

I ZR 22/58

Verkündet

am 22. Mai 1959

Justizobersekretär.
als Urkundsbeamter der
Geschäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

1. des Kaufmanns Walter Sch[REDACTED], S[REDACTED] Kreis Wa[REDACTED]
[REDACTED] F[REDACTED]straße [REDACTED]
2. der Firma Pharmawerk Sch[REDACTED] GmbH., Sch[REDACTED] Kreis
Wa[REDACTED], vertreten durch ihren Geschäftsführer,
3. die Firma J[REDACTED]-Kosmetik GmbH., S[REDACTED]-Bad C[REDACTED],
Postfach [REDACTED], vertreten durch ihren Geschäftsführer,

Beklagte und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

g e g e n

K[REDACTED] Parfümerie- und Toilettenseifenfabrik F. W[REDACTED]
& Sohn GmbH., K[REDACTED], D[REDACTED]-Allee [REDACTED]
vertreten durch ihre Geschäftsführer Dr. Kurt W[REDACTED] und
Dr. Walter St[REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 22. Mai 1959 unter Mitwirkung
der Bundesrichter Dr. Bock, Dr. Weiß, Dr. Spreng, Pehle
und Dr. Spengler

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des
6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Karlsruhe vom
19. Dezember 1957 aufgehoben.

Unter Zurückweisung der Berufung der Beklagten im
übrigen wird das Urteil der 7. Zivilkammer des Land-
gerichts in Mannheim vom 2. Mai 1957 dahin abgeändert,

daß die Urteilsformel zu I 2 und 3 und III folgende Fassung erhält:

I. Es werden verurteilt

.....
2. die Beklagten Ziff. 1 und 2 zur Unterlassung der Verwendung der Bezeichnung "J[REDACTED] 6 rose" bei der Herstellung und dem Vertrieb von chemischen Erzeugnissen für Heilzwecke und Gesundheitspflege, Parfümerien, Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege sowie Seifen;

3. die Beklagte Ziff. 3

- a) zur Unterlassung der Führung der Firmenbezeichnung "J[REDACTED]-Kosmetik GmbH",
- b) zur Herbeiführung der Löschung ihrer Firmenbezeichnung "J[REDACTED]-Kosmetik",
- c) zur Unterlassung der Verwendung der Bezeichnung "j[REDACTED] 6 rosée" bei der Herstellung und dem Vertrieb von Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege aller Art.

II. Von den Kosten des gesamten Rechtsstreits haben die Klägerin 1/5, die Beklagte zu 1) 3/10, die Beklagte zu 2) 1/10 und die Beklagte zu 3) 4/10 zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand :

Die Klägerin ist Inhaberin des im Jahre 1897 für Seifen eingetragenen Warenzeichens "Juno" Nr. 702, das seit dem Jahre 1925 unter Nr. 434 auch international registriert ist. Sie ist ferner seit dem Jahre 1953 Inhaberin des Warenzeichens "JUNO" Nr. 316, das in der Klasse 34 für Parfümerien und Hautpflegemittel eingetragen ist. Schließlich ist für sie im Jahre 1957 unter Nr. 916 in derselben Klasse 34 das Zeichen "juno" eingetragen. Sie vertreibt unter diesen Warenzeichen eine Hautcreme in Tuben und Plastiktöpfen, wobei sie etwa seit dem Jahre 1952 die Kleinbuchstaben "juno" verwendet.

Der Beklagte zu 1, der gleichzeitig Gesellschafter der Beklagten zu 2 und z.Zt. Alleingesellschafter der Beklagten zu 3 ist, hat unter dem AZ. Sch 7872/2 Wz das Warenzeichen "J 6 rose" für Körperpflegemittel und Seifen zur Anmeldung gebracht. Das Zeichen wurde am 31. August 1956 im Warenzeichenblatt veröffentlicht. Hiergegen hat die Klägerin Widerspruch eingelegt, den das Deutsche Patentamt im Anmeldeverfahren zurückgewiesen hat. Über die eingelegte Beschwerde ist noch nicht rechtskräftig entschieden worden. Die Beklagte zu 2 hat unter den genannten Zeichen u.a. eine Hautcreme in Topfform hergestellt und vertrieben. Diesen Vertrieb hat sie im Laufe des Jahres 1956 eingestellt, weil der Beklagte zu 1 die Herstellungs- und Vertriebsrechte in der Zwischenzeit auf die Beklagte zu 3 übertragen hat. Nunmehr stellt die Beklagte zu 3 eine Hautcreme in Tuben- und Topfform unter der Bezeichnung "j 6 rosée" her.

