



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 116/06

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am:
26. April 2008

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 303 60 527

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 19. März 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie des Richters Viereck und der Richterin Dr. Kober-Dehm

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. September 2005 und vom 9. Oktober 2006 insoweit aufgehoben, als der Widerspruch aus der Marke 302 15 771 für die Waren und Dienstleistungen

„Bio-Backwaren, Ciabatta, Backwaren (fein), Biskuits, Brezeln, Crêpes, Dauerbackwaren, Brioches (Gebäck), Brot, Brot (ungesäuert), Brötchen, Brötchen (belegt), Brote (belegt), Butterkeks, Croissants, Feingebäck, Gebäck, Getreidepräparate, Hörnchen, Kekse, Kleingebäck, Konditorwaren, Kuchen, Kuchenteig, Kuchenverzierungen, Lebkuchen, Makronen, Mehlspeisen, Petits Fours (Gebäck), Sandwiches, Sauerteig, Semmeln (Brötchen), Kuchenteig, Torten, Waffeln, Zuckerwaren, Zwieback; Vollkornprodukte, soweit in Klasse 30 enthalten; Baguettes, Baguettes (belegt), Blätterteigwaren, Plunderteigwaren, Laugengebäck, Strudel, Fettgebäck, Krapfen, Pfannkuchen, Speiseeis, Eiscreme, Konfekt,

Gründe

I.

Die Wortmarke

H-Brot

ist am 21. November 2003 angemeldet und am 9. Februar 2004 für die Waren und Dienstleistungen

„Bio-Backwaren, Ciabatta, Backwaren (fein), Biskuits, Brezeln, Crêpes, Dauerbackwaren, Brioches (Gebäck), Brot, Brot (unge-säuert), Brötchen, Brötchen (belegt), Brote (belegt), Butterkeks, Croissants, Feingebäck, Gebäck, Getreidepräparate, Hörnchen, Kekse, Kleingebäck, Konditorwaren, Kuchen, Kuchenteig, Ku-chenverzierungen, Lebkuchen, Makronen, Mehlspeisen, Petits Fours (Gebäck), Sandwiches, Sauerteig, Semmeln (Brötchen), Kuchenteig, Torten, Waffeln, Zuckerwaren, Zwieback; Vollkornpro-dukte, soweit in Klasse 30 enthalten; Baguettes, Baguettes (be-legt), Blätterteigwaren, Plunderteigwaren, Laugengebäck, Strudel, Fettgebäck, Krapfen, Pfannkuchen, Speiseeis, Eiscreme, Konfekt, Zuckerwaren, Krönchen (dänische Plunderwaren), Nudeln, Paster-ten (Backwaren), Pfefferkuchen, Pizzas, Pizzateigplatten; Snacks, soweit in Klasse 30 enthalten; Weihnachtsgebäck, Stollen; Tief-kühlbackwaren, Tiefkühlteiglinge, Tiefkühlörtchen, Tiefkühlku-chen, Tiefkühlpizzas, Tiefkühlteig, Tiefkühlteigwaren, Tiefkühltor-ten, Tiefkühlblätterteig, Tiefkühlblätterteigplatten, Tiefkühlplunder-teig, Tiefkühlplunderteigplatten, Tiefkühlpizzateigplatten, Tiefkühl-laugengebäck, Tiefkühlstrudel, Tiefkühlbrötchen, Tiefkühlbrot, Tiefkühlbaguettes, Tiefkühl-Bio-Backwaren, Tiefkühl-Vollwert-

Backwaren; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Lehrveranstaltungen und Weiterbildungsveranstaltungen; Verpflegung von Gästen in Cafés, Verpflegung von Gästen in Cafeterias, Verpflegung von Gästen in Restaurants, Verpflegung von Gästen in Schnellimbissrestaurants, Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants, Verpflegung von Gästen in oder an Verkaufsstellen, Vermietung von Backautomaten, Vermietung von Selbstbedienungs-Backshopsystemen“

unter der Nummer 303 60 527 in das Register eingetragen und am 12. März 2004 veröffentlicht worden.

