedene Waren 3, 5 und 30 angemeldet und am 4. September 1997 unter der Nummer 397 30 128 in das Markenregister eingetragen worden. Nach einer Teillösung beansprucht die angegriffene Marke Schutz noch für

„Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Antitranspirantien; Reinigungsmittel; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Zahnputzmittel, Reinigungsmittel für Zahnprothesen; Sonnenschutzmittel; Shampoos; pharmazeutische Erzeugnisse und Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Lebensmittel zur Gewichtsreduktion (Schlankheitsdiät) und diätetische Nähr- und Stärkungsmittel (ausgenommen überwiegend aus Getreideerzeugnissen bestehende Produkte), einschließlich Getränke, für medizinische Zwecke; Vitaminpräparate, medizinische Aufgüsse und Tees; Desinfektionsmittel; Lösungen für Kontaktlinsen; Fungizide, Herbizide; Kaugummi für medizinische Zwecke; im wesentlichen aus pflanzlichen Produkten, nämlich Sago, Tapioka, Zucker, Kartoffelstärke, Melassesirup, Ahornsirup und/oder Kürbiskernen hergestellte Nahrungsmittel; Konfekt, Zuckerwaren, Süßwaren, einschließlich Kaugummi“.

Gegen die Eintragung hat die Inhaberin der Marke 1 142 907

SUN GOLD

die seit dem 14. Juli 1989 für „Frische Pflaumen; gedörrte und konservierte Früchte, einschließlich Pflaumen; Obstsaft, auch von Pflaumen“ eingetragen ist, Widerspruch erhoben. Der Widerspruch richtet sich gegen die Waren der Klassen 5 und 30, für die die jüngere Marke Schutz beansprucht.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat im Verfahren vor der Markenstelle die Benutzung der Widerspruchsmarke nach § 43 Abs 1 MarkenG bestritten. Nach Vorlage von Benutzungsunterlagen durch die Widersprechende hat er die Nichtbenutzungseinrede mit Ausnahme von „gedörrte Pflaumen“ aufrecht erhalten.

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluß vom 7. März 2002 durch eine Beamtin des gehobenen Dienstes die Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch aus der Marke 1 142 907 zurückgewiesen. Die Nichtbenutzungseinrede sei zulässig. Bei der Gesamtschau der von der Widersprechenden eingereichten Benutzungsunterlagen gehe auch die Markenstelle von einer rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke für „Trockenpflaumen“ aus, so dass auf Seiten der älteren Marke „gedörrte und konservierte Früchte, nämlich Pflaumen“ zu berücksichtigen seien. Diese Waren seien mit denen der angegriffenen Marke nicht ähnlich; dies gelte auch für einzelne Waren der Klasse 5 oder für Waren des täglichen Bedarfs der Klasse 30. Für eine Feststellung, dass Dörripflaumen diätetische Lebensmittel zur Gewichtsreduktion seien, gebe es keinen Anhaltspunkt. Auf die Bekanntheit der WiM komme es daher nicht mehr an.

Hiergegen hat die Widersprechende Beschwerde mit der Begründung eingelegt, zwischen den Waren der Klasse 5 und Klasse 30, insbesondere „diätetische Lebensmittel zur Gewichtsreduktion (Schlankheitsdiät) und diätetische Nähr- und Stärkungsmittel (ausgenommen überwiegend aus Getreideerzeugnissen bestehende Produkte), einschließlich Getränke, für medizinische Zwecke; Vitaminpräparate, medizinische Aufgüsse und Tees; Konfekt, Zuckerwaren, Süßwaren, einschließlich Kaugummi“ der angegriffenen Marke und den als rechtserheblich benutzt anzusehenden Waren „gedörrte und konservierte Früchte, nämlich Pflaumen“ bestehe Ähnlichkeit. Die Markenstelle habe außer Acht gelassen, dass diese Waren miteinander konkurrieren oder einander ergänzen könnten. Gedörrte Früchte, nämlich Pflaumen wirkten bekanntermaßen abführend und würden bei einer Schlankheitsdiät bevorzugt zur Unterstützung verwendet. Das zeige auch