Die Klägerin, die für ihre Zeichen eine starke Verkehrsgeltung in Anspruch nimmt, hat geltend gemacht, es be-



stehe eine Verwechslungsgefahr zwischen den Klagezeichen und dem von dem Beklagten zu 1 angemeldeten Zeichen, der von den Beklagten für ihre Erzeugnisse verwendeten Kennzeichnung "J 6 rosée" und schließlich dem Firmennamen der Beklagten zu 3 "J-Kosmetik GmbH". Sie hat den Antrag gestellt:

- "1. Der Beklagte zu 1 wird verurteilt, die bei dem Deutschen Patentamt in München unter dem Aktenzeichen Sch 7872/2 Wz. eingereichte Anmeldung zur Eintragung der Bezeichnung "J 6 ROSE" als Warenzeichen zurückzunehmen.
2. Die Beklagten zu 1 und 2 werden verurteilt, es zu unterlassen, die Bezeichnung "J" bei der Herstellung und dem Vertrieb von chemischen Erzeugnissen für Heilzwecke und Gesundheitspflege, Parfümerien, Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege sowie Seifen zu verwenden.
3. Die Beklagte zu 3 wird verurteilt,
 - a) es zu unterlassen, die Bezeichnung "Jona" in ihrer Firma J-Kosmetik zu führen.
 - b) die Löschung ihrer Firmenbezeichnung, soweit sie das Wort "J" enthält, herbeizuführen, und alle hierzu erforderlichen Erklärungen dem zuständigen Registergericht gegenüber abzugeben.
4. Die Beklagte zu 3 wird verurteilt, es zu unterlassen, die Bezeichnung "J" bei der Herstellung und dem Vertrieb von Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege aller Art zu verwenden."

Die Beklagten haben Klageabweisung beantragt. Sie haben ausgeführt, das Zeichen "J 6 rose" sei ein dreistufiges Zeichen von einer einmaligen und eigenartigen

Gesamtwirkung. Es könne besonders im optischen Eindruck mit dem Klagezeichen nicht verwechselt werden. Auch der Zeichenbestandteil "J" in seiner Alleinstellung sei mit dem Klagezeichen nicht verwechslungsfähig. Das Zeichen "J^{uno}" sei weitgehend verwässert; jedenfalls stelle es ein ausgesprochen schwaches Zeichen dar. Im übrigen sei der Sinngehalt des Wortes "Juno" als der Name einer römischen Göttin so bekannt, daß er von dem in Betracht kommenden Publikum allgemein verstanden werde. Die Klägerin könne für ihre Zeichen auch keinen weitergehenden Schutz beanspruchen, als sie ihn selbst gegenüber anderen Zeichen einhalte.

Das Landgericht hat den Klageanträgen in vollem Umfange entsprochen. Die Berufung ist vom Oberlandesgericht zurückgewiesen worden. Mit der Revision begehren die Beklagten weiterhin Abweisung der Klage. Die Klägerin bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

- I. Das Berufungsgericht hat die Passivlegitimation der Beklagten zu 2 mit der Begründung bejaht, daß sie von der Klägerin auf Unterlassung in Anspruch genommen werde, weil sie mindestens noch im ersten Halbjahr 1956 eine Hautcreme unter der Warenbezeichnung "J 6 rosée" hergestellt habe, die sich teilweise noch heute im Verkehr befinde. Ihre Behauptung, daß sie seit dem zweiten Halbjahr 1956 die Creme nicht mehr herstelle, könne an ihrer Sachbefugnis nichts ändern. In Wahrheit bestreite sie damit nur, daß im Zeitpunkt der Klageerhebung ein Unterlassungsanspruch bestanden und eine Wiederholungsgefahr vorgelegen habe. Für den Fall, daß die gegenüberstehenden Zeichen verwechslungsfähig seien, sei auch der Anspruch gegen

diese Beklagte begründet. Denn die Beklagte zu 2 habe Klageabweisung beantragt; eine Wiederholungsgefahr bestehe mithin nach wie vor. Gegen diese rechtlich zutreffende Begründung sind von der Revision keine Angriffe mehr erhoben worden.

