



# BUNDESGERICHTSHOF

## IM NAMEN DES VOLKES

### URTEIL

I ZR 191/01

Verkündet am:  
29. April 2004  
Walz  
Justizamtsinspektor  
als Urkundsbeamter  
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja  
BGHZ : nein  
BGHR : ja

#### **Zwilling/Zweibrüder**

MarkenG § 14 Abs. 2 Nr. 2

Eine Verwechslungsgefahr kann auch in der Weise gegeben sein, daß das angegriffene Zeichen infolge einer teilweisen Übereinstimmung in einem wesensgleichen Kern dem Inhaber der Klagemarke zugeordnet wird. Eine derartige Verwechslungsgefahr kann sich in besonders gelagerten Fällen auch aus einer Übereinstimmung der Zeichen im Sinngehalt ergeben, wenn sich für maßgebliche Teile des Verkehrs aufdrängt, daß die Zeichen wegen ihres Sinngehalts und ihrer Zeichenbildung aufeinander bezogen sind.

MarkenG § 14 Abs. 2 Nr. 3

Für die Anwendung des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG genügt es nicht, daß ein Zeichen geeignet ist, durch bloße Assoziationen an ein fremdes Kennzeichen Aufmerksamkeit zu erwecken. Ebensovienig reicht dafür der Umstand aus, daß die Wahl des angegriffenen Zeichens nicht zufällig erscheint.

BGH, Urt. v. 29. April 2004 - I ZR 191/01 - OLG Köln  
LG Köln

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 29. April 2004 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Pokrant, Dr. Schaffert und Dr. Bergmann

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 22. Juni 2001 aufgehoben.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 33. Zivilkammer des Landgerichts Köln vom 29. August 2000 abgeändert.

Die Klage wird abgewiesen.

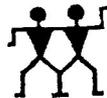
Die Kosten des Rechtsstreits werden der Klägerin auferlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin ist ein Unternehmen mit Sitz in Solingen, das Stahlwaren, insbesondere Schneidwaren, herstellt und vertreibt. Sie führt die Firma "Zwilling J.A. Henckels AG" und ist Inhaberin der Wortmarke "Zwilling" (Nr. 725 228), die mit Priorität vom 7. Mai 1941 u.a. für "Messerschmiedewaren", "Hieb- und Stichwaffen", "Täschner- und Lederwaren, nämlich Spezialtuis und -behälter

für die Waren der Klasse 8", "Nickel- und Aluminiumwaren als Haushalts- und Reisegeräte ... (soweit in Klasse 21 enthalten)", "Haus- und Küchengeräte (soweit in Klasse 21 enthalten)" eingetragen ist. Die Klägerin ist weiter Inhaberin von Bildmarken wie der nachstehend wiedergegebenen, am 8. August 1904 eingetragenen Marke Nr. 71 482:



Die Beklagte führte zunächst die Firma "Stahlwarenkontor GmbH". Im Jahr 1996 verlegte sie ihren Sitz von Beelitz nach Solingen und änderte ihre Firma in "ZWEIBRÜDER Stahlwarenkontor GmbH". Die Beklagte ist Inhaberin der Wortmarke "ZWEIBRÜDER" (Nr. 396 45 060), die mit Priorität vom 17. Oktober 1996 für "08: Schneidwaren; 18: Lederwaren; 21: Geräte und Behälter für Haushalt und Küche" eingetragen ist. Für die Beklagte ist weiter die Wortmarke "ZWEIBRÜDER" (Nr. 398 26 480) mit Priorität vom 12. Mai 1998 für "Taschenlampen, Taschenlampenbatterien, Säcke (soweit in Klasse 12 enthalten); Rucksäcke; Zelte" eingetragen. Im Internet benutzt die Beklagte die Adresse "zweibrueder.com".

Die Klägerin sieht in der Verwendung der Bezeichnung "Zweibrüder"/"ZWEIBRÜDER" als Unternehmenskennzeichen, Marke und Internetadresse eine Verletzung ihrer Rechte an ihrer Firma sowie ihren Wort- und Bildmarken. Die "Zwillings"-Kennzeichen wiesen als Firmenschlagwort und als Wort- oder Bildmarken eine hohe Kennzeichnungskraft auf. Mit ihnen werde im In- und Ausland ein hervorragender Ruf herausragender Güte und Vertrauens-

würdigkeit verbunden. Die Beklagte nutze durch ihre "Zweibrüder"-Zeichen den Ruf der bekannten Marke "Zwilling" in unlauterer Weise für sich aus.

Die Klägerin hat beantragt,

I. die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000 DM, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit Schneidwaren,

a) die Angabe "ZWEIBRÜDER" oder "Zweibrüder" firmenmäßig zu verwenden

aa) entweder in Alleinstellung oder grafisch gegenüber den übrigen Bestandteilen des Firmennamens hervorgehoben, beispielsweise unter Verwendung einer anderen Schriftart oder Schriftgröße oder durch ausschließliche Verwendung von Großbuchstaben, insbesondere wie nachfolgend dargestellt:

ZWEIBRÜDER® *Stahlwarenkontor GmbH*  
Zentrale: [redacted] • 42697 Solingen  
Filiale Ost: [redacted] • 14537 Beelitz (bei Berlin)

