

Ib ZR 135/62

Verkündet am
10. Juni 1964

2128 025

■, Justizangestellter
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

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

In dem Rechtsstreit

der Firma U ■ - Werk H. und M. F ■, B ■/Baden,
Klägerin und Revisionsklägerin
- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. ■
und Dr. ■ -

g e g e n

die Firma Dr. S ■ D ■ - D o ■, E ■/Fils,
Schillerstraße 25 - 27,

Beklagte und Revisionsbeklagte
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. ■ -

hat der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 10. Juni 1964 unter Mitwirkung
der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Jungbluth, Pehle,
Dr. Sprengmann und Dr. Mösl

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats
des Hanseatischen Oberlandesgerichts zu Hamburg
vom 28. Juni 1962 wird auf Kosten der Klägerin
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Parteien stehen miteinander in Wettbewerb; beide stellen Mittel zur Körper- und Schönheitspflege her.

Die Klägerin ist Inhaberin des Warenzeichens Nr. 689 531 "Vitabad" mit Priorität vom 7. Februar 1956. Im Warenverzeichnis sind u.a. eingetragen: Arzneimittel, chemische Erzeugnisse für Heilzwecke und Gesundheitspflege, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege. Die Klägerin verwendet das Warenzeichen seit 1958 für ein Badezusatzmittel. Auf den Packungen und Tuben des Badezusatzmittels "vitabad" befindet sich unter dem Warenzeichen, waagrecht und kleiner als dieses gedruckt, die Aufschrift "Vitamin-Medizinal-Bad".

Die Beklagte ist Inhaberin des Warenzeichens Nr. 639 034 "cito" mit Priorität vom 20. Juli 1951. Sie besitzt außerdem eine Reihe von "cito"-Zeichen, wie "Citodonth", "Citoderma", "Citol" und andere. Das Warenverzeichnis weist aus: kosmetische Erzeugnisse, insbesondere Rasier- und Haarpflegemittel. Seit Herbst 1960 bringt die Beklagte das Badezusatzmittel "cito-bad", dessen Schreibweise oft auch "cito-bad" ist, auf den Markt. Packungen und Tuben enthalten die senkrecht zu "cito-bad" gedruckte kleine Aufschrift "wasch- und badkosmetikum mit vitaminen". Das Wort "cito" nimmt auf den Tuben den gleichen Raum ein wie das unmittelbar darunter stehende Wort "bad".

Bei der Einführung ihres Badezusatzmittels hat die Beklagte den Wiederverkäufern ohne Bestellung Kartons mit 15 Portions- und 7 Familientuben zugesandt und den Sendungen ein Ankündigungsschreiben vorausgeschickt.

- 3 -

Die Klägerin verlangt mit der Klage von der Beklagten, es zu unterlassen, das Zeichen "cito-bad" zur Kennzeichnung eines Badezusatzmittels zu verwenden. Ferner begehrt sie die Vernichtung sämtlicher im Verkehr befindlichen Packungen und Werbematerialien mit dem Wort "cito-bad" sowie Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten. Daneben verlangt sie Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten aus der Einführungswerbung und Auskunft über die Anzahl derartiger Werbefälle. Soweit die Klägerin weiterhin beantragt hatte, der Beklagten zu verbieten, Wiedervorkäufern unverlangt 13 Portionstuben und eine Familientube mit dem Badezusatzmittel "cito-bad" zu übersenden, haben die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend für erledigt erklärt, nachdem die Beklagte sich insoweit bei Meidung einer Vertragsstrafe zur Unterlassung verpflichtet hatte.

Die Klägerin hat vorgetragen:

Die Worte "vitabad" und "cito-bad" seien verwechslungsfähig. Sie stimmten im Klang und Schriftbild weitgehend überein. Dabei müsse der für sich allein nicht schutzfähigste Bestandteil "bad" im Rahmen des Gesamteindrucks mit berücksichtigt werden. Die Beklagte habe schuldhaft das Klagezeichen verletzt. Die Kenntnis der Beklagten von der Eintragung und der Benutzung des Zeichens "vitabad" sei nach der Rechtsprechung zu vermuten.