der beigefügte Ausdruck aus dem Internet „Praktische Tipps zum Abnehmen“, so dass der Verkehr annehmen könne, die Vergleichsprodukte stammten aus dem gleichen Unternehmen. Dies gelte auch hinsichtlich „Tees“ der angegriffenen Marke, da die Verwendung von Pflaumen in aromatisierten Tees evident sei. Auch mit Süßwaren bestehe Ähnlichkeit, weil Pflaumen mit Schokoladenüberzug allgemein bekannt seien. Ausgehend von der vorliegenden Warennähe sei zum Ausschluß einer Verwechslungsgefahr mindestens ein durchschnittlicher Abstand zu fordern, der hier nicht mehr eingehalten werde. Die Vergleichsmarken bestünden aus der identischen Zeichenfolge „SUN GOLD“, wobei es keinen Unterschied mache, dass in der Widerspruchsmarke zwischen „SUN“ und „GOLD“ eine Leerstelle vorhanden sei.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluß der Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. März 2002 aufzuheben, soweit der Widerspruch aus der Marke 1 142 907 zurückgewiesen worden ist, und die Löschung der angegriffenen Marke im Umfang dieses Widerspruchs anzuordnen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat keine Anträge gestellt und sich nicht zur Sache geäußert. Mit Schriftsatz vom 18. Juni 2004 teilte er mit, daß er an der mündlichen Verhandlung nicht teilnehmen werde.

II.

Die zulässige Beschwerde ist erfolgreich, soweit die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts den Widerspruch auch bezüglich der Waren „diätetische Lebensmittel zur Gewichtsreduktion (Schlankheitsdiät) und diätetische Nähr- und Stärkungsmittel (ausgenommen überwiegend aus Getreideerzeugnis-

sen bestehende Produkte), einschließlich Getränke, für medizinische Zwecke“ zurückgewiesen hat. Insoweit hält der Senat die Marken im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG für verwechselbar.

1. Der Inhaber der angegriffenen Marke hat die Einrede der Nichtbenutzung nach § 43 Abs 1 Satz 1 und 2 MarkenG zulässigerweise erhoben. Nachdem die Widersprechende zuletzt mit Schriftsatz vom 30. Dezember 1999 Unterlagen vorgelegt hat, die eine Benutzung der Widerspruchsmarke belegen, hat der Inhaber der angegriffenen Marke die Nichtbenutzungseinrede mit Ausnahme von „gedörrten Pflaumen“ aufrecht erhalten.

Die Markenstelle ist zutreffend davon ausgegangen, daß im Rahmen der Prüfung, welche Waren des Warenverzeichnisses auf Grund der Benutzungsunterlagen berücksichtigt werden können, die sog erweiterten Minimallösung zugrunde zu legen ist (vgl Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 26, Rdnr 210 ff mwN). Weder die Maximallösung, die sich an den im Warenverzeichnis eingetragenen Oberbegriffen als den als benutzt anzusehenden Waren orientiert, noch die Minimallösung, die lediglich die konkret benutzten Waren als rechtserhaltend benutzt berücksichtigen will, werden den Interessen der Beteiligten gerecht, weil im ersten Fall den Inhabern der älteren Marke ein zu weiter, im zweiten Fall ein zu enger Schutzbereich zugbilligt wird (vgl BPatG PAVIS PROMA, Kliems: 25 W (pat) 052/02 – CYNARETTEN / Circanetten® New). Ob beim Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke mit der Markenstelle allerdings lediglich von „gedörrten und konservierten Früchten, nämlich Pflaumen“ auszugehen ist, was der Minimallösung entsprechen würde und von der auch die Widersprechende in ihrem Vortrag ausgegangen ist, kann letztlich offen bleiben.

