

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

8

UWG § 16

Zentis

Zur Frage der Branchennähe im Sinne eines die Verwechslungs-
gefahr nach § 16 UWG begründenden Umstandes.

BGH, Urt. v. 26. September 1985 - I ZR 181/83 - OLG Köln

LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 181/83

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
26. September 1985
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

F [REDACTED] Z [REDACTED] GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, J [REDACTED]
Straße [REDACTED] - [REDACTED], A [REDACTED], vertreten durch ihre persönlich
haftende Gesellschafterin, die Zentis Beteiligungsgesell-
schaft mbH, diese vertreten durch ihre Geschäftsführer, die
Herren Dr. F [REDACTED] Z [REDACTED] [REDACTED] und [REDACTED] sowie Heinz-Gregor
J [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
[REDACTED] -

g e g e n

1. S [REDACTED]-Molkereiprodukte Vertriebs-GmbH, vertreten durch
ihren Geschäftsführer, R [REDACTED]straße [REDACTED] [REDACTED], K [REDACTED],

2. Milchverband St. G [REDACTED]-Ap [REDACTED], P [REDACTED]straße [REDACTED],
St. G [REDACTED], Sch [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. [REDACTED]
und Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 26. September 1985 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 1. Juli 1983 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Kosten der Revision - an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin ist Herstellerin von Konfitüren, Marmeladen, Gelees und Pflaumenmus, von Fruchtgrundstoffen für die milchverwertende Industrie und von Süßwaren. Ihr Jahresumsatz beträgt ca. 300 Mio. DM. Seit ihrer Gründung im Jahre 1893 führt sie den Familiennamen ihres Gründers, Zentis, in der Firma, den sie beim Vertrieb ihrer Erzeugnisse markenmäßig herausstellt und innerhalb ihrer Gesamtfirma "Franz Zentis GmbH & Co. Konfitüren- und Süßwarenfabrik" deutlich



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

hervorhebt und der teilweise im Geschäftsverkehr auch als ihre Kurzbezeichnung verwendet wird. Sie ist Inhaberin mehrerer Warenzeichen mit dem Wortbestandteil "Zentis", von denen die Zeichen [REDACTED] [REDACTED] mit Priorität vom 28.2.1934, [REDACTED] [REDACTED] mit Priorität vom 5.8.1955 und [REDACTED] [REDACTED] mit Priorität vom 29.11.1973 für die von ihr vertriebenen Erzeugnisse, aber auch für Früchte in konservierter Form, frisches Obst u.a. eingetragen sind, während das Warenverzeichnis des am 1.3.1982 mit Priorität vom 20.10.1981 eingetragenen Warenzeichens 102 9937 auch zahlreiche im einzelnen aufgeführte Molkereierzeugnisse einschließt.

Der Beklagte zu 2) tritt neben seinem im Handelsregister eingetragenen Namen auch unter der Bezeichnung "S[REDACTED]-Molkerei" im Geschäftsverkehr auf.

Durch Gesellschaftsvertrag vom 23.4.1980 gründete der Beklagte zu 2) als eigene Vertriebsgesellschaft für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland die Beklagte zu 1), die im Handelsregister des Amtsgerichts Konstanz am 12.6.1980 eingetragen wurde. Gegenstand ihres Unternehmens sind lt. Handelsregister der Import und Vertrieb von Käse, Molkerei-, Ice Cream- und Tiefkühlprodukten, insbesondere Molkereiprodukten unter der Bezeichnung "S[REDACTED]". Zur Zeit vertreibt die Beklagte zu 1) an Produkten des Beklagten zu 2) in der Bundesrepublik Deutschland Joghurt, insbesondere Fruchtjoghurt, Kaffeesahne, Milch und Käse, wobei der Zeitpunkt der Aufnahme dieses Vertriebs und sein Umfang unter den Parteien streitig sind.