Die Beklagte macht geltend, eine Verwechslungsgefahr komme nicht in Betracht. Der Zeichenbestandteil "bad" sei als Bestimmungsangabe nicht schutzfähig. Gleiches müsse aufgrund der Entwicklung vor und nach dem letzten Kriege auf dem Gebiet der Arzneimittel und Kosmetik auch für den



[JLaw – Gesetze und Urteile](#)
(mobile App)

Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Bestandteil "vita" gelten. Vierunddreißig mit "vita" und "vit" beginnende Zeichen seien - fast alle nach 1949 - beim Patentamt angemeldet worden. Kosmetische Erzeugnisse mit dem erklärenden Zusatz "Vitamin" im oder zum Warenzeichen würden heute in jeder Drogerie angeboten. Die Gesamtbezeichnung "vitabad" sage dem Verkehr nur, es handele sich um einen Badezusatz mit Vitaminen. Das Klagezeichen sei somit höchstens als schwach kennzeichnungsfähig anzusehen. Im übrigen könne dem Klagezeichen nur ein ganz geringer Schutzzumfang zugebilligt werden, weil dieses zu älteren Zeichen selbst nur einen geringen Abstand einhalte. Zeichen wie "VITACAP", "Vitaline", "Vitarex" und "Vithosal" stünden dem Klagezeichen näher als das Wort "cito-bad". Selbst wenn noch eine Verwechslungsgefahr bestehen sollte, könne die Klägerin gleichwohl nach Treu und Glauben keine Ansprüche gegen die Beklagte geltend machen, da sie die älteren "cito"-Rechte besäße und hierfür Verkehrsgeltung erlangt habe.

Das Landgericht hat unter Abweisung im übrigen der Klage hinsichtlich der die Einführungswerbung der Beklagten betreffenden Klageanträge stattgegeben, soweit der Unterlassungsantrag nicht durch die Erledigungserklärung entfallen war. Es hat eine Verwechslungsgefahr zwischen "vitabad" und "cito-bad" verneint. Die auf die Verletzung des Warenzeichens "vitabad" und die Einführungswerbung gestützten Klaganträge hat es hinsichtlich des Streitwerts gleich hoch bemessen und die Kosten gegeneinander aufgehoben.

Gegen dieses Urteil hat die Klägerin Berufung eingelegt und Verurteilung der Beklagten gemäß den warenzeichenrechtlichen Klaganträgen begehrt. Die Beklagte hat mit

der Anschlußberufung beantragt, die Kostenentscheidung dahin abzuändern, daß auf sie nur ein Fünftel der Kosten entfalle.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Klägerin zurückgewiesen. Auf die Anschlußberufung der Beklagten hat es unter deren Zurückweisung im übrigen von den Kosten des ersten Rechtszuges der Klägerin $\frac{2}{3}$ und der Beklagten $\frac{1}{3}$ auferlegt. Die Kosten des Berufungsrechtszuges sind der Klägerin auferlegt worden.

Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre warenzeichenrechtlichen Ansprüche weiter. Außerdem wendet sich die Revision gegen die vom Berufungsgericht vorgenommene Kostenverteilung und beantragt, insoweit das erstinstanzliche Urteil wiederherzustellen. Die Beklagte bittet um Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe:

I. Soweit das Berufungsgericht die Klage mit der Begründung abgewiesen hat, der Klägerin stehe selbst dann kein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zu, wenn die Zeichen "vitabad" und "cito-bad" verwechslungsfähig wären, weil das Zeichen "cito" der Beklagten älter sei als das Klagezeichen "vitabad", ist der Revision zuzugeben, daß diese Betrachtungsweise gegen anerkannte Rechtsgrundsätze des Warenzeichenrechts verstößt. Bei Prüfung der Verwechslungsgefahr ist nämlich allein von der Form auszugehen, in der das angegriffene Zeichen tatsächlich benutzt wird (ICHZ 19, 368, 377 - W 5). Die noch im Streit befindlichen Klageanträge richten sich jedoch nicht gegen

die Benutzung des eingetragenen Warenzeichens "cito" durch die Beklagte, sondern gegen die Verwendung der Bezeichnung "cito-bad" zur Kennzeichnung von Badezusatzmitteln. Da die Bezeichnung "cito-bad" für die Beklagte nicht als Warenzeichen eingetragen ist, könnte der Beklagten ein älteres sachliches Recht an d i e s e r Bezeichnung nur dann zustehen, wenn sie dafür vor Anmeldung des Klagezeichens ein Ausstattungsschutzrecht im Sinn des § 25 WZG erlangt hätte. Das ist unstreitig nicht der Fall, da die Beklagte die Bezeichnung "cito-bad" erst seit Herbst 1960 benutzt, während das Klagezeichen Zeitrang vom 7. Februar 1956 besitzt.