**ZWEIBRÜDER**  
Stahlwarenkontor GmbH Solingen



**00690** Besucher bei Zweibrüder



- bb) als Bestandteil der Firmenbezeichnung "Zweibrüder Stahlwarenkontor GmbH";
  - b) den Domain-Namen "zweibrueder.com" zu benutzen und/oder benutzen zu lassen und/oder zu veräußern oder veräußern zu lassen, zu übertragen oder übertragen zu lassen oder in sonstiger Weise darüber zu verfügen, sofern nicht die Veräußerung, Übertragung oder sonstige Verfügung an die Klägerin oder mit deren Zustimmung erfolgt;
  - c) die Bezeichnung "ZWEIBRÜDER" oder "Zweibrüder" markenmäßig zu verwenden und solchermaßen gekennzeichnete Waren anzubieten, zu bewerben und/oder in den Verkehr zu bringen und/oder anzubieten, bewerben und/oder in den Verkehr bringen zu lassen;
2. in die Löschung der Marken
    - Nr. 396 45 060 "ZWEIBRÜDER" und
    - Nr. 398 26 480 "ZWEIBRÜDER"einzuwilligen;
  3. den Domain-Namen "zweibrueder.com" löschen zu lassen;
  4. in die Löschung des Firmenbestandteils "Zweibrüder" durch Erklärung gegenüber dem zuständigen Handelsregister einzuwilligen;
  5. der Klägerin Auskunft zu geben,
    - a) seit wann, in welcher Art und in welchem Umfang sie im geschäftlichen Verkehr mit Schneidwaren
      - Handlungen gemäß Ziffer I. 1. vorgenommen und/oder
      - Marken gemäß Ziffer I. 2. verwendet hat und/oder
      - den Domain-Namen "zweibrueder.com" verwendet hat, und zwar auch unter Angabe des Umfangs der über die Internet-Domain erfolgten Internet-Anfragen unter Vorlage von logfiles, und

- b) mit welchen Werbeaufwendungen sie die Kennzeichnung "ZWEIBRÜDER" oder "Zweibrüder" in Alleinstellung oder als Bestandteil einer Kombinations-Kennzeichnung für Schneidwaren verwendet oder so gekennzeichnete Produkte beworben hat und
- c) welche Umsätze sie mit Schneidwaren erzielt hat, die mit "ZWEIBRÜDER" oder "Zweibrüder" oder "Zweibrueder" - gleichgültig ob in Alleinstellung oder als Teil einer Kombinations-Kennzeichnung - gekennzeichnet waren oder beworben wurden, und zwar unter Angabe der einzelnen Lieferungen unter Nennung
- der Liefermengen, Lieferzeiten, Lieferpreise sowie der Namen und Anschriften der Abnehmer,
  - der Gestehungskosten unter detaillierter Angabe der einzelnen Kostenfaktoren sowie
  - des erzielten Gewinns,

wobei der Beklagten nach ihrer Wahl vorbehalten bleibt, die Namen und Anschriften der Empfänger ihrer Angebote statt der Klägerin einem von dieser zu bezeichnenden, der Klägerin gegenüber zur Verschwiegenheit verpflichteten, in der Bundesrepublik Deutschland vereidigten und ansässigen Wirtschaftsprüfer mitzuteilen, sofern die Beklagte die durch dessen Einschaltung entstehenden Kosten trägt und diesen ermächtigt, der Klägerin Auskunft zu geben, ob ein bestimmtes Angebot oder ein bestimmter Empfänger eines Angebots in den Rechnungen enthalten ist.

- II. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der der Klägerin durch die unter Ziffer I. 1. bezeichneten Handlungen und/oder die Verwendung der in Ziffer I. 2. bezeichneten Marken und/oder die Verwendung des in Ziffer I. 3. bezeichneten Domain-Namens entstanden ist oder noch entstehen wird.

Die Beklagte hat demgegenüber vorgebracht, sie habe mit der Aufnahme des Bestandteils "Zweibrüder" in ihre Firma lediglich dem Umstand Rechnung

tragen wollen, daß die örtliche Industrie- und Handelskammer bei der Verlegung des Unternehmenssitzes nach Solingen die ursprüngliche Firma beanstandet habe. Eine Gefahr der Verwechslung ihrer Zeichen mit den Kennzeichen der Klägerin bestehe nicht. Etwaige Ansprüche der Klägerin seien jedenfalls verwirkt.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben.

Gegen dieses Urteil hat die Beklagte Berufung eingelegt.

Die Klägerin hat im Berufungsverfahren beantragt,

die Berufung mit der Maßgabe zurückzuweisen, daß der Unterlassungsantrag unter Ziffer I. 1. c) wie folgt lautet:

die Bezeichnung "ZWEIBRÜDER" oder "Zweibrüder" für die mit der Markeneintragung 396 45 060 sowie 398 26 480.5 aufgeführten Waren markenmäßig wie beispielhaft aus Blatt 5 und 6 des Katalogs Anlage K 4 (kleiner Katalog) ersichtlich

WELTNEUHEIT

ZWEIBRÜDER®

Die neue ZWEIBRÜDER® Küchenmesserkollektion setzt weltweit neue Maßstäbe: Messer von unvergleichlicher Eleganz, zeitlos wie edele, wertvolle Schmuckstücke, die handwerkliche Liebe und meisterliches Können ausstrahlen.