- II. 1. Das Berufungsgericht hat die Auffassung vertreten, daß der Gesamteindruck des Kombinationszeichens "J 6 rosée" der Beklagten durch das Wort "J" bestimmt werde. Der Bestandteil "rosée" sei, so führt das Berufungsgericht aus, eine bloße Farbbezeichnung und trete völlig in den Hintergrund. Auch werde er in den Prospekten und auf der Packung meist kleingedruckt. Er stelle daher kein genügendes Unterscheidungsmerkmal dar und sei nicht geeignet, eine Verwechslungsgefahr auszuschließen. Auch der Bestandteil "6" stelle nur eine farblose Zahl dar. Das kaufende Publikum werde solche Zahlen im allgemeinen nur in dem Sinn beachten, daß die Herstellerfirma mit ihnen die Ware gegenüber anderen Produkten ihres eigenen Herstellungsprogramms abgrenzen wolle. Indessen vermöge die bloße Zahl "6" die Ware der Beklagten nicht von denjenigen der Konkurrenzfirma zu unterscheiden. Daß das Hauptgewicht und das entscheidende Merkmal des Kombinationszeichens der Beklagten in dem Wort "J" liege, ergebe sich auch aus der Firmenbezeichnung der Beklagten zu 3 "J-Kosmetik" und aus der von ihr verwendeten Warenbezeichnung "J-Parade".

Ersichtlich ist das Berufungsgericht bei seinen Erwägungen von dem in der höchststrichterlichen Rechtsprechung stets anerkannten Grundsatz ausgegangen, daß die Übernahme eines Zeichens oder des charakteristischen Bestandteils eines Zeichens in ein anderes Zeichen oder eine Firmenbezeichnung eine Verwechslungsgefahr dann begründen kann, wenn es in dem neuen Zeichen seine Selbständigkeit behalten hat, also

in diesem nicht derart untergegangen ist, daß es durch seine Einfügung aufgehört hat, für den Verkehr die Erinnerung an das alte Zeichen wachzurufen (vgl. BGH GRUR 1954, 123, 125 - NSU - Fox). Bei diesem rechtlich zutreffenden Ausgangspunkt hat das Berufungsgericht allerdings ebenso wenig wie die Revision beachtet, daß die mit dem Klageantrag zu 1 angegriffene Anmeldung das Warenzeichen "J 6 rose" betrifft, und die Bezeichnung "j 6 rosée" nur für die in Topfform hergestellte und vertriebene Hautcreme gewählt ist, die von dem Klageantrag zu 2 erfaßt werden soll. Im Ergebnis ändert sich hierdurch allerdings nichts, weil auch das Wort "rose", das in der französischen Sprache "rosafarben, rötlich" bedeutet, nur eine Farbbezeichnung darstellt und auf sie daher dieselben Erwägungen zutreffen, die das Berufungsgericht für das Wort "rosée" angestellt hat.

Daß die bloßen Farbbezeichnungen "rose" oder "rosée" nicht ausreichen können, um den Gesamteindruck des Zeichens der Beklagten zu 1, der durch den Bestandteil "J" bestimmt wird, zu beeinflussen, hat das Berufungsgericht ohne Rechtsirrtum angenommen. Die Revision kann sich auch nicht mit Erfolg darauf berufen, daß in der Kosmetikbranche der Zahl eine besondere Bedeutung zukomme, wie insbesondere das Zeichen "4711", das Zeichen "8 x 4" der Firma Beiersdorf und die Bezeichnung "Chanel 5" erwiesen. Diesem schon in den Tatsacheninstanzen vorgetragenen Einwand gegenüber hat das Berufungsgericht zu Recht darauf hingewiesen, das kaufende Publikum werde solche Zahlen in der Regel nur in dem Sinne beachten, daß die Herstellerfirma mit der Hinzufügung der Zahl ihre Waren lediglich gegenüber anderen Erzeugnissen ihres Herstellungsprogramms abgrenzen wolle. In dieser Weise sei die Beklagte auch im vorliegenden Fall vorgegangen, indem sie die Bezeichnung "J 6" zur Kennzeichnung gegenüber einem weiteren Erzeugnis, nämlich "J 7 bleu"