II. Dieser Rechtsfehler ist jedoch nicht entscheidungserheblich, weil das Berufungsgericht im Ergebnis zu Recht die Verwechslungsgefahr zwischen den Zeichen "vitabad" und "cito-bad" verneint hat.

1. Das Berufungsgericht geht davon aus, daß der Gesamteindruck des Klagezeichens von der Silbe "bad" nur geringfügig bestimmt werde, da ihr als einem Wort der täglichen Umgangssprache als Bestandteil eines Zeichens für Badezusatzmittel jede Eigenart fehle. Das Vorhandensein der Buchstabenfolge "it" in beiden Zeichen sei ohne Bedeutung, da sie keine Silbe sei. Die Silben in den Zeichenbestandteilen "vita" und "cito" seien aber in den ersten Silben hinsichtlich der Konsonanten und in den letzten Silben hinsichtlich der Vokale verschieden. Da außerdem "vita" ein den Verbrauchern jedenfalls im Klang geläufiges Wort sei, nähmen diese das Zeichen "vitabad" schnell auf und unterlägen nicht der Gefahr, dieses Zeichen mit der Bezeichnung "cito-bad", die den ungeläufigen Bestandteil "cito" enthalte, zu verwechseln.

2. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision vermögen nicht durchzudringen.

a) Soweit die Revision aus der Umsatzsteigerung in den mit dem Klagezeichen versehenen Waren herleitet, daß dessen Kennzeichnungskraft außerordentlich groß sei, was das Berufungsgericht jedoch nicht berücksichtigt habe, kann ihr nicht gefolgt werden. Nachdem das Landgericht das Klagezeichen als ein von Natur aus nur schwach kennzeichnungsfähiges Zeichen angesehen hatte, das auch durch Umsatz und Werbung nicht zu einer normalen oder gar gesteigerten Unterscheidungskraft gelangt sei, hat die Klägerin in der Berufungsbegründung den Standpunkt vertreten, es sei von einer normalen, "vielmehr" unter Umständen durch die Einführungsarbeit und durch die besondere Bildung des Wortes gesteigerten Kennzeichnungskraft auszugehen. In einem weiteren Schriftsatz hat die Klägerin sodann unter Angabe der Umsätze für 1959 mit rund 13.000,-- DM, für 1960 mit 52.000,-- DM und für 1961 mit rund 215.000,-- DM auf deren "immense Steigerung" hingewiesen. Bei diesem Prozeßverlauf kann allein in dem Hinweis auf die Umsatzsteigerung für 1961 noch nicht die substantiierte Behauptung erblickt werden, dem Klagezeichen komme infolge des großen Absatzes von Waren, zu deren Kennzeichnung es diene, eine außerordentlich große Kennzeichnungskraft zu. Die bloßen Umsatzangaben vermögen für sich allein im Streitfall diese Behauptung nicht zu rechtfertigen, da ihre Höhe nicht so beachtlich ist, daß sich allein hieraus ein solcher Schluß rechtsbedenkenfrei ziehen ließe. Das gilt um so mehr, als die Klägerin selbst augenscheinlich davon ausgegangen ist, dem Klagezeichen komme nur eine normale Kennzeichnungskraft zu, und es an einem unter

Beweis gestellten substantiierten Vortrag für das Erreichen einer außerordentlich großen Kennzeichnungskraft hat fehlen lassen. Wenn bei dieser Sachlage das Berufungsgericht nicht von einer außerordentlich starken Kennzeichnungskraft des Klagezeichens ausgegangen ist, so kann dem aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden.