2. Der Senat tendiert dazu, die Benutzung über die konkret benutzten Waren hinaus auf „gedörrte Früchte“ anzuerkennen, da hierfür – im Gegensatz zu dem weiteren, im Warenverzeichnis der älteren Marke enthaltenen Begriff der „konservierten Früchte“ – eine Benutzung nachgewiesen worden ist. Zu den sog Tro-

ckenfrüchten oder zum Trockenobst zählen neben Pflaumen und Feigen hauptsächlich noch Rosinen, Trockenäpfel, -birnen, -aprikosen und -pfirsiche (vgl. Dr. Oetker Lexikon Lebensmittel und Ernährung, 3. Aufl. 1989, Stichwort: Trockenfrüchte). Die Annahme einer rechtserhaltenden Benutzung auch für diesen etwas größeren Warenbereich ändert jedoch nichts daran, die Ähnlichkeit mit den im Tenor aufgeführten Waren „diätetische Lebensmittel zur Gewichtsreduktion (Schlankheitsdiät) und diätetische Nähr- und Stärkungsmittel (ausgenommen überwiegend aus Getreideerzeugnissen bestehende Produkte), einschließlich Getränke, für medizinische Zwecke“ der angegriffenen jüngeren Marke zu bejahen.

a. Der Begriff der Ähnlichkeit von Waren bzw. Dienstleistungen ist im Hinblick auf die Verwechslungsgefahr auszulegen. Anders als nach der früheren Rechtsprechung ist Voraussetzung nicht mehr allein die Vorstellung (vermeintlich) gleicher örtlicher Herstellungsstätten, auch wenn eine solche Feststellung nach wie vor Bedeutung hat. Vielmehr sind bei der Prüfung der Warenähnlichkeit alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren ausmachen. So kann die Ähnlichkeit auch durch die Erwartung des Verkehrs von einer Verantwortlichkeit desselben Unternehmens für die Qualität der Waren begründet sein (EuGH MarkenR 1999, 22, 24, Ziff. 28, 29 - CANON; BGH MarkenR 1999, 242, 245 - Canon II mwN), wobei bei einem solchen Verständnis an Kriterien angeknüpft werden kann, wie sie auch bereits zur Warengleichartigkeit entwickelt wurden, zB die stoffliche Beschaffenheit, die regelmäßige Vertriebs- und Erbringungsart, der Verwendungszweck, die wirtschaftliche Bedeutung oder die Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte und Leistungen (vgl. BGH GRUR 1999, 158, 159 - GARIBALDI; MarkenR 1999, 61, 63 - LIBERO; MarkenR 1999, 93 ff - TIFFANY ; GRUR 1998, 925, 926 - Bisotherm-Stein; GRUR 1999, 164, 166 - JOHN LOBB; MarkenR 2000, 359 - Bayer/BeiChem jeweils mwN).

b. Unter Beachtung dieser Kriterien ist von einer Warenähnlichkeit der „diätetischen Lebensmittel zur Gewichtsreduktion (Schlankheitsdiät) für medizinische