Hiergegen ist Widerspruch erhoben von der Inhaberin der am 26. Juli 2002 unter der Nummer 302 15 771 eingetragenen Wort-/Bildmarke



deren Warenverzeichnis lautet:

„Künstliche Süßstoffe (chemische Erzeugnisse); Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; Kerzen, Dochte; handbetätigte Werkzeuge; Messerschmiedewaren, Gabel und Löffel; Hieb- und Stichwaffen; Rasierapparate; Beleuchtungs-, Heizungs-, Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Schreibwaren, Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Kautschuk, Guttapercha, Gummi, Asbest, Glimmer und Waren daraus, soweit in Klasse 17 enthalten; Waren aus Kunststoffen (Halbfabrikate); Dichtungs-, Packungs- und Isoliermaterial; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Kleiderbügel; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit in Klasse 21 enthalten; Garne und Fäden für textile Zwecke; Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Bett- und Tischdecken; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Knöpfe, Haken und Ösen, Nadeln; künstliche Blumen; Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtmuse; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette; Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot,

feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz; Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis; Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken; Raucherartikel; Streichhölzer“.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch aus der Marke 302 15 771 mit Beschlüssen vom 2. September 2005 und vom 9. Oktober 2006, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Die jüngere Marke halte trotz der teilweisen Warenidentität und bei Zugrundelegung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke einen ausreichenden Abstand von der Widerspruchsmarke ein. Die Übereinstimmung in dem Buchstaben „H“ begründe keine Verwechslungsgefahr, da beide Marken Gesamtbegriffe darstellten und demzufolge in ihrem Gesamteindruck nicht allein durch den Buchstaben „H“ geprägt würden. Insbesondere bei der Widerspruchsmarke bestehe für den Verkehr keine Veranlassung, sich nur an dem Buchstaben „H“ zu orientieren. Dem Buchstaben „H“ komme aufgrund der aufwendigen wappenähnlichen Umrahmung, die noch zusätzliche Bedeutung dadurch gewinne, dass die Zahl der Einzelbuchstaben knapp begrenzt sei, innerhalb der Widerspruchsmarke keine herausragende Stellung zu. Vielmehr verbänden sich die Elemente zu einer geschlossenen Einheit und zu einem Gesamtbegriff. Aufgrund des nur in der jüngeren Marke enthaltenen Begriffs „Brot“ unterschieden sich die Vergleichsmarken sowohl in klanglicher als auch in schriftbildlicher Hinsicht in ausreichendem Maße. Ebenso wenig bestehe eine begriffliche Verwechslungsgefahr, da sich keine in ihrem Sinngehalt übereinstimmenden Wörter gegenüberstünden. Der Erstprüfer hat eine Prägung der Widerspruchsmarke durch den Buchstaben „H“ darüber hinaus mit dem Hinweis darauf verneint, dass Einzelbuchstaben wegen ihrer Verwendung als Typenbezeichnung und als Hinweis auf bestimmte Produkteigenschaften auf den verschiedensten Warengeländen eine Kennzeichnungsschwäche anhafte.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie macht geltend, dass die für teilweise identische Waren eingetragenen Vergleichsmarken hochgradig ähnlich seien und daher Verwechslungsgefahr bestehe.

Beide Marken würden durch den übereinstimmenden Buchstaben „H“ geprägt. Bei der als Wort-/Bildmarke ausgestalteten Widerspruchsmarke ergebe sich dies aus dem allgemeinen Grundsatz, dass sich der Verkehr bei dieser Markenform regelmäßig an dem Textbestandteil orientiere, da dies die einfachste Möglichkeit der Benennung darstelle. Dies gelte auch, wenn der Textbestandteil - wie hier - nur aus einem Einzelbuchstaben bestehe, da auch ein Einzelbuchstabe im Unterschied zu den grafischen Elementen aussprechbar sei. Der Verkehr werde daher die Widerspruchsmarke mit „H“ bezeichnen. Anhaltspunkte für eine Schwächung der Kennzeichnungskraft des Buchstabens „H“ bestünden nicht. Entgegen der Auffassung der Markenstelle hafte Einzelbuchstaben keine generelle Kennungsschwäche an. Zwar könne einzelnen Buchstaben auf bestimmten Warengebieten die Unterscheidungskraft fehlen, wenn sie insoweit beschreibende Bedeutung hätten. Bei dem Buchstaben „H“ sei dies in Bezug auf die hier im Vordergrund stehenden Brot-, Back- und Konditorwaren der Widerspruchsmarke jedoch nicht der Fall. Abgesehen von der Bezeichnung „H-Milch“ sei eine beschreibende Verwendung des Buchstabens „H“ im Zusammenhang mit Lebensmitteln nicht bekannt. Außerdem wiesen die wappenartig ausgestalteten Bildbestandteile ebenso wie die Kronendarstellung keine nennenswerte Kennzeichnungskraft auf, da sie als häufig verwendete, originalitätsschwache Motive vom Verkehr regelmäßig nur als Hinweis auf eine gehobene Produktausstattung, nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis angesehen würden. Bei der angegriffenen Marke nehme der Bestandteil „Brot“ aufgrund seines beschreibenden Charakters nicht an der Kennzeichnungskraft teil, so dass auch diese von dem Buchstaben „H“ geprägt werde.

