



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 10/06

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

18. Dezember 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 58 684

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 5. August 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richterin Kirschneck und des Richters Eisenrauch

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 3. November 2005 aufgehoben, soweit die Löschung der Marke 301 58 684 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 730 011 angeordnet worden ist.
2. Der Widerspruch aus der Marke 730 011 wird zurückgewiesen.
3. Soweit die Löschung der Marke 301 58 684 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 300 01 265 angeordnet worden ist, ist der in Ziffer 1. genannte Beschluss der Markenstelle wirkungslos.

Gründe

I.

Die Wort-Bildmarke



ist mit den Farben „blau, gelb“ für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 9, 11, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 35, 38, 39, 41 und 42, u. a. für die Waren

„Spiele und Spielzeug, auch elektronische Spiele, soweit in Klasse 28 enthalten; Plüsch- und Stofftiere, Puppen; Spielfiguren aus Kunststoff oder Holz; Christbaumschmuck“

in das Register eingetragen und am 1. Februar 2002 veröffentlicht worden.

Hiergegen ist aus der am 15. Oktober 1959 für die Waren

„Spielwaren, nämlich Tierfiguren“

eingetragenen Wortmarke 730 011

Robby,

beschränkt auf die Waren

„Spiele, Spielzeug; Plüsch- und Stofftiere, Puppen; Spielfiguren aus Kunststoff oder Holz; Christbaumschmuck“

der angegriffenen Marke, sowie aus der für Dienstleistungen der Klassen 35, 41 und 42 eingetragenen Wortmarke 300 01 265

ROBY

Widerspruch erhoben worden.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat die Benutzung der Widerspruchsmarke 730 011 „Robby“ mit Ausnahme der Benutzung für „Plüschtiere“ bestritten. Von der Widersprechenden sind Unterlagen zur Glaubhaftmachung der Benutzung der Marke 730 011 eingereicht worden, u. a. eine Eidesstattliche Versicherung über die Benutzung der Marke für eine Spielfigur unter Nennung von Vertriebszahlen für die Jahre 1996 bis 2001, die Kopie einer Prospektseite, welche eine Seehundfigur aus Webpelz „COSY ROBBY Seehund“ zeigt, und die Kopie eines Warenetiketts mit der Kennzeichnung „Robby“ neben der Wort-Bild-Kennzeichnung „Steiff KNOPF IM OHR“.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts (DPMA) hat mit Beschluss vom 3. November 2005 (unter Ziffer 1.) aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 730 011 „Robby“ antragsgemäß die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für die Waren „Spiele, Spielzeug; Plüsch- und Stofftiere, Puppen; Spielfiguren aus Kunststoff oder Holz; Christbaumschmuck“ und (unter Ziffer 2.) aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 300 01 265 „ROBY“ - unter Zurückweisung dieses Widerspruchs im Übrigen - die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für diverse Dienstleistungen angeordnet. Insoweit bestehe zwi-

schen den jeweiligen Vergleichsmarken die Gefahr von Verwechslungen gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

In dem Beschluss wird bezüglich des Widerspruchs aus der Marke 730 011 „Robby“ ausgeführt, dass von einer rechtserhaltenden Benutzung der Marke für „Plüschtiere“ ausgegangen werden könne, die unbestritten sei. Nach der sog. „erweiterten Minimallösung“ seien für die Widerspruchsmarke die Waren „Tierspielfiguren“ zu berücksichtigen, mit denen die mit dem Widerspruch angegriffenen Waren der jüngeren Marke entweder identisch oder hochgradig bis durchschnittlich ähnlich seien. Im Hinblick auf die Übung, Spieltierfiguren mit Kosenamen, ggf. in Kombination mit der Tierart (z. B. Diggi Maulwurf, Bernie Hund, Wutzi Wildschwein) zu bezeichnen (vgl. BPatG PAVIS PROMA 29 W (pat) 179/02 „Benni Bär/Fenny“), bestünden keine Anhaltspunkte für eine Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke. Diese sei branchenüblich von der beschreibenden Angabe „Robbe“ hinreichend stark abgewandelt; zudem könnten unter der Marke auch andere Spieltierfiguren als Robben vertrieben werden. Den danach an den Markenabstand zu stellenden strengen Anforderungen werde die jüngere Marke nicht gerecht. Sie werde in ihrem klanglichen Gesamteindruck von dem kennzeichnungskräftigen, im Vordergrund stehenden, eigentlichen Kenn- und Merkwort „Robbie“ geprägt, während der Ausruf „Hallo“ und die graphischen Elemente bei der Benennung in den Hintergrund träten. „Hallo“ stelle einen allgemein bekannten Ausruf dar, der Aufmerksamkeit erwecken solle und der ein zentrales Wort der Werbesprache sowie eine Grußformel bilde. Wegen der branchenüblichen Verwendung als aufmerksamkeiterregende Aussage könne auch nicht von einer Verschmelzung zu einem Gesamtbegriff „Hallo Robbie!“ ausgegangen werden, in dem das Wort „Hallo“ wesentlich zur Identifizierung und Einprägsamkeit der Gesamtmarke beitrage. Da sich mit „Robbie“ und „ROBBY“ klanglich und begrifflich nahezu identische Wortelemente gegenüberstünden, seien Herkunftsverwechslungen zu befürchten. Jedenfalls aber bestehe die Gefahr des gedanklichen Miteinander-Inverbindungbringens der Marken. Insoweit könne die Annahme nicht ausgeschlossen werden, dass es sich bei den unter „Hallo Robbie!“ angebotenen