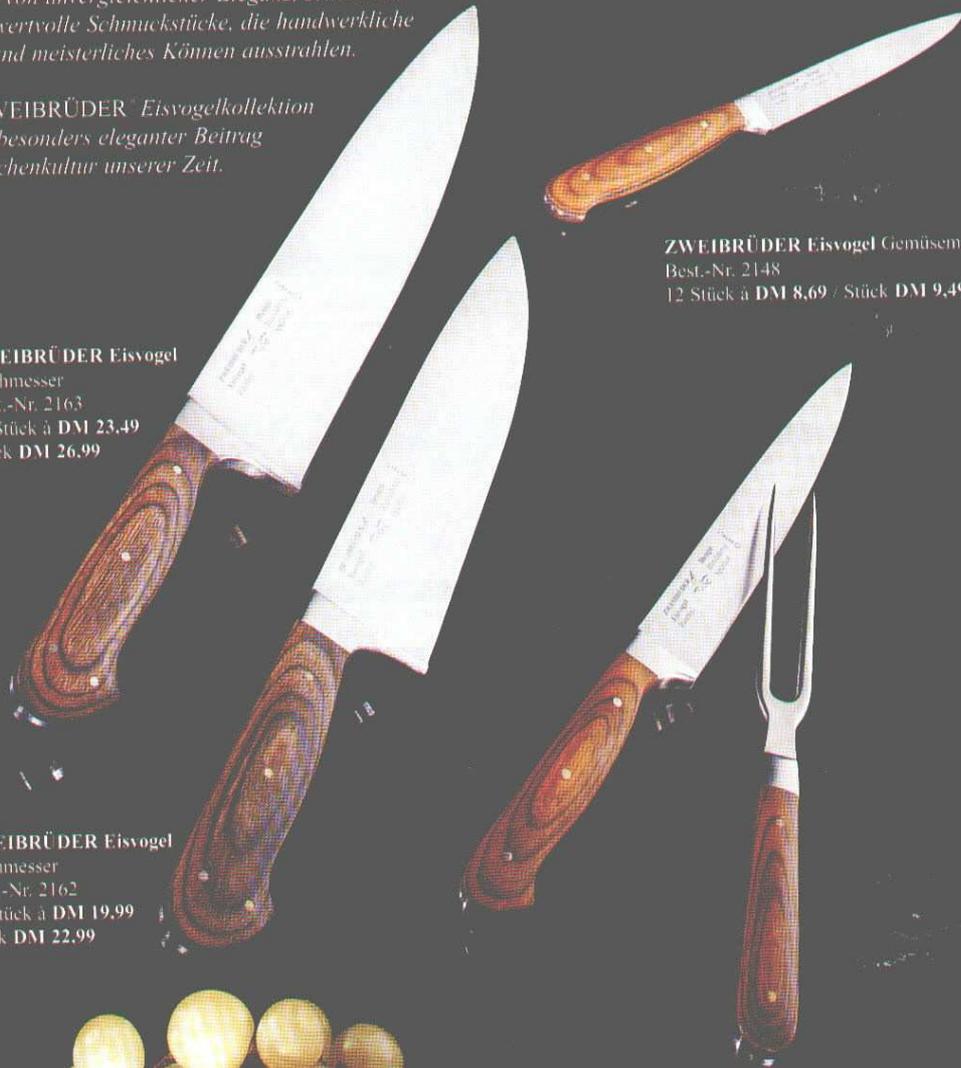
Die ZWEIBRÜDER® Eisvogelkollektion ist ein besonders eleganter Beitrag zur Küchenkultur unserer Zeit.

ZWEIBRÜDER Eisvogel  
Kochmesser  
Best.-Nr. 2163  
12 Stück à DM 23,49  
Stück DM 26,99

ZWEIBRÜDER Eisvogel  
Kochmesser  
Best.-Nr. 2162  
12 Stück à DM 19,99  
Stück DM 22,99

ZWEIBRÜDER Eisvogel Gemüsemesser  
Best.-Nr. 2148  
12 Stück à DM 8,69 / Stück DM 9,49

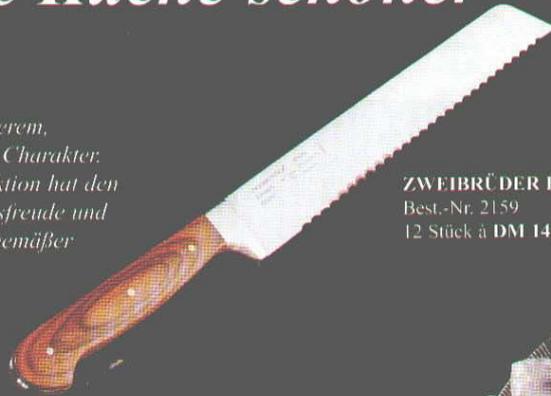
ZWEIBRÜDER Eisvogel Tranchierset Media  
Best.-Nr. 2168  
12 Stück à DM 18,99 / Stück DM 19,99



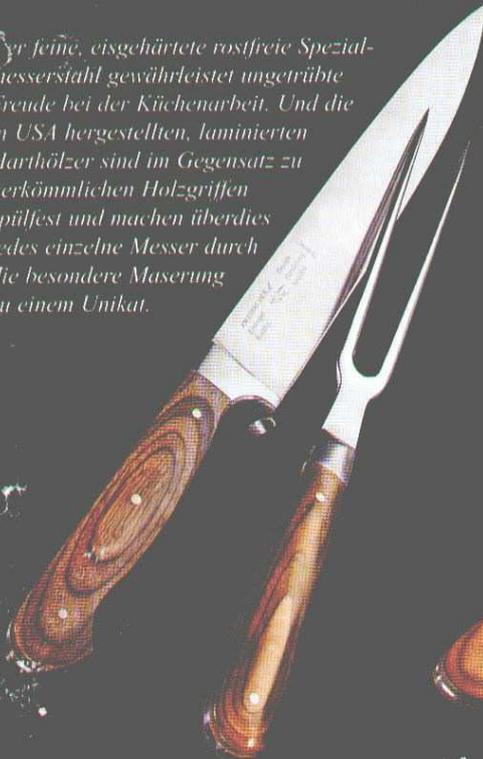
## acht die Küche schöner

*Messer von besonderem, unverwechselbarem Charakter. Die Eisvogel-Kollektion hat den Charme, die Lebensfreude und Jugendlichkeit zeitgemäßer Küchenkultur.*