Im Übrigen werde die Widerspruchsmarke für eine bestimmte Produktlinie der Widersprechenden, insbesondere auch für Brot- und Backwaren, umfangreich benutzt. Die Widersprechende hat hierzu eine eidesstattliche Versicherung des Be-

reichsleiters der mit der Widersprechenden verbundenen MBG METRO Group Buying International GmbH vom 12. März 2008 mit Produktabbildungen und Umsatzübersichten vorgelegt.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle vom 5. September 2005 und vom 9. Oktober 2006 aufzuheben und die Löschung der Marke 303 60 527 anzuordnen.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde der Widersprechenden zurückzuweisen.

Sie verteidigt die Beschlüsse der Markenstelle. Die angegriffene Marke halte trotz der Übereinstimmung in dem Buchstaben „H“ einen die Gefahr von Verwechslungen ausschließenden Abstand von der Widerspruchsmarke ein. Die Widerspruchsmarke werde durch ihre auffällige graphische Gestaltung, die in den Umrisslinien eines menschlichen Kopfes mit einer Krone bestehe, und nicht durch den Buchstaben „H“ geprägt. Ebenso wenig werde der Gesamteindruck der angegriffenen Marke durch das „H“ bestimmt. Dieses verbinde sich vielmehr mit dem weiteren Bestandteil „Brot“ zu einer begrifflichen Einheit.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat in der Sache überwiegend Erfolg. Im Hinblick auf die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen hat die Markenstelle eine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 Mar-

kenG zu Unrecht verneint. Im Übrigen hat die Markenstelle den Widerspruch aus der Marke 302 15 771 dagegen im Ergebnis zutreffend zurückgewiesen.

1. Ob Verwechslungsgefahr vorliegt, ist nach der Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofs als auch des Bundesgerichtshofs unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalles zu beurteilen. Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit die Identität oder Ähnlichkeit der zum Vergleich stehenden Marken sowie der von diesen erfassten Waren und Dienstleistungen. Darüber hinaus ist die Kennzeichnungskraft der älteren Marke und – davon abhängig – der dieser im Einzelfall zukommende Schutzzumfang in die Betrachtung mit einzubeziehen. Dabei impliziert der Begriff der Verwechslungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 (Nr. 22) - Sabèl/Puma; GRUR Int. 2000, 899, 901 (Nr. 40) - Marca/Adidas; GRUR 2006, 237, 238 (Nr. 18 f.) - PICASSO; BGH GRUR 2000, 506, 508 - ATTACHÉ/TISSERAND; GRUR 2001, 507, 508 - EVIAN/REVIAN; GRUR 2002, 626, 627 - IMS; GRUR 2004, 865, 866 - Mustang; GRUR 2005, 513, 514 - MEY/Ella May; GRUR 2006, 859, 860 - Malteserkreuz; GRUR 2007, 321, 322 - COHIBA). Nach diesen Grundsätzen besteht zwischen den Vergleichsmarken hinsichtlich der im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen die Gefahr einer unmittelbaren Verwechslung (§ 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Die Benutzung der Widerspruchsmarke ist von der Markeninhaberin nicht bestritten worden. Für die Beurteilung der Ähnlichkeit der von den Vergleichsmarken erfassten Waren und Dienstleistungen kommt es daher ausschließlich auf den Registerstand an.