Die Klägerin sieht darin eine Verletzung ihrer Zeichen- und Firmenrechte sowie eine Verwässerung der nach ihrer Behauptung berühmten Marke "Zentis".

Sie hat beantragt,

die Beklagten als Gesamtschuldner zu verurteilen,

1. es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu 500.000,-- DM ersatzweise Ordnungshaft oder der Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen,

als Bezeichnung ihrer Produkte, zur Zeit vornehmlich Joghurt, markenmäßig die Bezeichnung "S[REDACTED]" zu benutzen und sich in der Werbung für ihre Produkte der Bezeichnung "S[REDACTED]" zu bedienen;

2. den Firmennamen der Beklagten zu 1) zu ändern, das Wort "S[REDACTED]" aus demselben herauszunehmen und nicht weiter firmenmäßig zu verwenden,
3. festzustellen, daß die Beklagten verpflichtet sind, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr aus den unter vorstehenden Ziffern 1. und 2. bezeichneten Verletzungshandlungen entstanden ist und noch entstehen wird,
4. den Beklagten zu 2) zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu 500.000,-- DM ersatzweise Ordnungshaft oder der Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen,

sich in der Bundesrepublik Deutschland der Bezeichnung "S[REDACTED] Molkerei" zu bedienen;

5. festzustellen, daß der Beklagte zu 2) verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der daraus entstanden ist und noch entstehen wird, daß er sich in der Bundesrepublik Deutschland der Bezeichnung "S[REDACTED] Molkerei" bedient hat.

Die Beklagten haben geltend gemacht, bei ihren Erzeugnissen handele es sich um typische Molkereiprodukte, die mit dem Erzeugnis der Klägerin so ungleichartig seien, daß eine Verwechslungsgefahr ausscheiden müsse. Außerdem vertrieben sie ihre Erzeugnisse bereits seit 1977 in der Bundesrepublik Deutschland, ohne daß die Klägerin - abgesehen von ihren Einwendungen gegen die Schutzgewährung der IR-Marke des Beklagten zu 2) für Deutschland - dagegen vorgegangen sei. Inzwischen hätten sie mit einem Jahresumsatz von 1,3 Mio. DM in der Bundesrepublik Deutschland einen schutzwürdigen Besitzstand erlangt, so daß etwaige Ansprüche der Klägerin verwirkt seien.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Im Berufungsverfahren hat die Klägerin ihre Anträge teilweise neu gefaßt. Der Antrag zu 1. hat danach die Unterlassung zum Gegenstand,

... Als Bezeichnung ihrer Produkte Joghurt, Kaffeesahne, Milch, Käse markenmäßig die Bezeichnung "S■■■■" zu benutzen und sich in der Werbung für diese Produkte der Bezeichnung "S■■■■" zu bedienen;

während der Antrag zu 2. nunmehr auf die Verurteilung gerichtet ist,

aus der Firma "S■■■■-Molkereiprodukte Vertriebs-GmbH" der Beklagten zu 1) das Wort "S■■■■" herauszunehmen.

Das Berufungsgericht hat die Klage als unbegründet abgewiesen.

Hiergegen richtet sich die Revision der Klägerin, mit der sie ihre Berufungsanträge weiterverfolgt. Die Beklagten beantragen die Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe

I. 1. Das Berufungsgericht hat warenzeichenrechtliche Ansprüche der Klägerin mit der Begründung verneint, daß letztere aus ihrem prioritätsjüngsten Zeichen keinen Schutz herleiten könne, weil die Beklagten jedenfalls vor dem Prioritätsstichtag (21.10.1981) bereits unter der Bezeichnung "S■■■■" in nennenswertem Umfang auf dem deutschen Markt tätig gewesen seien und die Berufung der Klägerin darauf, daß dieses Warenzeichen auch für Molkereiprodukte eingetragen sei, darüberhinaus eine unzulässige Rechtsausübung (§ 242 BGB) darstelle; ein Schutz aus den prioritätsälteren Zeichen der Klägerin müsse wegen Ungleichartigkeit der von den Parteien vertriebenen Erzeugnisse ausscheiden.