*Der feine, eisgehärtete rostfreie Spezialmesserstahl gewährleistet ungetrübte Freude bei der Küchenarbeit. Und die in USA hergestellten, laminierten Harthölzer sind im Gegensatz zu herkömmlichen Holzgriffen spülfest und machen überdies jedes einzelne Messer durch die besondere Maserung zu einem Unikat.*



**ZWEIBRÜDER Eisvogel Brotmesser**  
Best.-Nr. 2159  
12 Stück à **DM 14,99** / Stück **DM 15,99**



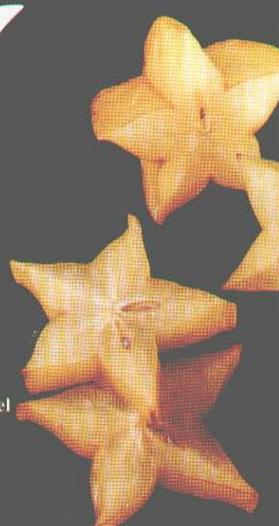
**ZWEIBRÜDER Eisvogel**  
Steak- und Grillmesser  
Best.-Nr. 2152  
12 Stück à **DM 8,69** / Stück **DM 9,49**



**ZWEIBRÜDER Eisvogel**  
Schälmesser  
Best.-Nr. 2150  
12 Stück à **DM 7,49**  
Stück **DM 8,49**

**ZWEIBRÜDER Eisvogel**  
Tranchierset Grande  
Best.-Nr. 2169  
12 Stück à **DM 24,99** / Stück **DM 27,99**

**ZWEIBRÜDER Eisvogel**  
Allzweckmesser  
Best.-Nr. 2151  
12 Stück à **DM 7,49**  
Stück **DM 8,49**



zu verwenden und solchermaßen gekennzeichnete Waren anzubieten, zu bewerben und/oder in den Verkehr zu bringen und/oder anbieten, bewerben und/oder in den Verkehr bringen zu lassen.

Das Berufungsgericht hat die Berufung der Beklagten mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß es Buchstabe a) des Unterlassungsausspruchs des landgerichtlichen Urteils zu I. 1. wie folgt geändert hat:

"a) die Angabe "ZWEIBRÜDER"/"Zweibrüder" entweder in Alleinstellung oder wie nachfolgend wiedergegeben als Bestandteil einer Firma firmenmäßig zu gebrauchen."  
(Es folgen die im Klageantrag zu I. 1. a) aa) wiedergegebenen Abbildungen)

und Buchstabe c) des Unterlassungsausspruchs des landgerichtlichen Urteils zu I. 1. gemäß dem Berufungsantrag der Klägerin gefaßt hat (OLG Köln OLG-Rep 2002, 64).

Mit ihrer Revision, deren Zurückweisung die Klägerin beantragt, verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter.

#### Entscheidungsgründe:

Die Revision der Beklagten hat Erfolg.

A. Das Berufungsgericht hat angenommen, daß die Klägerin aufgrund ihrer Wortmarke "Zwilling" (Nr. 725 228) gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG wegen bestehender Verwechslungsgefahr von der Beklagten verlangen könne, es

zu unterlassen, das Zeichen "Zweibrüder" firmen- und/oder markenmäßig zu verwenden, soweit dieses zur Kennzeichnung eines sich mit der Herstellung und/oder dem Vertrieb von Schneidwaren, Lederwaren, Geräten und Behältern für Haushalt und Küche befassenden Unternehmens und/oder der erwähnten Waren gebraucht werde. Bei allen angegriffenen Verwendungsformen der Zeichen der Beklagten sei ein markenmäßiger Gebrauch gegeben. Zwischen den einander gegenüberstehenden Zeichen bestehe für die genannten, zumindest sehr ähnlichen Waren Verwechslungsgefahr.

Die Marke "Zwilling" habe eine hohe Kennzeichnungskraft. Sie habe durch langjährige intensive Benutzung einen zumindest an der Schwelle der Berühmtheit liegenden Bekanntheitsgrad erreicht.

Bei den sich gegenüberstehenden Zeichen bestehe zwar keine Verwechslungsgefahr in schriftbildlicher und klanglicher Hinsicht. Eine Verwechslungsgefahr ergebe sich aber aufgrund des Sinngehalts der beiden Zeichen. Auch wenn die Zeichen danach als solche nicht unmittelbar miteinander verwechselt würden, werde ein nicht mehr unbeachtlicher Teil des Verkehrs darin eine Zweitmarke zu der bekannten Marke "Zwilling" sehen, die das Unternehmen zur Kennzeichnung einer weiteren Produktlinie oder eines zu niedrigeren Preisen vertriebenen Sortiments verwende. Ein anderer Teil des Verkehrs werde annehmen, daß zwischen den Unternehmen lizenzvertragliche oder sonstige wirtschaftliche oder organisatorische Verbindungen bestünden.