Soweit aber hiernach eine normale Kennzeichnungskraft zugrunde zu legen ist, sind die Erwägungen, aus denen das Berufungsgericht die Verwechslungsgefahr verneint hat, rechtlich bedenkenfrei.

b) Entgegen der Auffassung der Revision hat das Berufungsgericht es nicht unterlassen, den Gesamteindruck der zu vergleichenden Zeichen festzustellen. Ausgangspunkt der Beurteilung durch das Berufungsgericht ist vielmehr die Feststellung, daß in beiden Zeichen der Gesamteindruck von dem Bestandteil "bad" nur geringfügig bestimmt werde, weil ihm als Wort der täglichen Umgangssprache in seiner Eigenschaft als Bestandteil eines Zeichens für Badezusatzmittel jeder Eigenart fehle. Diese Betrachtungsweise steht im Einklang mit der ständigen Rechtsprechung, wonach reinen Beschaffenheits- und Bestimmungsangaben als Bestandteilen eines Warenzeichens in der Regel nur dann eine den Gesamteindruck des Zeichens bestimmende Wirkung zukommt, wenn sie entweder in einem vom üblichen Gebrauch abweichenden Sinn verwendet werden; oder wenn sie Verkehrsgeltung in dem Sinn erworben haben, daß ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs in diesen Bestandteilen den Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen erblickt (EGHZ 34, 299, 305 - Almglocke). Keine dieser

Voraussetzungen ist hier gegeben. Wie das Berufungsgericht zutreffend darlegt, liegt es für den Hersteller eines Badezusatzmittels nahe, bei der Bezeichnung seiner Ware das Wort "bad" zu verwenden. Für die Annahme, daß der Bestandteil "bad" des Klagezeichens Verkehrsgeltung erlangt hätte, fehlt es an jeglichem Anhaltspunkt. Dieses Wort kann sonach nicht als der den Gesamteindruck des Klagezeichens wesentlich mitbestimmende Bestandteil angesehen werden. Soweit die Revision unter Bezugnahme auf das Urteil des Bundesgerichtshofs vom 12. Oktober 1962 (I ZR 19/61) darauf hinweist, daß in einer Wortverbindung, die als solche eine starke Verkehrsgeltung genießt, auch schwächere und für sich allein möglicherweise nicht schutzfähige Elemente an der Kennzeichnungskraft zumindest so weitgehend teilnehmen, daß es rechtsirrig sei, sie bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr als nicht vorhanden zu betrachten, geht sie fehl, weil dem Klagezeichen, wie dargelegt, keine starke Kennzeichnungskraft innewohnt. Das Berufungsgericht auch bei Prüfung der Verwechslungsgefahr den Bestandteil "bad" nicht etwa völlig unberücksichtigt gelassen hat.

Die Feststellung des Berufungsgerichts aber, daß der Gesamteindruck des Klagezeichens durch den Bestandteil "bad" nur geringfügig bestimmt werde, ist rechtlich nicht zu beanstanden.

c) Stimmen die sich gegenüberstehenden Bezeichnungen in einem Bestandteil überein, der seiner Natur nach schutzunfähig ist und auch aus anderen Gründen keine Kennzeichnungskraft erlangt hat, so genügen in der Regel zur Verneinung der Verwechslungsgefahr geringfügige Abweichungen in den übrigen Bestandteilen der beiden Zeichen.

(BGH GRUR 1956, 321 f - Synochem). Solche Abweichungen sind im Streitfalle bei den Bestandteilen "vita" und "cito" der sich gegenüberstehenden Zeichen vorhanden.

Mit Recht hat das Berufungsgericht bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr in klanglicher Hinsicht dem Umstand keine entscheidende Bedeutung beigemessen, daß beide Zeichen in der Mitte ihres ersten Wortbestandteils die übereinstimmende Buchstabenfolge "it" aufweisen. Wenn die Revision dies bemängelt, so übersieht sie zunächst, daß für den klanglichen Gesamteindruck nach natürlichem Sprachgefühl regelmäßig nicht so sehr aus dem sprachlichen Zusammenhang herausgerissene einzelne Buchstaben oder Buchstabenfolgen, sondern die natürliche Silbengliederung und die Vokalfolge bestimmend sind (BGH GRUR 1962, 522 f - Ribana). Die Zeichenbestandteile "vita" und "cito" unterscheiden sich aber in den ersten Silben hinsichtlich der Konsonanten und in den letzten Silben hinsichtlich der Vokale. Der von der Revision hervorgehobenen Betonung der den Vokal "i" enthaltenden Silbe in beiden Bezeichnungen kommt aus dem Grunde nur eine geringere Bedeutung zu, weil "vita" durch die Endung auf "a" einen hellen Klang erhält, während "cito" durch die Endung auf "o" im Klange dunkler ist. Angesichts dieser Verschiedenheiten der Bestandteile "vita" und "cito" in den Zeichen der Parteien beruht eine gewisse Ähnlichkeit der vollständigen Bezeichnungen im wesentlichen^{en} auf dem übereinstimmenden Wortbestandteil "cad", dem eine kennzeichnende Wirkung jedoch nicht innewohnt.