2. Auch aus §§ 16 Abs. 1 UWG, 12 BGB könne die Klägerin keine Ansprüche herleiten. Es fehle an der erforderlichen Verwechslungsgefahr. Zwar bestehe akustischer Gleichklang zwischen den Bezeichnungen "Zentis" und "S■■■■", und auch eine optische Ähnlichkeit könne, wenngleich sie ferner liege, bei flüchtiger Betrachtungsweise nicht ausgeschlossen werden. Dies begründe im vorliegenden Fall jedoch keine Verwechslungsgefahr, weil die Geschäftsbereiche der Parteien, in

denen die - isoliert betrachtet - an sich verwechslungsfähigen Bezeichnungen verwendet würden, so weit voneinander entfernt lägen, daß die angesprochenen Verbraucher nicht annähmen, die Waren könnten aus demselben Betrieb kommen oder zumindest aus Betrieben, die in engerem geschäftlichem Zusammenhang miteinander stünden.

Die Beklagten vertrieben typische Molkereiprodukte in engerem Sinne. Die von der Klägerin hergestellten und vertriebenen Konfitüren und Marmeladen einerseits, Süßwaren andererseits seien nach der Verbrauchervorstellung Produkte, die grundsätzlich nicht aus Molkereibetrieben kämen. Die Klägerin habe sich nie auf dem Sektor der Molkereierzeugnisse betätigt, und in der Liste der 100 umsatzstärksten Unternehmen der Ernährungsindustrie finde sich kein einziges Unternehmen, bei dem als Branche gleichzeitig "Molkereiprodukte" und "Brotaufstriche" (dort als Oberbegriff für Marmeladen, Konfitüren, Gelees und vergleichbare Produkte verwendet) oder "Obstkonserven" im weitesten Sinne angegeben wären. Anhaltspunkte für eine Veränderung dieser Verkehrsanschauung ergäben sich auch nicht daraus, daß bei der von der Klägerin veranlaßten Verkehrsbefragung 34 % der befragten Personen, die den Namen "Zentis" kannten, auf die Frage, ob ihnen bekannt sei oder ob sie es für möglich hielten, daß die Klägerin (u.a. auch) Fruchtjoghurt herstelle, bejahend geantwortet hätten. Die Fragestellung habe vorsichtige Befragte nämlich dazu veranlaßt, sicherheitshalber alles mit ja zu beantworten.

Bei der so festgestellten Branchenferne gewannen für die Unterscheidungskraft auch kleinere Unterschiede eine Bedeu-

tung. Daher sei auch der Sinngehalt der Bezeichnung "S■■■■" als Name eines bekannteren Berges in der Sch■■■■ beachtlich. Zwar habe dieser Name keinen für jedermann verständlichen und ausgeprägten Sinngehalt, so daß die Grundsätze der "Glück" (=Quick)-Entscheidung des Bundesgerichtshofes (BGHZ 28, 320 ff.) nur sehr eingeschränkt auf den vorliegenden Fall übertragen werden könnten. Jedoch stelle der Bergname durch nahe-
liegende Begriffe wie "Alpen" und "Alm", die mit Vorliebe in der Molkereiproduktwerbung verwendet würden, eine Gedanken-
verbindung zu den Molkereierzeugnissen der Beklagten her.

Da es so gut wie nie vorkomme, daß ein Unternehmen aus der Branche "Brotaufstriche" oder aus der Süßwarenbranche gleichzeitig Molkereiprodukte herstelle, liege im Streitfall auch eine mittelbare Verwechslungsgefahr dahingehend, die Klägerin und eine vermeintliche "Zentis"-Molkerei würden zusammenarbeiten, nicht nahe.