gewählt habe. Wenn das Berufungsgericht hiernach aus tatsächlichen Gründen angenommen hat, das Publikum werde in dem zur Entscheidung stehenden Sachverhalt die Zahl 6 nur als eine Serienbezeichnung innerhalb der Produktion der Klägerin ansehen, so kann dem aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden.

Auch die Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe sich zu Unrecht nicht mit dem Hinweis auseinandergesetzt, daß die Zahl "6" einen doppelten Sinngehalt habe, nämlich als Zahl und zum andern als Hinweis auf Sex im Sinne von Sex-Appeal, und ihr aus diesem Grunde eine besondere Bedeutung für den Gesamteindruck zukomme, ist nicht begründet. Das Berufungsgericht hat ersichtlich angenommen, ein solcher Eindruck von dem Sinngehalt der bloßen Zahl 6 sei auch bei einem kosmetischen Präparat im flüchtigen Verkehr so fernliegend, daß es seinen ablehnenden Standpunkt insoweit nicht besonders habe zum Ausdruck bringen zu brauchen. Das stellt für die in Streit stehende Frage keinen Rechtsfehler dar. Das Berufungsgericht war nicht verpflichtet, sich mit jedem einzelnen Vorbringen in den Urteilsgründen besonders auseinanderzusetzen. Es genügt, wenn die Urteilsgründe ergeben, daß eine sachentsprechende Entscheidung überhaupt stattgefunden hat (BGHZ 3, 162, 175).

Nach alledem ist dem Berufungsgericht darin zuzustimmen, daß weder die Zahl 6 noch die gewählte Farbbezeichnung oder etwa beide Zusätze zusammen für den Gesamteindruck der von der Beklagten gewählten Kennzeichnung bestimmend sind, sondern allein das Wort "J■■■■" ihr charakteristisches Merkmal darstellt. Diese Auffassung wird im übrigen, wie das Berufungsgericht zu Recht hervorhebt, dadurch erhärtet, daß die Firmenbezeichnung der Beklagten zu 3 schlechthin "J■■■■-Kosmetik GmbH" lautet, und weiterhin dadurch, daß nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die Beklagte zu 3 u.a. auch

die Warenbezeichnung "J [REDACTED] Parade" verwendet. Es bedarf hiernach nur noch einer Prüfung, ob die Worte "Juno" und "J [REDACTED]" in ihrer Alleinstellung miteinander verwechslungsfähig sind. Stellt sich heraus, daß zwischen diesen beiden Worten eine Verwechslungsgefahr besteht, so ergeben sich keine Bedenken gegen die Annahme, daß die Beklagte zu 1 in ihr Zeichen ein Wort übernommen hat, das im Verkehr die Erinnerung an das Zeichen der Klägerin wachruft und dessen Verwendung ihr aus diesem Grunde untersagt werden muß.

3. Das Berufungsgericht hat es bei Prüfung der Verwechslungsfähigkeit der Worte "Juno" und "J [REDACTED]" als wesentlich angesehen, daß beide Worte aus vier Buchstaben bestehen, mit "J" beginnen und den gemeinsamen Mittelkonsonanten "n" haben. Sie unterschieden sich lediglich in der Vokalfolge "u-o" und "o-a". Der Grundsatz, daß bei kurzen, nur aus wenigen Buchstaben bestehenden Zeichen bereits geringere Abweichungen für die Ausschaltung einer Verwechslungsgefahr ausreichen könnten, scheide dort aus, wo die Zeichen ungeachtet der Abweichungen in ihrem Gesamteindruck einander nahe kämen. In jedem Einzelfall müsse daher festgestellt werden, inwieweit die abweichenden Buchstaben den Gesamteindruck des Wortklanges beeinflussen. Die Buchstaben "u-o", aber auch "o-a" seien benachbarte Vokale, die sich stark ähnelten, wenn auch der Vokal "a" zu den hellen Vokalen zähle. Das Berufungsgericht hebt schließlich hervor, daß der Anfangsbuchstabe "J", der auf den Packungen der Konkurrenzzeugnisse kleingeschrieben werde, besonders markant sei und sowohl klanglich wie auch bildlich besonders im Gedächtnis bleibe.