Zwischen den im Tenor genannten Waren der angegriffenen Marke besteht, soweit es sich um Brot, sonstige Backwaren, Teig und Teiglinge, jeweils auch in tiefgekühlter Form, handelt, im Verhältnis zu den für die Widerspruchsmarke u. a. eingetragenen Waren „Brot, feine Backwaren und Konditorwaren“ teil-

weise Identität und im Übrigen Ähnlichkeit. Die Waren „Getreidepräparate“ und „Speiseeis“ sind in den Verzeichnissen beider Marken übereinstimmend enthalten. Der im Verzeichnis der angegriffenen Marke zusätzlich aufgeführte Warenbegriff „Eiscreme“ ist mit „Speiseeis“ als identisch anzusehen. Die von der angegriffenen Marke außerdem beanspruchten Waren „Konfekt“ und „Zuckerwaren“ fallen unter den im Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke enthaltenen Oberbegriff „Konditorwaren“ (vgl. Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Aufl., S. 161, Stichwort: Konditorwaren; Konfekt; S. 349, Stichwort: Zuckerwaren).

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen ist maßgeblich, ob bei den beteiligten Verkehrskreisen der Eindruck aufkommen kann, Ware und Dienstleistung unterlägen der Kontrolle desselben Unternehmens, sei es, dass das Dienstleistungsunternehmen sich selbständig auch mit der Herstellung oder dem Vertrieb der Ware befasst, sei es, dass der Warenhersteller oder -vertreiber sich auch auf dem entsprechenden Dienstleistungsbereich selbständig gewerblich betätigt (Hacker, in: Ströbele/Hacker, Marken-gesetz, 8. Aufl., § 9 Rn. 83).

So ist nach ständiger Rechtsprechung die Dienstleistung „Verpflegung von Gästen“ als ähnlich mit Lebens- und Genussmitteln zu beurteilen (Richter/Stoppel, a. a. O., S. 374, Stichwort: Verpflegung von Gästen; Hacker, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 84). Dementsprechend liegen die Verpflegungsdienstleistungen der jüngeren Marke im Ähnlichkeitsbereich der auf Seiten der Widerspruchsmarke in den Klassen 29, 30 und 32 eingetragenen Lebensmittel und Getränke.

Auch im Verhältnis der von der jüngeren Marke beanspruchten Dienstleistungen „Vermietung von Backautomaten, Vermietung von Selbstbedienungs-Backshopsystemen“ zu den Waren der Widerspruchsmarke „Brot, feine Backwaren und Konditorwaren“ ist nach den genannten Grundsätzen von einer

Ähnlichkeit auszugehen. Brothersteller beliefern ihre (gewerblichen) Kunden in zunehmendem Maße nicht nur mit den Backwaren selbst, sondern stellen auch die zur Herstellung oder Fertigstellung der Backwaren erforderlichen Geräte zur Verfügung.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist durchschnittlich. Zwar werden Kronendarstellungen in einem kombinierten Wort-/Bildzeichen vom Verkehr in der Regel nicht als Herkunftshinweis, sondern als Zeichen für herausgehobene Qualität des beworbenen Produktes verstanden, und sind damit kennzeichnungsschwach (BPatG GRUR 1984, 434, 435 - Kronenbild; Hacker, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 160). Jedoch weist der als weiteres Element in der Widerspruchsmarke enthaltene Buchstabe „H“ eine ausreichende Kennzeichnungskraft auf, so dass der Widerspruchsmarke im Ergebnis eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft zuzubilligen ist. Entgegen der Auffassung der Markenstelle haftet Einzelbuchstaben nicht generell eine Kennzeichnungsschwäche an. Vielmehr sind Einzelbuchstaben nach der Rechtsprechung hinsichtlich Unterscheidungskraft und beschreibender Bedeutung nach den gleichen Grundsätzen zu beurteilen wie jede andere Wortmarke (vgl. BGH GRUR 2003, 343 - Buchstabe „Z“; GRUR 2001, 161 - Buchstabe „K“; BPatG GRUR 2003, 345 - Buchstabe „K“; GRUR 2003, 347 - Buchstabe „E“). Der Buchstabe „H“ wird lediglich im Zusammenhang mit Milch und Sahne als beschreibende Angabe im Sinne von „haltbar“ verwendet („H-Milch“, „H-Sahne“). Eine beschreibende Bedeutung des Buchstabens „H“ in Bezug auf die hier maßgeblichen Waren der Widerspruchsmarke kann jedoch nicht festgestellt werden. In der für die Beurteilung der Kennzeichnungskraft maßgeblichen Gesamtheit ist die Widerspruchsmarke damit als durchschnittlich kennzeichnungskräftig anzusehen.