Zwecke“ der angegriffenen Marke und den „gedörrten Früchten“ der Widerspruchsmarke auszugehen. So ergeben sich zB aus den von der Widersprechenden mit Schriftsatz vom 24. Oktober 2002 in der mündlichen Verhandlung überreichten Internet-Auszügen, daß zB gedörrte Pflaumen im Zusammenhang mit „Praktischen Tipps zum Abnehmen“ genannt werden, um eine Gewichtsreduktion zu erreichen. Dasselbe Ergebnis hat eine vom Senat durchgeführte und der Widersprechenden in der mündlichen Verhandlung überreichte Internet-Recherche ergeben, die Trockenpflaumen im Zusammenhang mit verschiedenen Diäten bzw Heilverfahren erwähnt. Dasselbe gilt für getrocknete Feigen, die für vergleichbare Zwecke eingesetzt werden. Dies spricht dafür, daß gedörrte Früchte und gedörrte Pflaumen speziell zumindest ergänzend im Rahmen einer Diät zur Gewichtsreduktion eine besondere Rolle spielen. Daß es sich dabei um ein allgemeine Lebensmittel handelt, die lediglich aus Anlaß einer Diät empfohlen werden, bedeutet allerdings nicht, daß gegenüber den in Frage stehenden Waren der angegriffenen Marke ein bedeutsamer Unterschied besteht. Diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke, die der Klasse 5 der amtlichen Klasseneinteilung zuzurechnen sind, unterscheiden sich von „normalen“ Lebensmitteln der Klassen 29 und 30 oft nur darin, daß bestimmte Inhaltsstoffe durch entsprechende Austauschstoffe ersetzt werden (vgl BPatG GRUR 2000, 2 23 – Netto 62/netto,-; BPatG PAVIS ROMA, Kliems: FRUCTADIÄT/FRUCTA). Eine medizinische Zweckbestimmung kann in diesem Zusammenhang allenfalls zu einem etwas größeren Warenabstand, nicht jedoch zu einer grundsätzlich bestehenden Warenähnlichkeit führen. Lebensmittel werden häufig sowohl als Diäterzeugnisse im Sinne von § 1 DiätVO wie auch als Lebensmittel des allgemeinen Verbrauchs von denselben Unternehmen aus denselben Grundprodukten hergestellt, in denselben Vertriebsstätten wie Supermärkten nebeneinander angeboten und weisen nicht nur in ihrer stofflichen Zusammensetzung Übereinstimmungen auf, sondern dienen oft auch sich ergänzenden Ernährungszwecken. Soweit diese Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke eingesetzt werden sollen, setzt dies voraus, daß sie für eine besondere Ernährung von Menschen und zur Vorbeugung, Linderung oder Heilung bestimmter Krankheitszustände bestimmt sind. Eine klare Abgrenzung an-

hand objektiver Kriterien kann im Einzelfall schwierig sein, zumal sich die Herstellung beider Kategorien von Nahrungsmitteln oft nur im Herstellungsverfahren oder in der Zusammensetzung unterscheiden. So können auch allgemeine Lebensmittel besonderen medizinischen Anforderungen entsprechen, ohne daß sie einer bestimmten medizinischen Zweckbestimmung folgen müssten. Zu nennen wären hier zB kalorienreduzierte Lebensmittel, die Süßstoffe enthalten oder fettreduzierte oder jodierte Inhaltsstoffe aufweisen und oft mit Zusatz-Bezeichnungen wie „fettarm“ oder „light“ versehen sind. Auch werden Trockenfrüchte in der ernährungsbewussten Küche als Ersatz für Zucker verwendet (vgl Dr. Oetker Lexikon Lebensmittel und Ernährung, aaO) Dementsprechend ist eine Warenähnlichkeit der sich hier gegenüberstehenden Waren aus der Sicht der Verbraucher auch unter Berücksichtigung der medizinischen Zweckbestimmung der Produkte anzunehmen.

Dieselben Überlegungen gelten ebenfalls für „diätetische Nähr- und Stärkungsmittel für medizinische Zwecke“. Dieser Warenbegriff, der nicht mit dem in der DiätVO bestimmten Begriff des „Diätetischen Erzeugnisses“ gleichzusetzen ist, kommt eher dem heute als Nahrungsergänzungsmittel oder funktionellen Lebensmittel bekannten Produkt gleich, das im Gegensatz zum allgemeinen Lebensmittel über den reinen Ernährungszweck hinaus allgemein positive physiologische Wirkungen auf den Organismus entfaltet, ohne bestimmten Ernährungserfordernissen bestimmter Verbrauchergruppen zu dienen, wie dies bei diätetischen Erzeugnissen nach der Begriffsbestimmung des § 1 DiätVO vorausgesetzt wird (vgl Schweikert, Zur Bedeutung nichtmarkenrechtlicher Vorschriften im Eintragsverfahren, Mitt. 1992, 51). Auch insoweit besteht gegenüber gedörrten Früchten eine Ähnlichkeit im Sinne einer ergänzenden Wirkung beider Warenbereiche.