Diese Würdigung der Zeichen geht von rechtlich zutreffenden Gesichtspunkten aus. Beide Worte enthalten den Vokal "o". Der Unterschied besteht lediglich in einem einzigen Vokal sowie in der Folge der Vokale. Die Vokale "o" und "u"

sowie "a" und "o" sind aber, wie das Berufungsgericht zu Recht hervorhebt, in ihrer Klangfarbe benachbarte Vokale. Da sich die Anfangssilben von "Juno" und "J[REDACTED]" mit den Vokalen a und o gegenüberstehen, wobei beide Silben mit dem Buchstaben J beginnen, ebenso wie die Endsilben durch denselben Konsonanten n eingeleitet werden, kann die Verwechslungsfähigkeit beider Worte in Ermangelung des Vorhandenseins anderer wesentlicher Abweichungen von der Beklagten nicht mit Erfolg in Zweifel gezogen werden.

4. Auf den Beweisantritt der Klägerin, das Zeichen "Juno" besitze infolge einer nachhaltigen Werbung eine starke Verkehrsgeltung, ist das Berufungsgericht mit Recht nicht mehr eingegangen. Es hat eine Beweiserhebung als nicht erforderlich angesehen, weil die Eintragung der Zeichen diesen bereits einen Schutz gewähre, der ausreichend sei, die Annahme einer Verwechslungsgefahr mit dem angegriffenen Zeichen und der angegriffenen Kennzeichnung zu rechtfertigen. In diesem Zusammenhang komme es, so führt das Berufungsgericht aus, nicht darauf an, daß das Zeichen "Juno" originell sei. Auch der Gebrauch desselben Zeichens in anderen Warengebieten (Zigaretten, Herde) könne die Kennzeichnungskraft des Zeichens für kosmetische Erzeugnisse nicht beeinträchtigen. Die Beklagte habe keinen Beweis dafür angetreten, daß das wohlklingende Wort "Juno" innerhalb der kosmetischen Branche nicht unterscheidungskräftig sei. Die Kennzeichnungskraft des Zeichens werde auch nicht dadurch beeinträchtigt, daß es in der Reklame der Klägerin im Zusammenhang mit der bekannten Marke "Kaloderma" hervorgehoben werde. Der Verkehr werde hierdurch gerade genötigt, sein Augenmerk auf das Wort "Juno" zu richten, um dieses Erzeugnis von anderen Kaloderma-Erzeugnissen der Klägerin zu unterscheiden. Die Ansicht des Berufungsgerichts, daß dem Klagezeichen nach alledem jedenfalls eine normale Kennzeichnungskraft zukomme, und eine Verwechslungsgefahr für die sich gegenüberstehenden

Zeichen zu bejahen sei, beruht auf rechtlich zu-
treffenden Erwägungen. Die Verwechslungsgefahr kann unter
den gegebenen Umständen um so weniger in Abrede gestellt
werden, als das seit langem für die Klägerin eingetragene
und von ihr unstreitig jedenfalls bereits seit dem Jahre
1952 für Hautcreme wieder in Benutzung genommene Zeichen
"Juno" ebenso wie das Zeichen der Beklagten für Warengen-
biete Verwendung finden, die gleicher Art sind, wobei
es für die warenzeichenrechtliche Würdigung ohne Belang
ist, ob sich die beiden Creme etwa in ihrer Zusammensetzung
oder ihrer Wirkungsweise voneinander unterscheiden.