Produkten um spezielle Angebote oder Weiterentwicklungen einer Marke „Robby“ handle.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke.

Sie ist der Auffassung, die von der Markenstelle aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 730 011 „Robby“ beschlossene Teillöschung der jüngeren Marke sei zu Unrecht erfolgt, da eine Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG nicht bestehe. Insoweit seien alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren der Zeichenähnlichkeit, der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der älteren Marke bestehe. Die Widerspruchsmarke besitze für eine Robben-Plüschi-figur als verniedlichende Form von „Robbe“ nur geringe Kennzeichnungskraft, die auch keine Steigerung durch eine erhöhte Benutzung erfahren habe. Zudem wiesen die zu vergleichenden Waren teilweise nur eine entfernte Ähnlichkeit auf, insbesondere „Plüschtiere“ einerseits und „Spielwaren, Spiele“ sowie „Christbaumschmuck“ andererseits. Ferner bestünde keine hinreichende Zeichenähnlichkeit, insbesondere werde der Gesamteindruck der angegriffenen Marke nicht durch das mit der Widerspruchsmarke „Robby“ ähnliche Wort „Robbie“ in einer die anderen Markenbestandteile zu vernachlässigenden Weise geprägt. In bildlicher Hinsicht werde die Marke von dem Bildbestandteil, einer durchaus originellen Darstellung einer Robbe, mitbestimmt, da kein Erfahrungssatz existiere, nach dem der Verkehr bei rein visueller Wahrnehmung einer Wort-Bildmarke in erster Linie den Wort- und nicht auch den Bildbestandteil in seine Erinnerung aufnehmen (BGH GRUR 1999, 241 „Lions“). Auch im Klangeindruck der jüngeren Marke sei eine Bezeichnung allein mit „Hallo Robbie!“ nicht zwingend. Doch selbst wenn man hiervon ausgehe, unterscheide sich der Wortbestandteil „Hallo Robbie!“ insgesamt deutlich von dem Wort „Robby“ der Widerspruchsmarke. Als übliche, dem Verkehr geläufige verniedlichende Bezeichnung für eine Robbe wirke „Robbie“ in der Gesamtbezeichnung „Hallo Robbie!“ gerade nicht prägend.

Der weitere Widerspruch aus der Marke 300 01 265 „ROBY“ ist im Laufe des Beschwerdeverfahrens zurückgenommen worden.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt (sinngemäß),

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben soweit die Löschung der angegriffenen Marke aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 730 011 angeordnet worden ist und den Widerspruch zurückzuweisen

sowie

die Wirkungslosigkeit des angefochtenen Beschlusses festzustellen, soweit die Löschung der angegriffenen Marke aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 300 01 265 angeordnet worden ist.

Die Widersprechende aus der Marke 730 011 beantragt (sinngemäß),

die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke zurückzuweisen.

Sie reicht ergänzende Unterlagen zur Glaubhaftmachung der Benutzung der Widerspruchsmarke für eine Plüschtier-Spielfigur in den Jahren 2000 bis 2003 ein. Auf das Beschwerdevorbringen der Inhaberin der angegriffenen Marke hat die Widersprechende nicht erwidert und auch den Termin zur mündlichen Verhandlung nicht wahrgenommen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

1. Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke ist zulässig.