Auch der hohe Bekanntheitsgrad der Klägerin begründe keine Verwechslungsgefahr. Überdurchschnittlich sei dieser Bekanntheitsgrad nämlich nur auf dem Sektor "Marmeladen und Konfitüren"; gerade hier sei aber die Branchenferne der Parteien besonders groß.

II. Die hiergegen gerichtete Revision der Klägerin hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des Berufungsurteils und zur Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht.

1. Das Berufungsgericht hat sich - was von seinem Standpunkt aus vertretbar erscheint - nicht näher mit den Klageanträgen befaßt. Seinen Ausführungen ist nicht zu entnehmen,

ob es die im Berufungsrechtszug neu gefaßten Anträge in dem - als Auslegung denkbaren und sogar naheliegenden - engen Sinne verstanden hat, daß die marken- bzw. werbemäßige Verwendung von "S[REDACTED]" nur in Alleinstellung oder bei deutlicher Herausstellung und die firmenmäßige Verwendung nur in der konkreten Firma unterbunden werden soll, oder ob es auf eine - nach dem Wortlaut gleichfalls mögliche - weitergehende Zielsetzung der Anträge, nämlich ein Verbot der marken-, werbe- bzw. firmenmäßigen Verwendung von "S[REDACTED]" schlechthin, nur deshalb nicht näher eingegangen ist, weil es die Anträge als unbegründet angesehen hat.

In der Revisionsinstanz bedarf dies keiner näheren Prüfung; doch wird das Berufungsgericht klarzustellen haben, wie die Anträge auszulegen sind.

2. Soweit das Berufungsgericht warenzeichenrechtliche Ansprüche der Klägerin und Ansprüche aus § 823 Abs. 1 BGB (Verwässerung einer berühmten Marke) verneint hat, bedarf seine Rechtsauffassung keiner Überprüfung. Denn die Ansprüche der Klägerin finden ihre Grundlage jedenfalls in § 16 Abs. 1 UWG, wenn und soweit die folgenden als noch notwendig erachteten weiteren Prüfungen und Feststellungen dies rechtfertigen; soweit ihre Ergebnisse Ansprüchen aus § 16 UWG entgegenstehen können, hindern sie gleichermaßen auch Ansprüche aus dem Warenzeichenrecht und dem BGB.

3. Klagegrundlage ist der für sich schutzfähige Firmenbestandteil "Zentis", der nach den insoweit unbeanstandet gebliebenen Feststellungen des Berufungsgerichts im Geschäftsverkehr auch als Kurzbezeichnung der Firma der

Klägerin verwendet und auch innerhalb der Gesamtbezeichnung der Firma jeweils deutlich als Firmenschlagwort hervorgehoben wird.

Nach den weiteren Feststellungen des Berufungsgerichts ist der Firmenbestandteil "Zentis" im Verkehr als Name eines Herstellers von Marmeladen und Konfitüren jedenfalls überdurchschnittlich bekannt. Dies wird zwar von der Revision - als zuwenig weitgehend -, nicht jedoch von den Beklagten, soweit es zu deren Nachteil festgestellt ist, angegriffen. Dementsprechend ist zugunsten der Klägerin zumindest von einem überdurchschnittlichen Bekanntheitsgrad für den Warenbereich Marmeladen und Konfitüren und damit einem nicht unerheblichen Schutzzumfang der Bezeichnung "Zentis" auszugehen (vgl. BGH, Urt. v. 7.7.1965 - I b ZR 9/64, GRUR 1966, 267, 269 - White Horse).