5. Die Revision glaubt, eine Verwechslungsgefahr entfalle im
Streitfall deswegen, weil der Vergleich von zwei Worten
zur Entscheidung stehe, die dem allgemeinen Sprachgebrauch
angehörten und einen völlig verschiedenen Sinngehalt hätten.
Das Wort "Juno" stelle als Bezeichnung für eine römische
Göttin einen allgemeinen Begriff dar, wie auch in dem
Beschuß der Prüfungsstelle des Deutschen Patentamts vom
12. April 1957 anerkannt worden sei. Das gleiche, was für
"Juno" gelte, treffe auch für "J[REDACTED]" zu. Das Wort "J[REDACTED]"
als Name eines im Alten Testament vorkommenden Propheten
sei jedem Kind aus dem Schulunterricht bekannt. Nach § 139
ZPO befragt, würden die Beklagten insoweit auf eine Ver-
kehrsbefragung Bezug genommen haben. Zwar genüge es in der
Regel, wenn eine Verwechslungsgefahr entweder nach dem Wort-
klang oder nach der bildlichen Wirkung gegeben sei. Das könne
aber dann nicht gelten, wenn die zwei Worte gegenüberständen,
deren Bedeutung so allgemein bekannt sei, daß trotz ähnli-
chen Klanges oder ähnlicher bildlicher Wirkung allein im
Hinblick auf den Wortsinn die Verwechslungsgefahr ausge-
schlossen werde.

Die Revision hat mit diesen Angriffen ersichtlich die Recht-
sprechung des Senats im Auge (vgl. GRUR 1956, 321; Synochem/

Firmochem; GRUR 1958, 81, 82 - Thymopekt/Rigopekt; BGHZ 28, 320 ff - Quick/Glück), in der zum Ausdruck gebracht ist, die Verwechslungsfähigkeit zweier Zeichenbestandteile könne trotz lautlicher oder bildlicher Annäherung dann entfallen, wenn es sich um dem Verkehr geläufige Silben handle, die an Worte mit verschiedenem Sinngehalt anknüpften. Hierfür genügt es, wenn die Möglichkeit einer Anknüpfung nur bei einer von zwei sich gegenüberstehenden Bezeichnungen gegeben ist. Der Senat hat diese Auffassung damit begründet, daß ausgesprochen sinngebundene Kennzeichnungen dem Leser oder Hörer gleichzeitig den Begriffsinhalt vermitteln und damit die schriftbildliche oder akustische Übereinstimmung in den Hintergrund drängen könnten, so daß die Verneinung einer Verwechslungsgefahr zu rechtfertigen sei (BGHZ 28, 320, 324 - Quick).

In dem zur Entscheidung stehenden Fall können diese Grundsätze indessen keine Anwendung finden. Zwar ist nicht zu bestreiten, daß das Wort "Juno" als Bezeichnung einer römischen Göttin manchen Verkehrskreisen nicht unbekannt sein wird. Das hat auch das Berufungsgericht nicht verkannt. Es ist indessen der Auffassung, daß andererseits der aus der römischen Mythologie entnommene Sinngehalt des Wortes "Juno" mindestens einem nicht unwesentlichen Teil der kaufenden Bevölkerung tatsächlich nicht geläufig sei. Von diesen Käuferschichten werde, so stellt das Berufungsgericht fest, das Wort "Juno" eher als ein wohlklingendes Phantasiewort angesehen. Die Rüge der Revision, daß das Berufungsgericht die Parteien hinsichtlich dieser Frage zu der Stellung eines sachgemäßen Beweisantritts gemäß § 139 ZPO hätte anregen müssen und die Beklagte für diesen Fall die Durchführung einer Verkehrsbefragung dahin beantragt haben würde, die Bezeichnung "Juno" sei als Name einer römischen Göttin allgemein bekannt, ist nicht gerechtfertigt. Nach feststehender Rechtsprechung kann die Nichtausübung des Fragerechts nur