2. Soweit in dem angefochtenen Beschluss die Löschung der angegriffenen Marke aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 300 01 265 angeordnet worden ist, war nach der Rücknahme des Widerspruchs gemäß § 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG i. V. m. § 269 Abs. 3 Satz 1 und Abs. 4 ZPO antragsgemäß auszusprechen, dass der Beschluss wirkungslos ist (vgl. BGH GRUR 1998, 818 „Puma“).

3. Soweit in dem angefochtenen Beschluss die Löschung der angegriffenen Marke aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 730 011 angeordnet worden ist, hat die Beschwerde in der Sache Erfolg. Nach Überzeugung des Senats besteht zwischen den Vergleichsmarken im Umfang der von der Löschanordnung betroffenen Waren keine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG. Der angefochtene Beschluss war daher insoweit aufzuheben und der - auf die betreffenden Waren beschränkte - Widerspruch zurückzuweisen (§ 43 Abs. 2 Satz 2 MarkenG).

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr i. S. der genannten Bestimmung ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend vorzunehmen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen den Beurteilungsfaktoren der Identität oder Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen, der Markenidentität oder -ähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder der Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr., vgl. u. a. EuGH GRUR 1998, 387, 389 (Nr. 22) „Sabèl/Puma“; GRUR Int. 1999, 734, 736 (Nr. 18-21) „Lloyd“; GRUR Int. 2000, 899, 901 (Nr. 40) „Marca/Adidas“; GRUR 2005, 1042, 1044 (Nr. 27) „THOMSON LIFE“; BGH GRUR 2005, 513, 514 „MEY/Ella May“; GRUR 2006, 859, 860 (Nr. 16) „Malteserkreuz“; GRUR 2008, 903 (Nr. 10) „SIERRA ANTIGUA“).

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat im Verfahren vor dem DPMA mit Schriftsatz vom 8. März 2003 gemäß § 43 Abs. 1 Satz 1 MarkenG zulässig die Be-

nutzung der seit 15. Oktober 1959 eingetragenen Widerspruchsmarke bestritten, hiervon aber ausdrücklich „Plüschtiere“ ausgenommen. Eine weitergehende Benutzung der Marke hat die zur Glaubhaftmachung nach §§ 43 Abs. 1 Satz 1 und 2, 26 MarkenG verpflichtete Widersprechende nicht eingereicht. Die vorgelegten Unterlagen beziehen sich nur auf die Benutzung der Widerspruchsmarke für eine Spieltierfigur (Seehundfigur) aus Webpelz, also eine Plüschspieltierfigur. Plüschspieltiere bzw. -tierfiguren bilden eine Untergattung des eingetragenen Warenbegriffs „Spielwaren, nämlich Tierfiguren“, der i. Ü. auch Spieltierfiguren aus Holz, Plastik, Metall o. ä. umfasst. Demnach ist gemäß § 43 Abs. 1 Satz 3 MarkenG bei der Entscheidung über den Widerspruch für die Widerspruchsmarke von den benutzten bzw. als benutzt anerkannten Waren „Plüschspieltierfiguren“ auszugehen (vgl. BGH GRUR 2006, 937, 939 (Nr. 22) „Ichthyol II“; s. auch BPatGE 19, 175, 177 „Cosy Issy“; 23, 243, 246).

Die beschwerdegegenständlichen, mit dem Widerspruch angegriffenen Waren der jüngeren Marke, nämlich „Spiele und Spielzeug, Plüsch- und Stofftiere, Puppen, Spielfiguren aus Kunststoff oder Holz“ sowie „Christbaumschmuck“, liegen alle im Identitäts- oder Ähnlichkeitsbereich der für die Widerspruchsmarke zu berücksichtigenden „Plüschspieltierfiguren“. Nicht entscheidungserheblich ist insoweit die Frage, ob Plüschspieltierfiguren und Christbaumschmuck durchschnittlich oder nur entfernt ähnlich sind. Wie im Weiteren noch dargelegt wird, reicht nämlich nach Auffassung des Senats die Ähnlichkeit der Marken selbst im Bereich der identischen Waren Plüsch(spiel)tiere nicht aus, um eine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr zu begründen.