Selbst wenn man indessen auch bei den Bestandteilen "vita" und "cito" eine Ähnlichkeit im klanglichen Bereich annehmen sollte, würde diese Ähnlichkeit für die Frage der Verwechslungsgefahr nach dem Wortklang hier außer Betracht bleiben können. Wie der Bundesgerichtshof wiederholt entschieden hat, kann die Verwechslungsgefahr trotz lautlicher Annäherung der einander gegenüberstehenden Bezeichnungen dann entfallen, wenn es sich zumindest bei einer der Bezeichnungen um dem Verkehr geläufige Silben handelt, die an einen im Verkehr bekannten Begriff anknüpfen (BGH GRUR 1956, 326 - Synochem; GRUR 1958, 81, 82 - Thymopet; BGHZ 28, 320, 323 - Quick). Diesen Grundsatz hat das Berufungsgericht ersichtlich auf die von ihm getroffene Feststellung anwenden wollen, daß "vita" ein den Verbrauchern jedenfalls im Klang geläufiges Wort sei, welches sie schnell aufnehmen und das sich ihnen einprägt. Hiergegen sind keine rechtlichen Bedenken zu erheben. Nach der Lebenserfahrung trifft es zu, daß für die Verkehrskreise, die als Käufer für die mit dem beanstandeten Warenzeichen versehenen Waren in Betracht kommen, der Bestandteil "vita" des Klagezeichens einen begrifflichen Inhalt verkörpert. Dabei ist es gleichgültig, ob die Verbraucher ihn gerade mit dem lateinischen Wort vita = Leben in Verbindung bringen, oder ob er bei ihnen beispielsweise Gedankenverbindungen zu dem hiervon abgeleitete Wort "Vitamin" hervorruft, dessen Sinn als Bezeichnung für gesundheitsfördernde Wirkstoffe weithin bekannt ist. Ebenso wenig kommt es darauf an, ob der Verkehr der Gesamtbezeichnung "vitakad" einen bestimmten begrifflichen Inhalt beilegt, oder ob er darin, wie die Revision meint, eine Fantasiebezeichnung erblickt. Für den Ausschluß der Verwechslungsgefahr in klanglicher Hinsicht genügt es.

daß der Bestandteil "vita" im Hörer überhaupt eine Beziehung zu einem dem Verkehr geläufigen Vorstellungsbild aufkommen läßt, die es den beteiligten Verkehrskreisen ermöglicht, gerade diesen Bestandteil auch bei flüchtiger Wahrnehmung unverwechselbar in ihre Erinnerung aufzunehmen, während in dem Zeichenbestandteil "cito" ein Anklang an einen solchen Sinngehalt fehlt. Zumindest aus diesem Grunde reichen die dargelegten klanglichen Abweichungen beider Zeichenbestandteile aus, um die Verwechslung dem Klange nach zu verneinen.

Der Revision kann auch nicht darin gefolgt werden, daß eine Verwechslungsgefahr zwischen beiden Bezeichnungen dem Wort b i l d nach gegeben sei. Wenn die Revision in diesem Zusammenhang auf die häufig schwierige Unterscheidbarkeit der handschriftlich geschriebenen Buchstaben "a" und "o" hinweist, so ist dem entgegenzuhalten, daß die Werbung der Beklagten für ihr in Parfümerien und Drogerien frei erhältliches Badezusatzmittel in Druckbuchstaben gehalten ist. Eine beachtliche Gefahr, daß dem Verbraucher die Bezeichnung "cito-bad" in handschriftlichen Schriftzügen entgegentritt und ihn wegen deren möglicherweise schlechten Lesbarkeit zu Verwechslungen führen kann, besteht daher nicht. Soweit Einzelhändler ihre Bestellungen an den Zwischenhandel handschriftlich aufgeben sollten, ist davon auszugehen, daß entweder der beliefernde Großhändler im Fall von Zweifeln, welches Erzeugnis bestellt worden sei, rückfragt oder der Einzelhändler bei versehentlichlicher Lieferung die nicht von ihm bestellte Ware zurückgibt. Das gilt um so mehr als unstreitig die Klägerin ihr als medizinisches Erzeugnis bezeichnetes, jedoch nicht rezeptpflichtiges Badezusatzmittel "vitabad" ausschließlich in Apotheken und großhandelsmäßig ausschließlich über den