Zur Frage, wie weit die angegriffene, zeichenmäßig gebrauchte Bezeichnung "S■■■■" mit der als Firmenschlagwort in Alleinstellung gebrauchten Bezeichnung "Zentis" übereinstimmt, hat das Berufungsgericht festgestellt, daß in klanglicher Hinsicht Gleichklang und bildlich bei flüchtiger Betrachtungsweise eine Ähnlichkeit bestehe. Auch dies ist revisionsrechtlich nicht zu beanstanden, da die bildliche Ähnlichkeit durch die Übereinstimmung der aus vier - von insgesamt sechs - Buchstaben gebildeten Wortendungen belegt wird und das Berufungsgericht den "akustischen Gleichklang" - insoweit von den Parteien unbeanstandet - aus abgehörten Tonbandaufzeichnungen von Werbesendungen geschlossen hat.

Allerdings hat das Berufungsgericht angenommen, daß die auch nach seiner Meinung erhebliche Verwechslungsgefahr

beider Bezeichnungen dadurch gemindert werde, daß "S■■■■" zugleich die Bezeichnung eines schweizer Berges sei, mit dem eine die Unterscheidung erleichternde Gedankenverbindung zu den von den Beklagten vertriebenen Molkereiprodukten hergestellt werde. Bei dieser Heranziehung des Sinngehalts hat das Berufungsgericht jedoch nicht hinreichend berücksichtigt, daß auch ein eindeutiger Sinngehalt einer Kennzeichnung eine nach Klang oder Bild bestehende Verwechslungsgefahr nicht schlechthin kompensieren kann (BGHZ 28, 320, 324 - Quick; BGH Urt. v. 20.12.1974 - I ZR 12/74, GRUR 1975, 441, 442 - Passion); die in diesen Entscheidungen angesprochene Wirkung eines für jedermann verständlichen ausgeprägten Sinngehalts besteht vielmehr allein darin, daß schriftliche oder klangliche Unterschiede vom Leser oder Hörer wesentlich schneller erfaßt werden, so daß es gar nicht erst zur Verwechslung nach Bild oder Klang kommt (BGH aaO. - Passion; vgl. ferner auch Senatsurt. v. 24.6.1982 - I ZR 62/80, GRUR 1982, 611, 613 - Prodont). Eine solche Wirkung setzt jedoch voraus, daß überhaupt erfaßbare Unterschiede zwischen den beiden Kennzeichnungen bestehen, es sich also um eine bildliche oder klangliche "Annäherung" (BGH aaO. - Quick) handelt. Im vorliegenden Fall hat das Berufungsgericht jedoch in klanglicher Hinsicht keine bloße Annäherung, sondern "Gleichklang" festgestellt, bei dem für den Hörer überhaupt keine Möglichkeit zur Unterscheidung besteht, ob bei der Nennung des Wortes die Firmenbezeichnung der Klägerin oder eine andere Kennzeichnung mit dem Sinngehalt eines Berges in der Sch■■■■ gemeint ist. Die Annahme einer Minderung der - im vorliegenden Fall in erster Linie in Betracht kommenden - klanglichen Verwechslungsgefahr durch diesen Sinngehalt findet somit in den getroffenen Feststellungen keine hinreichende Grundlage. Das

Berufungsgericht mußte bei seiner Prüfung daher nicht nur von einem erheblichen Schutzzumfang der Kennzeichnung "Zentis", sondern auch von dem ungemindert hohen Grad klanglicher Verwechslungseignung von "Zentis" und "S■■■■" ausgehen, der auf Grund der festgestellten klanglichen Identität beider Begriffe besteht.