Dabei ist der Umstand zu berücksichtigen, dass der Widerspruchsmarke „Robby“ entgegen der Annahme der Markenstelle keine durchschnittliche, sondern lediglich eine unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft beigemessen werden kann. Bei den zu berücksichtigenden Waren Plüschspieltierfiguren der Widerspruchsmarke kann es sich gerade um Robbenfiguren handeln, wie etwa die tatsächlich unter der Marke vertriebenen Seehundfiguren (Seehunde sind eine Unterfamilie der

Robben; vgl. Der Brockhaus in fünf Bänden, Bd. 4, 2000, S. 4186). Für einer Robbe nachgebildete Plüschspieltierfiguren aber mutet das Markenwort „Robby“ als naheliegende Verkleinerungsform der beschreibenden Gattungsbezeichnung „Robbe“ an, ähnlich wie „Hasi“ für Hase oder „Mausi“ für Maus. Eine für den Verkehr erkennbare enge Anlehnung an eine beschreibende Angabe verfügt aber von Haus aus regelmäßig nur über unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft (vgl. BGH MarkenR 2008, 12, 14 (Nr. 24) „INTERCONNECT/T-InterConnect“; GRUR 2008, 909, 910 (Nr. 17) „Pantogast“). Die von der Markenstelle angeführte Übung, Spieltierfiguren im Geschäftsverkehr häufig mit Kosenamen zu kennzeichnen, rechtfertigt demgegenüber schon deshalb nicht die Annahme normaler Kennzeichnungskraft, weil es sich bei den insoweit genannten Namen ganz überwiegend um Fantasie-Kosennamen (z. B. Diggi Maulwurf, Bernie Hund, Wutzi Wildschwein, Kiddy Bär, Lommy Eisbär, Hund Bello Buff, Maus Spitzzahn, Lämmchen Lilli, Eisbär Julius) und nicht um Verniedlichungsformen des jeweiligen Tiergattungsnamens handelt. Unerheblich ist in diesem Zusammenhang weiterhin, dass unter den Warenbegriff „Plüschspieltierfiguren“ nicht nur Robbenfiguren, sondern auch Figuren anderer Tierarten bzw. -gattungen fallen können, für die „Robby“ ggf. eine kennzeichnungskräftige Fantasiebezeichnung darstellt. Ebenso wie eine Marke nicht für einen Warenoberbegriff eingetragen werden kann, soweit ein absolutes Schutzhindernis für eine unter den Warenoberbegriff fallende Einzelware besteht (vgl. u. a. BGH GRUR 2002, 261, 262 „AC“; GRUR 2005, 578, 580 f. „LOKMAUS“), ist im Widerspruchsverfahren die Kennzeichnungskraft der älteren Marke für einen geschützten Oberbegriff insgesamt als vermindert zu beurteilen, auch wenn die Schwäche nur in Bezug auf eine von dem Oberbegriff erfasste Einzelware vorliegt. Dem könnte nur durch eine Einschränkung des Oberbegriffs auf nicht von der Kennzeichnungsschwäche betroffene Einzelwaren begegnet werden. Ein solcher Verzicht steht jedoch nur der Markeninhaberin selbst zu. Die Markenstelle des DPMA und die nachfolgenden Rechtsmittelgerichte sind dagegen nicht berechtigt, von Amts wegen Einschränkungen des Warenverzeichnisses im Wege der Umformulierung von Warenoberbegriffen vorzunehmen (vgl. BGH GRUR 2005, 326, 327 „il Padrone/Il Portone“). Dass die Widerspruchsmarke infol-

ge intensiver Benutzung im Verkehr eine Steigerung ihrer Kennzeichnungskraft erfahren hätte, wurde von der Widersprechenden nicht geltend gemacht. Anhaltspunkte hierfür sind auch nicht den zur Glaubhaftmachung der Benutzung der Widerspruchsmarke eingereichten Unterlagen zu entnehmen.

Aufgrund der Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke ist ihr Schutzzumfang entsprechend eng bemessen und auf das - geringe - Maß an der ihr innewohnenden Eigenprägung beschränkt (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 204 ff.). Deshalb sind grundsätzlich an den von den Marken zum Ausschluss einer rechtserheblichen Verwechslungsgefahr einzuhaltenden Abstand - selbst im Bereich identischer Waren - eher geringe Anforderungen zu stellen. Den hiernach erforderlichen Abstand hält die jüngere Marke von der Widerspruchsmarke in jeder Hinsicht ein.