Die Unterlassungsansprüche gegen die Verwendung der "Zweibrüder"-Zeichen für "Taschenlampen, Taschenlampenbatterien, Säcke (soweit in Klasse 12 enthalten); Rucksäcke; Zelte" seien begründet, weil die Beklagte damit die Wertschätzung der Marke "Zwilling" ohne rechtfertigenden Grund in unlauter-

rer Weise ausnutze. Unter dieser Marke würden qualitativ hochwertige Waren vertrieben, für die nationale und internationale Auszeichnungen erteilt worden seien. An diesen guten Ruf hänge sich die Beklagte mit ihrem Zeichen an. Dies gelte auch für die Waren "Rucksäcke, Zelte und Säcke", da die unter der Marke "Zwilling" vertriebenen Taschen- und Fahrtenmesser gerade im Freizeit- und Campingbereich verwendet würden. Die mit dem Klagezeichen verbundenen Vorstellungen von einer hohen Qualität und Verlässlichkeit leite die Beklagte auch bei den Waren "Taschenlampen" und "Taschenlampenbatterien" auf ihr Zeichen und die unter dem Zeichen vertriebenen Waren über.

Die Klägerin könne ihr Unterlassungsbegehren auch auf den bekannten Bestandteil "Zwilling" ihrer Unternehmensbezeichnung stützen, der sich als Firmenschlagwort und Abkürzung der Gesamtfirma eigne.

Die Ansprüche auf Löschung der Internetadresse "zweibrueder.com" sowie auf Einwilligung in die Löschung des Firmenbestandteils "ZWEIBRÜDER" seien danach ebenso begründet wie die Ansprüche auf Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzpflicht.

Der Einwand der Verwirkung greife nicht durch.

B. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung nicht stand.

I. Der Klägerin stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche gegen die Beklagte nicht zu.

1. Ein Unterlassungsanspruch aus § 14 Abs. 5 i.V. mit Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist nicht gegeben.

Das Berufungsgericht hat rechtsfehlerhaft angenommen, daß zwischen der Wortmarke "Zwilling" (Nr. 725 228) der Klägerin und den Zeichen "Zwei-brüder" eine markenrechtliche Verwechslungsgefahr besteht, soweit diese benutzt werden, um Schneidwaren, Lederwaren, Geräte und Behälter für Haushalt und Küche zu kennzeichnen oder ein Unternehmen, das solche Waren herstellt oder vertreibt.

a) Die Frage der Verwechslungsgefahr im Sinne des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Dabei besteht eine Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Zeichen und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritäts-älteren Marke. So kann insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Zeichen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren oder eine erhöhte Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke ausgeglichen werden und umgekehrt (vgl. BGH, Urt. v. 30.10.2003 - I ZR 236/97, GRUR 2004, 235, 237 = WRP 2004, 360 - Davidoff II; Urt. v. 27.11.2003 - I ZR 148/01, GRUR 2004, 239 = WRP 2004, 353 - DONLINE, jeweils m.w.N.).

b) Das Berufungsgericht ist von einer ganz erheblich gesteigerten Kennzeichnungskraft der Marke "Zwilling" ausgegangen, weil diese aufgrund lang-jähriger intensiver Benutzung einen zumindest an der Schwelle der Berühmtheit liegenden Bekanntheitsgrad erreicht habe. Eine derartige Steigerung der Kennzeichnungskraft begründet einen erweiterten Schutzbereich (vgl. BGH, Urt. v. 5.4.2001 - I ZR 168/98, GRUR 2002, 171, 175 = WRP 2001, 1315 - Marlboro-

Dach; BGH GRUR 2004, 239 - DONLINE). Die Kennzeichnungskraft einer Marke (und deren Steigerung) ist jedoch stets bezogen auf die einzelnen Waren und Dienstleistungen festzustellen, die in ihrem Warenverzeichnis aufgeführt sind (vgl. BGH GRUR 2004, 235, 237 - Davidoff II; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 14 Rdn. 331; Ströbele in Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rdn. 308). Dies hat das Berufungsgericht unterlassen. Im Revisionsverfahren ist deshalb zugunsten der Klägerin zu unterstellen, daß der Marke "Zwilling" die festgestellte gesteigerte Kennzeichnungskraft auch für die in ihrem Warenverzeichnis aufgeführten "Täschner- und Lederwaren" sowie "Nickel- und Aluminiumwaren als Haushalts- und Reisegeräte ... (soweit in Klasse 21 enthalten)" zukommt.

c) Das Berufungsgericht hat unangegriffen festgestellt, daß die im Warenverzeichnis der Marke "ZWEIBRÜDER" (Nr. 396 45 060) aufgeführten Waren (Schneidwaren, Lederwaren, Geräte und Behälter für Haushalt und Küche) mit Waren im Warenverzeichnis der Marke "Zwilling" (Nr. 725 228) identisch oder nahezu identisch sind. Dementsprechend ist hinsichtlich dieser angegriffenen Marke bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr ein strenger Maßstab anzulegen (vgl. BGH, Beschl. v. 18.3.1999 - I ZB 24/96, GRUR 1999, 990, 991 = WRP 1999, 1041 - Schlüssel).