4. Allerdings begründen auch diese Umstände allein noch nicht ohne weiteres eine im Sinne des § 16 UWG relevante Verwechslungsgefahr. Wie das Berufungsgericht zutreffend ausgeführt hat, setzt der Schutz nach dieser Bestimmung zusätzlich zwar nicht Gleichartigkeit der von den Beteiligten vertriebenen Waren im warenzeichenrechtlichen Sinne voraus; er entfällt aber dann, wenn die Geschäftsbereiche so weit voneinander entfernt sind, daß die Gefahr ausscheidet, angesprochene Verkehrskreise könnten durch gleiche oder verwechslungsfähige Bezeichnungen zu der irrigen Annahme verleitet werden, die fraglichen Waren stammten aus demselben Geschäftsbetrieb oder zwischen den beteiligten Unternehmen gebe es irgendwelche geschäftlichen Zusammenhänge; dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen dem wirtschaftlichen Abstand der Geschäftsbereiche und dem Grad der Ähnlichkeit der Bezeichnungen dergestalt, daß die Verwechslungsgefahr umso eher zu bejahen ist, je verwandter die Waren sind, aber auch bei wirtschaftlich entfernten Waren bestehen kann, wenn die Bezeichnungen nur geringfügig voneinander abweichen (BGHZ 19, 23, 26 - Magirus; BGH Urt. v. 5.6.1959 - I ZR 63/58, GRUR 1959, 484, 485 = WRP 1959, 273 - Condux; Urt. v. 27.1.1965 - I b ZR 5/63, GRUR 1965, 540, 541 - Hudson; Urt. v. 7.7.1965 - I b ZR 9/64, GRUR 1966, 267, 269 - White Horse; Urt. v. 9.2.1984 - I ZR 11/82, GRUR 1984, 471, 472 - Gabor/Caber).

Von einer solchen Wechselwirkung ist ersichtlich auch das Berufungsgericht ausgegangen. Danach dürfte es aber eine Verwechslungsgefahr hinsichtlich des Erzeugnisses Fruchtjoghurt nicht verneinen, da dieses den Konfitüren und anderen Fruchterzeugnissen der Klägerin branchennah ist. Hinsichtlich der anderen im Klageantrag genannten Erzeugnisse der Beklagten ist die Branchennähe zweifelhaft; insoweit reichen jedoch die getroffenen Feststellungen für eine abschließende Beurteilung nicht aus.

a) Bei Fruchtjoghurt ist bereits die vom Berufungsgericht angenommene Einschätzung durch den Verkehr als "typisches Molkereiprodukt" nicht zweifelsfrei. Es wird unstreitig aus Grundstoffen hergestellt, die zu jeweils erheblichen Teilen sowohl aus einem Molkereibetrieb als auch aus dem Betrieb eines Marmeladen- und Konfitürenherstellers stammen. Letzteres ist für den Verkehr ohne weiteres erkennbar, da die im Fruchtjoghurt verwendeten Fruchtmassen optisch und geschmacklich den heute üblichen Konfitüren sehr ähneln.

Wie aus den vorgelegten Werbebeispielen ersichtlich ist, stellen die Beklagten den Fruchtanteil des Joghurts in der Werbung durch Bild und Text stark in den Vordergrund. Es erscheint daher keineswegs fernliegend, daß im Publikum, soweit es den Namen "Zentis" als den eines großen Marmeladen- und Konfitürenherstellers kennt, zumindest teilweise der Eindruck entsteht, bei dem gleichklingend bezeichneten Fruchtjoghurt mit erheblichem Fruchtmaterialanteil handele es sich um ein Erzeugnis aus dem Betrieb der Klägerin; denn es entspricht - wie der Bundesgerichtshof schon im Urteil vom 5.6.1959 (I ZR 63/58, GRUR 1959, 484, 486 = WRP 1959, 273 - Condux)

ausgeführt hat - dem durchschnittlichen Erfahrungswissen der Abnehmerkreise, daß insbesondere Werke mittleren und größeren Umfangs - zu denen die Klägerin nach ihrem Umsatz und Bekanntheitsgrad unbestrittenermaßen zu zählen ist - über die tatsächliche Möglichkeit verfügen, sich auch auf anderen Gebieten zu betätigen, und zwar erst recht dann, wenn ein Erzeugnis dieses anderen Gebiets mit dem bekannten sonstigen Herstellungsbereich durch einen aus letzterem stammenden erheblichen Produktanteil obnehin in enger Beziehung steht.