Maßgeblich abzustellen ist bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der Marken auf den Gesamteindruck, den sie im Verkehr hervorrufen (vgl. u. a. EuGH GRUR Int. 2004, 843, 845 (Nr. 29) „MATRATZEN“; a. a. O. (Nr. 28) „THOMSON LIFE“; BGH GRUR 2004, 865, 866 „Mustang“; a. a. O. „il Padrone/Il Portone“). Betrachtet man die jüngere kombinierte Wort-Bildmarke in ihrer Gesamtheit, grenzt sich diese von der älteren Einwortmarke durch den zusätzlichen Wort- und den Bildbestandteil klar in nicht verwechselbarer Weise ab. Die Gefahr unmittelbarer Verwechslungen infolge Verhörens oder Versehens käme daher nur dann in Betracht, wenn man das in der jüngeren Marke enthaltende Wort „Robbie“ der Widerspruchsmarke „Robby“ isoliert zum Vergleich gegenüberstellen würde. Einen solchen Vergleich erachtet der Senat vorliegend jedoch nicht für zulässig.

Dass die fraglichen Marken jeweils als Ganzes miteinander zu vergleichen sind, schließt zwar nicht aus, dass u. U. ein oder mehrere Bestandteile einer komplexen Marke für den durch die Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein können (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 29) „THOMSON LIFE“; GRUR 2007, 700, 701 (Nr. 35) „HABM/Shaker“; BGH

GRUR 2007, 1066, 1069 (Nr. 40) „Kinderzeit“). Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass die anderen Bestandteile weitgehend in den Hintergrund treten und den Gesamteindruck des Zeichens nicht mitbestimmen (vgl. u. a. BGH GRUR 2008, 719, 722 (Nr. 37) „idw Informationsdienst Wissenschaft“; a. a. O. (Nr. 18) „SIERRA ANTIGUO“; a. a. O. (Nr. 26) „Pantogast“). Hiervon kann bei der angegriffenen Marke nicht ausgegangen werden, denn entgegen der Auffassung der Markenstelle kommt darin jedenfalls dem Wort „Hallo“ eine den - klanglichen wie bildlichen - Gesamteindruck mitbestimmende Bedeutung zu. Ob und inwieweit zusätzlich auch der Bildbestandteil den Gesamteindruck der jüngeren Marke mitbestimmt, braucht an dieser Stelle daher nicht weiter erörtert zu werden.

Zwar ist die Kennzeichnungsschwäche, u. U sogar die fehlende Kennzeichnungskraft des Begriffs „Hallo“ als einer Grußformel sowie eines die Aufmerksamkeit erweckenden Rufs nicht von der Hand zu weisen. Allein hieraus folgt aber noch nicht, dass das Wort im Gesamteindruck der Marke zu vernachlässigen wäre, da auch ein beschreibender bzw. nicht kennzeichnungskräftiger Bestandteil zum Gesamteindruck einer Marke beitragen kann (vgl. BGH GRUR 2004, 783, 785 „NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX“; a. a. O. (Nr. 37) „idw Informationsdienst Wissenschaft“).

Zu berücksichtigen ist weiter, dass auch das fragliche Markenwort „Robbie“ für die mit dem Widerspruch angegriffenen beschwerdegegenständlichen Waren der jüngeren Marke nur eine geringe Kennzeichnungskraft besitzt. (Spiel-)Gegenstand der fraglichen Waren können Robbenfiguren oder robbenähnliche Figuren (Puppen) sein, in Bezug auf die sich die Bezeichnung „Robbie“ den angesprochenen Verkehrskreisen - ähnlich wie die Widerspruchsmarke „Robby“ für Plüschspieltierfiguren - als eine ohne Weiteres verständliche und geläufige Verniedlichungsform des Gattungsnamens „Robbe“ darstellt. Gerade bei einem solchermaßen kennzeichnungsschwachen Markenwort ist aber erfahrungsgemäß nicht davon auszugehen, dass sich der Verkehr allein an diesem als Herkunftshinweis orientiert und die weiteren Bestandteile vernachlässigt (vgl. BGH GRUR a. a. O. (Nr. 25)

„SIERRA ANTIGUO“). Vielmehr ist bei einer Kombination mehrerer kennzeichnungsschwacher bzw. nicht kennzeichnender Bestandteile keiner der Bestandteile allein geeignet, den Gesamteindruck des Zeichens zu prägen (vgl. BGH GRUR 2003, 1040, 1044 „Kinder“). Der Annahme einer Prägung der jüngeren Marke nur durch das Wort „Robbie“ steht hier außerdem entgegen, dass es mit dem vorangestellten Wort „Hallo“ gesamtbegrifflich zu einem einheitlichen Ausspruch „Hallo Robbie!“ verbunden ist, was durch das Ausrufezeichen noch verdeutlicht wird. Eine Verkürzung auf das Wort „Robbie“ würde die Bedeutung des Wortelements der jüngeren Marke insgesamt von der Begrüßung oder dem Anruf eines Robbie zu der bloßen Benennung „Robbie“ verändern (vgl. BGH GRUR 2004, 598, 599 „Kleiner Feigling“).