Soweit die Widersprechende mit den zur Benutzung der Widerspruchsmarke vorgelegten Unterlagen eine gesteigerte Kennzeichnungskraft geltend machen will, kann dem nicht gefolgt werden. Die von der Widersprechenden vorge-

legte eidesstattliche Versicherung ist nicht geeignet, eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke für den zunächst maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung der angegriffenen Marke (hier also für den 21. November 2003) darzutun (vgl. Hacker, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 35). Die Angaben zu den Umsatzzahlen beziehen sich lediglich auf den Zeitraum von Januar 2006 bis 22. Februar 2008. Auch sonst liegen keine Angaben vor, aus denen sich ergibt, dass die Widerspruchsmarke über eine überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft verfügt.

Indessen wird die angegriffene Marke den maßgeblichen Anforderungen an den einzuhaltenden Abstand in Bezug auf die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen auch bei Zugrundelegung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht gerecht.

Zwar unterscheidet sich die jüngere Marke in ihrer Gesamtheit ausreichend von der Widerspruchsmarke. Allerdings kann nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs eine (unmittelbare) Verwechslungsgefahr auch bejaht werden, wenn der Gesamteindruck von sich gegenüberstehenden mehrbestandteiligen Marken gerade durch den in beiden Marken übereinstimmend vorhandenen Bestandteil geprägt wird und die übrigen Bestandteile demgegenüber weitgehend in den Hintergrund treten und für den Gesamteindruck der Zeichen vernachlässigt werden können (vgl. zu dieser sog. „Prägetheorie“ Hacker, in: Ströbele/Hacker, Markenrecht, 8. Aufl., § 9 Rn. 233 ff. sowie u. a. BGH GRUR 2004, 598, 599 - Kleiner Feigling; GRUR 2004, 865, 866 - Mustang).

In klanglicher Hinsicht werden beide Vergleichsmarken entgegen der Auffassung der Markenstelle von dem Buchstaben „H“ geprägt. Treffen wie bei der Widerspruchsmarke Wort- und Bildbestandteile zusammen, ist nach ständiger Rechtsprechung davon auszugehen, dass der Verkehr in der Regel dem Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform eine prägende Bedeutung zumisst (Hacker, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 296 m. w. N.). Zwar ist

die Markenstelle insoweit zutreffend davon ausgegangen, dass dieser Grundsatz nicht gilt, wenn der Wortbestandteil kennzeichnungsschwach ist (Hacker in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 299). Dem Buchstaben „H“ haftet jedoch bezüglich der hier maßgeblichen Waren der Widerspruchsmarke - wie oben dargelegt - keine Kennzeichnungsschwäche an.

Schließlich kann auch der Argumentation der Markenstelle nicht gefolgt werden, dass sich der Buchstabe „H“ mit den graphischen Elementen zu einem Gesamtbegriff verbinde, weil das Buchstabenelement „angesichts seiner Knappheit“ gegenüber der aufwendigen graphischen Gestaltung nicht so herausgehoben sei, dass der Verkehr darin eine selbständige Kennzeichnungsfunktion erkenne. Kronen- und Wappendarstellungen in einem kombinierten Wort-/Bildzeichen werden vom Verkehr - wie oben dargelegt - in der Regel nicht als betrieblicher Herkunftshinweis, sondern als Zeichen für herausgehobene Qualität des beworbenen Produktes verstanden, und sind damit kennzeichnungsschwach. Nachdem die graphische Gestaltung nicht über die in diesem Bereich üblichen Gestaltungen hinausgeht, kommt dieser auch keine den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke auch nur mitprägende Bedeutung zu. Dementsprechend besteht auch keine Veranlassung, von dem Grundsatz „Wort vor Bild“ abzugehen.