Wenngleich sich die jeweiligen Waren nicht im allerengsten Ähnlichkeitsbereich gegenüberstehen, so ist insgesamt doch noch von einer (eher) mittleren Ähnlichkeit auszugehen.

3. Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr legt der Senat zugunsten des Inhabers der angegriffenen Marke eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft der älteren Marke zugrunde. Inwieweit die von der Widersprechenden im Zusammenhang mit dem Nachweis einer rechtmäßigen Benutzung vorgelegten Unterlagen für eine gute Verkehrsbekanntheit und einen unter Umständen erhöhten Schutzbereich der älteren Marke sprechen, kann offen bleiben, zumal da die Widersprechende sich im Beschwerdeverfahren hierauf auch nicht mehr berufen hat. Unter Berücksichtigung der hier maßgeblichen Kennzeichnungskraft sind daher insgesamt mittlere Anforderungen an den markenrechtlichen Abstand zu stellen.

Denn auch bei einer nur normalen Kennzeichnungskraft besteht im Rahmen der festgestellten Ähnlichkeit nach Auffassung des Senats Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG, da sich die Vergleichsmarken in klanglicher Hinsicht nicht, in schriftbildlicher Hinsicht nur in der Leerstelle zwischen den Wortbestandteilen „SUN“ und „GOLD“ unterscheiden. Dieser Abstand wird den oben dargelegten Anforderungen jedoch nicht gerecht, die Beschwerde ist insoweit erfolgreich.

Der Beschluß der Markenstelle war daher in dem im Tenor festgestellten Umfang aufzuheben, dem Widerspruch aus der Marke 1 142 907 in diesem Umfang stattzugeben und dementsprechend die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

4. Soweit dagegen die Widersprechende die Löschung der angegriffenen Marke darüber hinaus auch für die Waren „Vitaminpräparate, medizinische Aufgüsse und Tees; Konfekt, Zuckerwaren, Süßwaren, einschließlich Kaugummi“ begehrt, konnte ihre Beschwerde keinen Erfolg haben. Diese Waren sind mit den als benutzt anzusehenden Waren der Widerspruchsmarke nach den oben dargelegten Kriterien der Rechtsprechung nicht mehr als ähnlich anzusehen.

Gegenüber „Vitaminpräparaten“ unterscheiden sich gedörrte Früchte bereits in ihrer äußeren Form. Die Früchte sind lediglich getrocknet und im Gegensatz zu Vitaminpräparaten nicht weiter verarbeitet in dem Sinn, daß ein anderes Produkt entstanden ist, denn ihr ursprüngliches Erscheinungsbild ist mehr oder weniger gleich geblieben. Vitaminpräparate weisen demgegenüber bereits äußerlich eine andere Erscheinungsform auf, da sie im allgemeinen in Pulver- oder Tablettenform angeboten werden und auch einem unterschiedlichen Verwendungszweck dienen. Diese Zubereitungen enthalten nämlich einen weitaus höheren und breiter gefächerten Vitamingehalt auf als ein nat urbelassenes Produkt, auch wenn gedörrte Früchte an sich verschiedene Vitamine in unterschiedlicher Konzentration enthalten mögen. Als ein wichtiger Vitaminlieferant bei der täglichen Ernährung spielen sie dagegen keine besondere Rolle, so daß der bei der Beurteilung der Warenähnlichkeit zugrunde zu legende Gesichtspunkt des einander Ergänzens der fraglichen Waren nicht herangezogen werden kann (vgl BPatG GRUR 2002, 345 – ASTRO BOY/Astro). Zudem werden beide Produkte nicht unmittelbar nebeneinander in Geschäften angeboten, was ebenfalls gegen eine Ähnlichkeit der Waren spricht. Diese kann auch nicht aus der Überlegung miteinander konkurrierender Produkte abgeleitet werden, da gedörrtes Obst, insbesondere Pflaumen einerseits und Vitaminpräparate andererseits dem Verkehr nicht als alternativ zu verwendende Produkte bekannt und geläufig sind. Jedenfalls lassen die dem Senat vorliegenden Internet-Auszüge einen solchen Schluß nicht zu.