pharmazeutischen Großhandel vertreibt. Überdies wird die von der Beklagten verwendete Bezeichnung, sei es mit oder ohne Bindestrich, stets in zwei Worten geschrieben, während das Klagezeichen nur aus einem Wort besteht, so daß auch insofern der Gefahr von Verwechslungen des Schriftbildes entgegengewirkt wird. Im übrigen ist zu berücksichtigen, daß der Bestandteil "vita" im Klagezeichen durch die schon erörterte Anknüpfung an einen dem Verkehr bekannten Sinngehalt, die sich auch beim optischen Eindruck ergibt, eine Sonderstellung einnimmt, welche die Wirkung des Schriftbildes beeinflußt und es dem Verkehr ermöglicht, das Klagezeichen auch insoweit von einem Zeichen wie dem der Beklagten mit hinreichender Sicherheit zu unterscheiden.

Die Feststellung des Berufungsgerichts, daß eine Verwechslungsgefahr zwischen den streitigen Bezeichnungen der Parteien nicht bestehe, ist sonach rechtlich nicht zu beanstanden.

III. Die Revision ist schließlich auch unbegründet, soweit sie sich gegen die vom Berufungsgericht getroffene Verteilung der Kosten des ersten Rechtszuges richtet.

Während das Landgericht die warenzeichenrechtlichen Klageanträge und die die Einführungswerbung der Beklagten betreffenden Klageanträge mit je 100.000,-- DM bewertet und die Kosten gegeneinander aufgehoben hatte, hat das Berufungsgericht auf die Anschlußberufung der Beklagten die zeichenrechtlichen Anträge mit 140.000,-- DM und die übrigen Anträge mit 60.000,-- DM bewertet und der Klägerin 2/3 und der Beklagten 1/3 der Kosten des ersten Rechtszuges auferlegt.

Diese Aufteilung des Streitwerts seitens des Berufungsgerichts ist nach der sachlichen Bedeutung der einzelnen Klageanträge angemessen und hält sich im Rahmen des nach § 3 ZPO gewährten freien Ermessens. Dem Einwand der Revision, die Beklagte habe durch die unzulässigen Werbesendungen von unbestellter Ware an Wiederverkäufer ihr Erzeugnis schlagartig bekanntgemacht und sich weiteren Absatz gesichert, kommt nur eine begrenzte Bedeutung zu. Durch diese gegen die Vorschrift des § 1 UWG verstoßende Werbung wurden die Interessen aller sich mit ähnlichen Waren befassenden Mitbewerber verletzt. Bei der Bemessung des Streitwerts kam jedoch nur das Interesse in Betracht, das allein die Klägerin einmal an der Unterbindung einer derartigen Werbung für die Zukunft und ferner am Ersatz des ihr selbst entstandenen Schadens hat. Gegenüber diesen Klageanträgen, die eine nicht allein gegen die Klägerin gerichtete Werbemaßnahme betreffen, sind aber diejenigen Klageanträge höher zu bewerten, welche aus der Verletzung eines der Klägerin zustehenden gewerblichen Schutzrechts, nämlich eines für sie eingetragenen Warenzeichens, hergeleitet werden. Unter Zugrundelegung der vom Berufungsgericht vorgenommenen Streitwertbemessung verstößt die vorgenommene Kostenverteilung somit nicht gegen § 92 Abs. 1 Satz 1 ZPO.

Soweit die Revision sich gegen die Kostenverteilung richtete, war ein besonderer Streitwert nicht festzusetzen, da insoweit Mehrkosten nicht entstanden sind.

IV. Die Revision war demnach mit der Kostenfolge aus § 97 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nicland

Jungbluth

Pehle

Sprenkman

Mösl