Entgegen der Ansicht der Revisionserwiderung ist es dagegen unerheblich, ob die Klägerin unter der Marke "Zwilling" (Nr. 725 228) auch Waren wie Taschenlampen, Taschenlampenbatterien und (Produkt-)Säcke vertreibt, die im Warenverzeichnis der Marke "ZWEIBRÜDER" (Nr. 398 26 480) eingetragen sind. Für die Frage der Warenähnlichkeit ist bei Ansprüchen aus einer eingetragenen Marke deren Warenverzeichnis maßgebend (vgl. BGH, Urt. v. 3.5.2001 - I ZR 18/99, GRUR 2002, 65, 67 = WRP 2001, 1447 - Ichthyol). Der Revisions-

erwiderung kann auch nicht darin zugestimmt werden, daß bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr mit darauf abzustellen sei, daß beide Parteien ihren Sitz in Solingen haben. Die Art und Weise, wie die Klägerin ihre Marke für die eingetragenen Waren benutzt, ist für den Schutzzumfang der Marke ohne Bedeutung (vgl. BGH, Urt. v. 19.2.1998 - I ZR 138/95, GRUR 1998, 1034, 1036 = WRP 1998, 978 - Makalu; Beschl. v. 16.7.1998 - I ZB 5/96, GRUR 1999, 164, 166 = WRP 1998, 1078 - JOHN LOBB).

d) Das Berufungsgericht hat den Grad der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen nicht rechtsfehlerfrei bestimmt.

aa) Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, daß die Ähnlichkeit von Wortzeichen anhand des klanglichen und des schriftbildlichen Eindrucks sowie des Sinngehalts zu ermitteln ist, wobei für die Annahme einer Verwechslungsgefahr in der Regel bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Hinsicht genügt (vgl. BGHZ 139, 340, 347 - Lions; BGH, Urt. v. 28.8.2003 - I ZR 9/01, GRUR 2003, 1044, 1046 = WRP 2003, 1436 - Kelly). Es hat auch berücksichtigt, daß bei der Prüfung der Zeichenähnlichkeit von dem das Kennzeichenrecht beherrschenden Grundsatz auszugehen ist, daß es auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen ankommt (vgl. BGH GRUR 2003, 1044, 1046 - Kelly).

bb) Das Berufungsgericht hat weiter rechtsfehlerfrei angenommen, daß zwischen den beiderseitigen Zeichen nach dem klanglichen und schriftbildlichen Gesamteindruck keine Ähnlichkeit gegeben ist, die eine Verwechslungsgefahr begründet.

cc) Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen nach ihrem Sinngehalt hat das Berufungsgericht fehlerhafte Erwägungen angestellt und nicht alle relevanten Umstände berücksichtigt. Die Zeichen "Zwilling" und "Zwei Brüder" sind sich nach ihrem Sinngehalt nicht so nahe, wie das Berufungsgericht angenommen hat. Den Ähnlichkeiten im Sinngehalt stehen vielmehr so viele begriffliche Unterschiede gegenüber, daß die Ähnlichkeit im Sinne des Kennzeichenrechts als allenfalls sehr gering anzusehen ist.

Das Berufungsgericht hat nicht mit abgewogen, daß die Bezeichnung "Zwei Brüder" infolge der besonderen Schreibweise als namensähnliches Kunstwort gebildet ist. Bei einem Verständnis als Name wird der Gedanke an eine begriffliche Bedeutung von vornherein etwas zurückgedrängt.

Die Annahme des Berufungsgerichts, die Zusammenschreibung der angegriffenen Zeichen lege den Schluß auf ein durch Zwillingengeburt verbundenes Brüderpaar nahe, ist erfahrungswidrig. Die Bezeichnung "Zwei Brüder" weist auch bei einem Verständnis im Sinne von "zwei Brüder" gerade von der Annahme einer Zwillingengeburt weg, weil es für Brüder, die durch eine Zwillingengeburt verbunden sind, die genaueren und geläufigen Bezeichnungen "Zwillinge" und "Zwillingsbrüder" gibt. Anders als das Berufungsgericht gemeint hat, sind "Zwillinge" und "zwei Brüder" auch keine komplementären Begriffe. Gemeinsam ist den Begriffen nur, daß sie Personen in ihrem Geschwisterverhältnis bezeichnen. "Zwilling" bezeichnet jedoch - anders als "zwei Brüder" - nur einen von zwei Geschwistern. Auch besagt das Wort "Zwillinge" - anders als die Wörter "zwei Brüder" - nichts über das Geschlecht der so bezeichneten Personen.

e) Der danach bestehende Grad der Ähnlichkeit zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen genügt ungeachtet der festgestellten oder zu unterstellenden Kennzeichnungskraft der Marke "Zwilling" - auch soweit von Warenidentität auszugehen ist - nicht, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen.

aa) Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr, d.h. die Gefahr, daß das angegriffene Zeichen für die Klagemarke gehalten wird, scheidet angesichts der sehr geringen Ähnlichkeit der Zeichen aus.