Daß beim Publikum tatsächlich der irrige Eindruck entsteht, die Klägerin komme als Fruchtjoghurtherstellerin in Betracht, wird schließlich auch durch das Ergebnis der von der Klägerin vorgelegten Meinungsumfrage belegt, nach der 25,8 % aller Befragten und 34 % derer, die den Namen "Zentis" kannten, dies für möglich erklärten. Für die Würdigung dieser Zahlen durch das Berufungsgericht dahin, daß es sich dabei durchweg um "Übervorsichtige" gehandelt habe, die vorsorglich alle Fragen bejaht hätten, fehlt eine hinreichende tatsächliche Grundlage.

Liegt es nach alledem nicht fern, daß ein nicht ganz unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise Fruchtjoghurt unter der mit "Zentis" gleichklingenden Bezeichnung "S■■■■" als aus dem Betrieb der Klägerin kommend ansieht, so kann erst recht nicht ausgeschlossen werden, daß ein maßgeblicher Teil des Verkehrs mindestens - was für die Verwechslungsgefahr ebenfalls ausreicht - annimmt, das so bezeichnete Fruchtjoghurt stamme aus einem Betrieb, der mit dem der Klägerin organisatorisch oder wirtschaftlich verbunden ist.

b) Nicht zweifelsfrei erscheint ferner, ob die anderen Erzeugnisse der Beklagten als denen der Klägerin so branchenfern angesehen werden können, daß die durch den Schutzzumfang des Firmennamens und durch den Gleichklang der Kennzeichnung nahegelegte Verwechslungsgefahr dadurch als ausgeschlossen angesehen werden könnte.

aa) Bei Joghurt schlechthin hat das Berufungsgericht nicht in seine Erwägungen einbezogen, daß unstreitig mehrere namhafte Süßwarenhersteller auch Joghurt-Schokolade herstellen und daß jedenfalls für Teile des Verkehrs der Gedanke naheliegen könnte, Joghurt und Joghurt-Schokolade unter gleichen Bezeichnungen kämen mindestens aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Betrieben. Unschädlich ist dafür, daß die Klägerin selbst keine Joghurt-Schokolade herstellt, da bei der Beurteilung der Warennähe auch die Möglichkeiten einer nicht ganz fernliegenden Sortimentsausweitung zu beachten sind (BGHZ 8, 387, 392 - Fernsprechnummer; st. Rspr., vgl. Urt. v. 9.2.1984 - I ZR 11/82 - GRUR 1984, 471, 473 - Gabor/Caber m.w.N.).

bb) Die anderen Erzeugnisse der Beklagten - Sahne und Käse - stehen zwar den Erzeugnissen der Klägerin deutlich ferner. Auch insoweit hat das Berufungsgericht jedoch noch nicht alle in Betracht kommenden tatsächlichen Gesichtspunkte erschöpfend gewürdigt. Es konnte von seinem abweichenden Standpunkt aus nicht berücksichtigen, daß den Erzeugnissen Fruchtjoghurt und Joghurt u.U. eine verbindende Funktion auch insoweit zukommen könnte. Wer aus den bereits dargelegten Gründen annimmt, daß Fruchtjoghurt und/oder Joghurt mit einem wie "Zentis" klingenden Namen aus dem Betrieb der Klägerin

(oder einem mit dieser wirtschaftlich verbundenen Betrieb) kommt, konnte leicht geneigt sein, dies auch hinsichtlich anderer unter derselben Bezeichnung vertriebener Milchprodukte wie Sahne oder Frischkäsezubereitungen (etwa Quarkspeisen, u.U. auch hier solche mit Fruchtbeigaben, o.ä.) anzunehmen.