dann einen Revisionsgrund abgeben, wenn das Berufungsgericht nach dem Verhandlungsergebnis hätte erkennen müssen, daß die Parteien Beweismittel hätten beibringen wollen, und ihr Nichtvorliegen offenbar auf einem Versehen oder darauf beruht, daß eine Partei die Rechtslage offenbar falsch beurteilt hat (LM ZPO § 139 Nr. 3). Diese Voraussetzungen sind im Streitfall nicht erfüllt. Die Revision kann sich insoweit auch nicht darauf berufen, daß das Deutsche Patentamt in seinem zitierten Beschluß vom 12. April 1957 zum Ausdruck gebracht habe, das Wort "Juno" stelle einen bekannten Begriff dar. Diese Entscheidung ist bereits Gegenstand der Verhandlung vor dem Berufungsgericht gewesen. Die Beklagte konnte sich keinesfalls darauf verlassen, daß sich das Berufungsgericht der Auffassung der Anmeldestelle des Patentamts anschließen werde. Ein zwingender Anlaß bestand, wie den Beklagten bekannt sein mußte, hierfür nicht. Wenn das Berufungsgericht daher angenommen hat, dem Wort "Juno" komme bei einem nicht unbeträchtlichen Bevölkerungskreis jedenfalls nicht eine so ausgeprägte Sinnbedeutung zu, wie sie für die Ausschaltung einer Irreführung erforderlich ist, kann ihm aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Nach der zitierten Rechtsprechung des Senats genügt es regelmäßig nicht, daß das zur Entscheidung stehende Wort einen "bekannten" Begriff darstellt. Vielmehr muß es einen völlig eindeutigen, sich jedermann unmittelbar aufdrängenden Begriffsinhalt haben und der alltäglichen Vorstellungswelt des Hörers oder Lesers so geläufig sein, daß sich ihm auch bei flüchtigstem Lesen oder Hören die Erinnerung an seine Bedeutung vordrängt (BGHZ 28, 320 ff - Quick). Gerade diese Voraussetzungen liegen indessen nach der rechtsirrtumsfreien Auffassung des Berufungsgerichts im Streitfall nicht vor.

Die Revision kann auch nicht mit ihrer Auffassung Erfolg haben, daß sich jedenfalls mit dem Wort "J" eine leicht fassliche und einprägsame Begriffsvorstellung verbinde. Ihre Behauptung, daß sich dieses Wort als Name eines allseitig

bekannten Propheten herleite, steht zu ihrem eigenen Tatsachenvortrag in den Vorinstanzen in Widerspruch. In ihrem Schriftsatz vom 22. Januar 1957 S. 7 haben die Beklagten jedenfalls vorgetragen, ihr Werbefachmann habe sich an den Namen einer nahen Verwandten "J[REDACTED]" erinnert, der aus dem Wort "Johanna" zusammengezogen sei. Aus diesem Gedanken- gang heraus habe sich dann das Warenzeichen der Beklagten gebildet. Die Beklagten haben nicht behauptet, das Wort "J[REDACTED]" habe an den Propheten erinnern sollen, ein Gedanken- gang, der für Waren der Kosmetikbranche in der Tat wohl auch recht fernliegend erscheint und von den in Betracht kommenden Verkehrskreisen sicherlich nicht geteilt werden wird. Hiernach kann auch hinsichtlich des Wortes "J[REDACTED]" nicht anerkannt werden, daß die klangliche Verwechselbarkeit durch eine leicht fassliche Begriffsvorstellung von der Bezeichnung "J[REDACTED]" ausgeschaltet würde.

6. Da die Klägerin keinen größeren Abstand von dem Zeichen der Beklagten beanspruchen kann, als sie ihn ihrerseits gegenüber prioritätsälteren Zeichen eingehalten hat, hat das Berufungsgericht in Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des Senats (vgl. BGH GRUR 1955, 415, 417 - Arctuvan) auch die Stellung des Klagezeichens im Vergleich zu anderen bestehenden Konkurrenzzeichen geprüft. Mit Recht hat es hierbei diejenigen Zeichen ausgeschieden, die nicht gleichartige Waren betreffen oder die im Bundesgebiet nicht benutzt werden. Den Abstand gegenüber dem älteren Zeichen "Jonon" hat es als wesentlich größer angesehen. Auch die Zeichen "Junior" und "Juni- cel Dr. Rheinländer" unterscheiden sich nach Auffassung des Berufungsgerichts in ihrem Gesamteindruck sowohl klanglich wie auch bildlich in stärkerem Maße. Das Zeichen "Tuno" könne, so stellt das Berufungsgericht fest, nicht zum Ver- gleich herangezogen werden, weil die Klägerin mit der In- haberin dieses Zeichens Vereinbarungen getroffen habe, die