Auch gegenüber „medizinischen Aufgüssen und Tees“ besteht keine Warenähnlichkeit. Der Umstand, daß es Tees mit Pflaumenaroma gibt, wie die Widersprechende vorträgt, reicht für die Annahme einer Ähnlichkeit nicht aus. Auch hier besteht nämlich ein erkennbarer Unterschied in den Ausgangswaren, der nicht dazu führen kann, die Herkunft der Produkte ein und demselben Geschäftsbetrieb zuzuordnen. Es ist dem Senat auch keine Übung bekannt, der zufolge ein Anbieter von zB Tees gesondert auf die betriebliche Herkunft der Inhaltsstoffe seiner Tees hinweist und sich dadurch eine entsprechende Auffassung des Verkehrs darüber

bilden könnte, den Hersteller des Tees mit dem Produzenten des Aromaträgers in Verbindung zu bringen. Gegen eine solche Annahme spricht zudem, daß die Aromatisierung nicht zwangsläufig auf Naturprodukten beruht, sondern häufig mit Hilfe „naturidentischer Aromastoffe“, also mittels chemischer Zusätze zustande kommt.

Schließlich besteht auch gegenüber „Konfekt, Zuckerwaren, Süßwaren, einschließlich Kaugummi“ keine Ähnlichkeit mit den Waren der angegriffenen Marke. Daß Trockenfrüchte, zB Pflaumen, mit Schokoladenüberzug angeboten werden, führt nicht dazu, die Herkunft sowohl der Früchte als auch der Waren „Konfekt, Zuckerwaren, Süßwaren“ einem einzigen Hersteller zuzurechnen. Diese Überlegung würde letztlich zu einer nicht gerechtfertigten Ausweitung des Ähnlichkeitsbereichs von einzelnen Inhaltsstoffen zu den daraus hergestellten Endprodukten führen. Abgesehen davon, daß auch insoweit keine Übung der Hersteller erkennbar ist, auf die Herkunft einzelner Inhaltsstoffe hinzuweisen, und Süßwaren in anderen Betrieben als gedörrtes Obst hergestellt werden, reicht auch der beiden Warengemeinschaften gemeinsame Verwendungszweck als Nahrungsmittel angesichts der Vielzahl von Produkten bzw Zutaten für die Bejahung einer Ähnlichkeit nicht aus (vgl BGH MarkenR 2004, 122 – GeDIOS – für den Bereich der elektronischen Datenverarbeitung). Nach wie vor bestehen in der Herstellung sowie im Vertrieb dieser Waren deutliche Unterschiede. Früchte mit Schokoladenüberzug als Süßware einerseits und gedörrte Früchte andererseits ergänzen einander auch nicht in dem Sinn, daß das eine für das andere verwendet oder eingesetzt wird, was daran zu erkennen ist, daß diese Waren in den Regalen der Supermärkte nicht nebeneinander angeboten werden.

Soweit der Widerspruch auch gegen diese Waren gerichtet ist, konnte die Beschwerde daher keinen Erfolg haben.

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

Kliems
VRi Kliems befindet sich
in Urlaub und ist daher ge-
hindert zu unterschreiben.

Engels

Sredl

Na

Sredl