Gemeinsamkeiten des Vertriebswegs, denen ebenfalls eine indizielle Bedeutung für die Branchennähe zukommen kann, durfte das Berufungsgericht nicht schlechthin und allein mit der Erwägung ausschließen, daß Molkereierzeugnisse - schon weil sie der Kühlung bedürfen - in den Lebensmittelgeschäften stets getrennt von Brotaufstrichen der Klägerin gelagert würden. Vielmehr wird auch zu prüfen sein, ob eine solche - für einzelne Erzeugnisse (Kaffeesahne) und in kleineren Lebensmittelgeschäften übrigens auch nicht zweifelsfreie - räumliche Trennung ausreicht, um dem Verkehr den Eindruck der Branchenferne zu vermitteln, zumal wenn auch berücksichtigt wird, daß Sahne und Käse, insbesondere Frischkäsezubereitungen, ebenso wie Joghurt mit Brotaufstrichen in der Verkehrsvorstellung die Zweckbestimmung als typische Frühstückserzeugnisse gemeinsam haben könnten. Würden solche Gemeinsamkeiten grundsätzlich Teilen des Verkehrs die Vorstellung von der Diversifikation oder wirtschaftlichen Verflechtung eines großen Marmeladen- und Konfitürenherstellers in den weiteren Bereich der "Frühstückserzeugnisse" vermitteln können, so wäre es bedenklich, wenn das Berufungsgericht auch weiterhin die Vorstellung einer solchen Ausweitung bei der Klägerin (konkret) deshalb für wirtschaftlich ausgeschlossen hielte, weil diese damit in Konkurrenz zu den Abnehmern eines ihrer wesentlichen Vorprodukte - Fruchtmasse für Frucht-

joghurts - treten und damit Kunden verlieren würde. Denn eine solche Erwägung - mag sie sachlich an sich zutreffen - würde vernachlässigen, daß das Publikum solche Überlegungen regelmäßig nicht anstellen wird und - in Ermangelung entsprechender Kenntnisse - meist auch gar nicht anstellen kann.

III. Das Berufungsurteil ist somit aufzuheben; die Sache ist zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Kosten der Revision - an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

1. Das Revisionsgericht konnte hier zwar auf der Grundlage der bereits festgestellten und im einzelnen erörterten Tatsachen selbst - und insoweit übereinstimmend mit dem Landgericht - zu der Feststellung gelangen, daß in den weiten Verkehrskreisen, in denen der Name "Zentis" als der eines bedeutenden Herstellers von Marmeladen und Konfitüren, teils auch eines Süßwarenherstellers bekannt ist, jedenfalls zum nicht ganz unerheblichen Teil der Eindruck entstehen kann, Fruchtjoghurt, das unter der - wie festgestellt - gleichklingenden Bezeichnung "S■■■■" vertrieben wird, stamme entweder unmittelbar aus dem Betrieb der Klägerin oder zumindest aus einem solchen, der mit dem der Klägerin organisatorisch oder wirtschaftlich verbunden ist.

2. Weiterer Aufklärung bedarf jedoch - neben der unter II, 1 erörterten Tragweite der Klageanträge - die Frage, ob und wie weit auch die anderen im Antrag 1 genannten Erzeugnisse der Beklagten in der Vorstellung des Verkehrs den Erzeugnissen der Klägerin so nahe kommen, daß - im Hinblick auf den weit zu sehenden Schutzzumfang von "Zentis" und auf die festgestellte klangliche Identität der Streitkennzeichen

- eine Verwechslungsgefahr auch insoweit zu bejahen wäre.
Hierfür reichen die bisherigen Feststellungen des Berufungs-
gerichts nicht aus.

3. Schließlich hat, was auch eine Teilentscheidung des
Revisionsgerichts bezüglich Fruchtjoghurt allein ausschließt,
das Berufungsgericht den Verwirkungseinwand der Beklagten -
von seinem Standpunkt aus zu Recht - noch nicht geprüft. Auch
hierzu bedarf es ergänzender tatrichterlicher Feststellungen.

v. Gamm

Merkel

Erdmann

Teplitzky

Mees