einen Wettbewerb auf dem kosmetischen Gebiet ausschließen. Am nächsten käme noch das Zeichen "Jovo", das das Patentamt mit dem Klagezeichen nicht als verwechselbar angesehen habe. Gleichwohl halte das Klagezeichen "Juno" von dem Zeichen "Jovo" einen größeren Abstand als die Beklagte mit ihrem Zeichen "J●●●". Der Mittelkonsonant "v" weiche entscheidend von dem "n" im Klagezeichen ab und auch die gleichbleibenden Vokale "o-o" in dem Wort "Jovo" vermitteln einen anderen klanglichen und bildlichen Eindruck als die Vokale "u-o" in dem Wort "Juno".

Diese von zeichenrechtlich zutreffenden Erwägungen ausgehende Prüfung des Berufungsgerichts beruht im wesentlichen auf einer tatsächlichen Würdigung, die den Angriffen der Revision entzogen ist. Wenn die Revision ohne weitere Begründung die Auffassung vertritt, die vom Berufungsgericht gewürdigten Zeichen "Jovo", "Jonon", "Junior" und "Juni-cel Dr. Rheinländer" hätten bewirkt, daß sich das Publikum an das Nebeneinanderstehen ähnlicher Zeichen gewöhnt habe, so läuft dies im Grunde darauf hinaus, die Würdigung, die das Berufungsgericht für die geprüften Bezeichnungen und ihren Abstand von den Klagezeichen vorgenommen hat, durch eine andere Beurteilung zu ersetzen. Damit überschreitet die Revision die ihr gesetzten Grenzen.

Nach alledem hat das Berufungsgericht zu Recht die Unterlassungsansprüche der Klägerin gegen die Beklagte zu 1 sowie auch gegen die übrigen Beklagten als begründet angesehen und die Beklagte zu 1 weiterhin verurteilt, ihre Warenzeichenanmeldung zurückzunehmen. Auch die Ansprüche der Klägerin auf Unterlassung der Firmenbezeichnung durch die Beklagte zu 3 und auf Löschung dieser Firmenbezeichnung sind nach alledem gerechtfertigt (vgl. BGH GRUR 1954, 123, 125 - NSU-Fox).

III. Begründet ist allerdings der Angriff der Revision, die Verurteilung der Beklagten habe sich nur nach der Verletzungsform richten dürfen. Da die Beklagten ihre Hautcreme unter der Bezeichnung "J[REDACTED] 6 rose" bzw. "Jona 6 rosée" hergestellt und in den Verkehr gebracht haben, konnten sie auch nur verurteilt werden, die Verwendung dieser Bezeichnung, nicht aber die Benutzung des Wortes "J[REDACTED]" bzw. "j[REDACTED]" schlechthin zu unterlassen. Ebenso konnte der Beklagten zu 3 nur die Führung der Firma "J[REDACTED] Kosmetik GmbH" untersagt und weiterhin nur ausgesprochen werden, daß sie die insoweit für die Löschung der Firma erforderlichen Erklärungen abzugeben habe. Nach ständiger Rechtsprechung des Senats kann sich die Verurteilung regelmäßig nur gegen die konkret benutzte Verletzungsform richten, da immerhin Möglichkeiten denkbar sind, den streitigen Bestandteil in eine aus sonstigen Worten zusammengesetzte Bezeichnung oder in einen Firmennamen einzufügen, ohne damit eine Verwechslungsgefahr heraufzubeschwören (BGH GRUR 1954, 331 - Altpa-Alpha). Das Berufungsgericht hat nicht festgestellt, die Beklagten hätten das Wort "J[REDACTED]" offenbar mißbräuchlich in bewußter Anlehnung an das Zeichen der Firma der Klägerin gewählt. Es kann daher auch nicht auf eine innere Einstellung der Beklagten geschlossen werden, die eine einwandfreie Benutzung des Wortes auch in Zukunft nicht erwarten lassen würde. In dieser Richtung hat auch die Klägerin nichts vorgetragen. Der Klage konnte daher nur mit der erwähnten Maßgabe stattgegeben werden, während sie im übrigen abzuweisen war.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 ZPO.

Bock

Weiß

Spreng

Pehle

Spengler