bb) Eine Verwechslungsgefahr kann allerdings auch in der Weise gegeben sein, daß zwar nicht die Gefahr von Verwechslungen der sich gegenüberstehenden Zeichen als solcher besteht, aber die Gefahr, daß das angegriffene Zeichen - im Sinne der in § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besonders angesprochenen Gefahr des gedanklichen Inverbindungbringens der Zeichen - infolge einer teilweisen Übereinstimmung in einem wesensgleichen Kern dem Inhaber der Klagemarke zugeordnet wird. Eine derartige Verwechslungsgefahr kann sich in besonders gelagerten Fällen auch aus einer Übereinstimmung der Zeichen im Sinngehalt ergeben. Dies setzt aber voraus, daß es sich für maßgebliche Teile des Verkehrs aufdrängt, daß die Zeichen wegen ihres Sinngehalts und ihrer Zeichenbildung aufeinander bezogen sind (vgl. BGH, Beschl. v. 25.3.1999 - I ZB 32/96, GRUR 1999, 735, 737 = WRP 1999, 855 - MONOFLAM/POLYFLAM; Ströbele in Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn. 497; vgl. weiter - zum Ausschluß der Verwechslungsgefahr durch den Sinngehalt eines der Zeichen - EuG, Urt. v. 15.1.2003 - T-99/01, GRUR Int. 2003, 760, 763 Tz. 47 - Mystery/Mixery; Urt. v. 3.3.2004 - T-355/02, Tz. 49 - ZIRH; BGH, Urt. v. 28.8.2003 - I ZR 293/00, GRUR 2003, 1047, 1049 = WRP 2003, 1439 - Kellogg's/Kelly's; Urt. v. 13.11.2003 - I ZR 184/01, GRUR 2004, 240, 241 = WRP 2004, 355 - MIDAS/medAS; Urt. v. 25.3.2004 - I ZR 289/01, Umdruck S. 9 - Kleiner Feig-

ling, m.w.N.). Denn der Verkehr nimmt nach der Lebenserfahrung ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so auf, wie es ihm entgegentritt, und unterzieht es nicht einer analysierenden, möglichen Begriffsinhalten nachgehenden Betrachtung (vgl. BGH GRUR 1999, 735, 736 - MONOFLAM/POLYFLAM; BGH, Beschl. v. 5.7.2001 - I ZB 8/99, GRUR 2002, 261, 262 = WRP 2002, 91 - AC; BGH GRUR 2004, 240, 241 - MIDAS/medAS, m.w.N.).

Bei einer solchen Betrachtungsweise hat der Verkehr im vorliegenden Fall keinen Anlaß, die Zeichen als aufeinander bezogene Zeichen desselben Unternehmens anzusehen. Daran änderte sich auch nichts, wenn es - wie das Berufungsgericht angenommen hat - dem Verkehr bekannt sein sollte, daß Unternehmen auf dem hier betroffenen Markt neben Waren, die mit einer Hauptmarke versehen werden, preiswertere Versionen unter einer anderen Marke in den Verkehr bringen oder andere Unternehmen solche Waren in Lizenz unter einem anderen, an die Hauptmarke angelehnten Zeichen vertreiben. Die Übereinstimmungen im begrifflichen Zeicheninhalt sind hier so gering, daß sich ihre Wirkung - auch wegen der unterschiedlichen Bildung der Zeichen - auf den Bereich einer nur allgemeinen, nicht herkunftshinweisenden Assoziation beschränkt, die für die Annahme einer Verwechslungsgefahr nicht genügt (vgl. BGH, Urt. v. 24.1.2002 - I ZR 156/99, GRUR 2002, 544, 547 = WRP 2002, 537 - BANK 24, m.w.N.).

cc) Bei der gegebenen Sachlage besteht auch keine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn. Bei dieser Art von Verwechslungsgefahr erkennt der Verkehr zwar die Unterschiede zwischen den Zeichen, geht aber wegen ihrer teilweisen Übereinstimmung von organisatorischen oder wirtschaftlichen Verbindungen zwischen den Zeicheninhabern aus (vgl. BGH GRUR 2002, 171, 175 - Marlboro-Dach). Eine solche Verwechslungsgefahr kann nur bei Vorliegen

besonderer Umstände angenommen werden. Dafür spricht hier nur, daß das Markenwort "Zwilling" auch als Firmenschlagwort zur Bezeichnung der Klägerin bekannt ist. Es fehlt jedoch an einem derart übereinstimmenden Gesamteindruck bei den gegenüberstehenden Zeichen, daß sich für einen Durchschnittsverbraucher der Eindruck aufdrängen könnte, die Zeichen seien zur Kennzeichnung bestehender Unternehmensverbindungen aufeinander bezogen. Einem solchen Eindruck stehen schon die unterschiedliche Zeichenbildung und die sich aufdrängenden Unterschiede im Sinngehalt der Zeichenworte entgegen.

2. Der Unterlassungsantrag kann auch nicht auf § 14 Abs. 5 i.V. mit § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG gestützt werden, weil die Beklagte durch ihre Zeichen "Zweibrüder" nicht in unlauterer Weise die Wertschätzung der bekannten Marke "Zwilling" (Nr. 725 228) ohne rechtfertigenden Grund ausnutzt oder beeinträchtigt.