Bei der angegriffenen Marke wird der klangliche Gesamteindruck ebenfalls durch den Buchstaben „H“ geprägt. Entgegen der Auffassung der Markeninhaberin verbinden sich die Bestandteile „H“ und „Brot“ trotz des Bindestrichs nicht zu einem Gesamtbegriff. Zwar dürfen bei der Prüfung, ob die Bestandteile einer Marke einen Gesamtbegriff bilden, beschreibende oder kennzeichnungsschwache Markenteile nicht von vorneherein unberücksichtigt bleiben, da auch solche Bestandteile sich mit weiteren Angaben zu einem zusammengehörigen betrieblichen Herkunftshinweis verbinden können (Hacker, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 274). Da es sich bei dem Bestandteil „Brot“ aber um eine reine Warenbezeichnung handelt, wird der Verkehr diesen Bestandteil nicht nur als

nicht selbständig kennzeichnendes und den Gesamteindruck prägendes Element auffassen. Er wird diesen Bestandteil vielmehr für austauschbar halten, je nachdem, welche Art von Waren damit gekennzeichnet werden soll und dementsprechend diesem Bestandteil auch keine den Gesamteindruck der Marke *mit*prägende Stellung beimessen. Der Verkehr wird sich daher auch bei der angegriffenen Marke auf den Bestandteil „H“ konzentrieren und ausschließlich dieses Element als für den Gesamteindruck prägend ansehen (vgl. Hacker, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rn. 277, 278; EuG GRUR Int 2005, 497, 498 (Nr. 34) - NEGRA MODELO).

Der klangliche Gesamteindruck der Vergleichsmarken wird damit von dem identischen Bestandteil „H“ geprägt. Soweit die angegriffene Marke für die im Tenor genannten, mit Waren der Widerspruchsmarke teilweise identischen Waren und im Übrigen ähnlichen Waren und Dienstleistungen eingetragen ist, kann daher nicht ausgeschlossen werden, dass ein relevanter Teil des Verkehrs in dem Bestandteil „H“ der angegriffenen Marke einen Hinweis auf die Widersprechende sieht und es zu Herkunftsverwechslungen kommt, wenn ihm dieses Zeichen im Zusammenhang mit den im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen begegnet. Insoweit erweist sich der Widerspruch und damit die Beschwerde als begründet.

2. Anders verhält es sich dagegen hinsichtlich der weiteren Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke.

So wird nach ständiger Praxis eine Ähnlichkeit zwischen „Brot“ bzw. „Backwaren“ einerseits und „Teigwaren“ andererseits mit dem Hinweis auf regelmäßig unterschiedliche Herstellungsbetriebe und unterschiedliche Herstellungsverfahren trotz des beiden Warengruppen gemeinsamen Grundstoffs „Mehl“ verneint (vgl. Richter/Stoppel, a. a. O., S. 302, mittlere Spalte, Stichwort: Teigwaren). Anhaltspunkte dafür, dass sich insoweit die maßgebliche Verkehrsauffassung geändert habe, liegen nicht vor. Dementsprechend ist hier eine Ähnlichkeit der

für die angegriffene Marke registrierten Waren „Nudeln“ und „Tiefkühlteigwaren“ mit den Waren der Widerspruchsmarke zu verneinen.

Auch die für die jüngere Marke eingetragenen Dienstleistungen „Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Lehrveranstaltungen und Weiterbildungsveranstaltungen“ weisen mit keiner der Waren der Widerspruchsmarke Berührungspunkte auf, die eine markenrechtlich relevante Ähnlichkeit begründen könnten. Insoweit besteht für den Verkehr kein Anlass, aufgrund des in beiden Marken übereinstimmend enthaltenen Buchstabens „H“ einen zur Verwechslungsgefahr führenden Zusammenhang mit der Widersprechenden herzustellen.

3. Es bestand kein Anlass, einer der Beteiligten die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Hacker

Viereck

Kober-Dehm

Hu