Auf § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG gestützte Ansprüche können allerdings (aufgrund einer entsprechenden Anwendung der Vorschrift) auch gegeben sein, wenn ein mit der bekannten Marke identisches oder ihr ähnliches Zeichen innerhalb des Ähnlichkeitsbereichs der Waren oder Dienstleistungen, für die sie Schutz genießt, benutzt wird, da der Markeninhaber in diesen Fällen noch schutzbedürftiger ist als in den vom Wortlaut der Vorschrift erfaßten Fällen (vgl. BGH GRUR 2004, 235, 238 - Davidoff II). In jedem Fall ist aber Voraussetzung für die Anwendung des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG, daß das angegriffene Zeichen überhaupt in relevantem Umfang gedanklich mit der bekannten Marke in Verbindung gebracht wird. Dies ist hier jedoch nicht der Fall, weil die beiderseitigen Zeichen nach Schriftbild und Klang einander unähnlich sind und den Übereinstimmungen im Sinngehalt - wie dargelegt - ebenso auf der Hand liegende Abweichungen gegenüberstehen. Aus diesem Grund kann hier weder

eine Ausnutzung der Unterscheidungskraft oder Wertschätzung der Klagemarke noch eine Beeinträchtigung ihrer Unterscheidungskraft oder Wertschätzung angenommen werden. Dies gilt auch für ein Erschleichen von Aufmerksamkeit (vgl. BGH, Beschl. v. 27.4.2000 - I ZR 236/97, GRUR 2000, 875, 877 = WRP 2000, 1142 - Davidoff I; vgl. weiter Ingerl/Rohnke aaO § 14 Rdn. 861; Hacker in Ströbele/Hacker aaO § 14 Rdn. 171; vgl. auch - zum früheren Recht - BGH, Urt. v. 14.11.1980 - I ZR 134/78, GRUR 1981, 142, 144 - Kräutermeister). Zur Begründung von Ansprüchen, die auf § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG gestützt sind, genügt es nicht, daß ein Zeichen geeignet ist, durch bloße Assoziationen an ein fremdes Kennzeichen Aufmerksamkeit zu erwecken (vgl. dazu auch - zu § 1 UWG - BGH, Urt. v. 10.4.2003 - I ZR 276/00, GRUR 2003, 973, 975 = WRP 2003, 1338 - Tupperwareparty). Ebenso wenig reicht dafür der Umstand aus, daß die Wahl des angegriffenen Zeichens nicht zufällig erscheint (vgl. dazu auch Ingerl/Rohnke aaO § 14 Rdn. 842).

3. Entgegen der Ansicht der Revisionserwiderung kann die Klägerin ihre Unterlassungsansprüche auch nicht nach § 14 Abs. 5 i.V. mit Abs. 2 Nr. 2 MarkenG auf ihre Bildmarken (wie die Marke Nr. 71 482) stützen. Eine Verwechslungsgefahr nach dem Sinngehalt ist auch zwischen einer Bildmarke und einem Wortzeichen nicht ausgeschlossen. Voraussetzung ist aber, daß das Wort aus der Sicht der angesprochenen Durchschnittsverbraucher die naheliegende, ungezwungene und erschöpfende Bezeichnung des Bildes darstellt (vgl. BGH GRUR 1999, 990, 992 - Schlüssel). Davon kann hier keine Rede sein. Es ist fernliegend, daß der Verkehr mit den Bildzeichen der Klägerin den Gedanken "zwei Brüder" verbinden könnte.

4. Die Klägerin kann ihre Unterlassungsansprüche auch nicht aus dem Recht an ihrer Firma "Zwilling J.A. Henckels AG" und deren bekanntem Bestandteil "Zwilling" herleiten.

a) Ein Unterlassungsanspruch nach § 15 Abs. 4, Abs. 2, § 5 Abs. 2 MarkenG ist nicht gegeben.

Für einen Teil einer Firmenbezeichnung kann der vom Schutz des vollständigen Firmennamens abgeleitete Schutz als Unternehmenskennzeichen im Sinne des § 5 Abs. 2 MarkenG beansprucht werden, sofern es sich um einen unterscheidungsfähigen Firmenbestandteil handelt, der seiner Art nach im Vergleich zu den übrigen Firmenbestandteilen geeignet erscheint, sich im Verkehr als schlagwortartiger Hinweis auf das Unternehmen durchzusetzen (vgl. BGH, Urt. v. 21.2.2002 - I ZR 230/99, GRUR 2002, 898 = WRP 2002, 1066 - defacto, m.w.N.). Aus den Besonderheiten des Schutzes für Unternehmenskennzeichen ergibt sich jedoch keine andere Beurteilung der Ähnlichkeit des Firmenbestandteils "Zwilling" mit dem angegriffenen Zeichen "Zwei Brüder" als bei Anwendung des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG (vgl. dazu auch BGH, Urt. v. 26.10.2000 - I ZR 117/98, BIPMZ 2001, 210, 211 f.).

b) Ein Unterlassungsanspruch unter dem Gesichtspunkt des Schutzes eines bekannten Unternehmenskennzeichens (§ 15 Abs. 4, Abs. 3, § 5 Abs. 2 MarkenG) kommt ebenfalls nicht in Betracht. Auch insoweit ergibt sich aus den Besonderheiten des Schutzes von Unternehmenskennzeichen kein anderes Ergebnis als bei der Beurteilung der Frage, ob die gleichlautende bekannte Marke "Zwilling" gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG gegen unlautere Benutzung geschützt ist.

II. Die sonstigen Klageansprüche sind aus den vorstehend genannten Gründen ebenfalls unbegründet, da sie durchweg voraussetzen, daß die Klagezeichen "Zwilling" mit den Zeichen "Zweibrüder" oder "zweibrueder.com" verwechslungsfähig sind oder daß die angegriffenen Zeichen die Unterscheidungskraft oder Wertschätzung der Klagezeichen ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzen oder beeinträchtigen.

C. Auf die Revision der Beklagten war danach das Berufungsurteil aufzuheben und auf ihre Berufung das landgerichtliche Urteil abzuändern. Die Klage war abzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1, § 269 Abs. 3 ZPO.

Ullmann

v. Ungern-Sternberg

Pokrant

Schaffert

Bergmann