Bei einem Vergleich des gesamten Wortbestandteils „Hallo Robbie!“ der jüngeren Marke mit der älteren Einwortmarke „Robby“ aber schließt das weder zu überhörende noch zu übersehende Mehrwort „Hallo“ in jeder Hinsicht eine relevante unmittelbare Verwechslungsgefahr aus.

Nicht gefolgt werden kann der Markenstelle ferner hinsichtlich der von ihr bejahten Gefahr des gedanklichen Inverbindungbringens der Marken unter dem Aspekt eines von der Widerspruchsmarke abgewandelten Serienzeichens. Diese Art der Verwechslungsgefahr liegt dann vor, wenn die Vergleichszeichen in einem Bestandteil übereinstimmen, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens sieht und deshalb die nachfolgenden Bezeichnungen, die einen identischen oder wesensgleichen Stamm aufweisen, dem gleichen Inhaber zuordnet (vgl. BGH GRUR 2007, 1071, 1074 (Nr. 40) „Kinder II“; BGH GRUR 2008, 905, 908 (Nr. 33) „Pantohexal“). Eine dahingehende Verkehrsauffassung setzt grundsätzlich voraus, dass der Inhaber der älteren Marke den fraglichen Bestandteil bereits im Verkehr in mehreren Marken als Serienstamm eingesetzt hat (vgl. EuGH GRUR 2008, 343, 346 (Nr. 64) „Il Ponte Finanziaria Spa/HABM“). Für eine entsprechende Benutzung der Marke „Robby“ in einer Markenserie hat die Widersprechende jedoch nichts vorgetragen. Vielmehr geht aus den eingereichten Be-

nutzungsunterlagen hervor, dass sie die Marke stets nur als individuelle Produktkennzeichnung für eine bestimmte Plüschspieltierfigur neben der Firmenmarke „Steiff KNOPF IM OHR“ sowie einer Zweitkennzeichnung bzw. einem Serienstamm „COSY“ benutzt hat. Im Übrigen erscheint die Widerspruchsmarke „Robby“ im Hinblick auf ihre ausgeprägte Kennzeichnungsschwäche für die in Rede stehenden Plüschspieltierfiguren von Haus aus wenig geeignet, den Stammbestandteil einer Zeichenserie mit besonderem Hinweischarakter auf das Unternehmen der Widersprechenden zu bilden.

Abzulehnen ist letztlich auch die Gefahr, dass der Verkehr dem Wort „Robbie“ in der angegriffenen Marke - obwohl er dieses nicht als den dominierenden Bestandteil ansieht und die Unterschiede zwischen den Marken erkennt - eine selbständig kennzeichnende Bedeutung beimessen und wegen dessen Ähnlichkeit mit der älteren Marke „Robby“ irrig auf die Herkunft der Waren aus zumindest wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen schließen wird. Soweit bisher unter dem Aspekt einer selbständig kennzeichnenden Stellung eines mit der älteren Marke übereinstimmenden oder ähnlichen Bestandteils in der jüngeren Marke die Gefahr von Verwechslungen bejaht worden ist, handelt es sich durchweg um Ausnahmefälle, die von der deutschen Rechtsprechung unter die Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne subsumiert und nur beim Vorliegen besonderer Umstände angenommen werden (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 30, 31) „THOMSON LIFE“; BGH a. a. O. (Nr. 18) „Malteserkreuz“; GRUR 2007, 888, 889 (Nr. 22) „Euro Telekom“; a. a. O. (Nr. 32 f.) „INTERCONNECT/T-InterConnect“; a. a. O. (Nr. 37 ff.) „Pantohexal“). Eine Verwechslungsgefahr in diesem Sinne begründende Umstände liegen insbesondere dann vor, wenn der fragliche Bestandteil in der jüngeren Marke mit einer bekannten oder jedenfalls erkennbaren Unternehmensbezeichnung oder mit bekannten Elementen einer Zeichenserie verbunden worden ist (vgl. z. B. EuGH a. a. O. (Nr. 30, 31) „THOMSON LIFE“; BGH a. a. O. (Nr. 18) „Malteserkreuz“; a. a. O. (Nr. 33) „INTERCONNECT/T-InterConnect“; a. a. O. (Nr. 38) „Pantohexal“). Solche besonderen, auf eine gemeinsame Herkunft der beiderseitigen

Waren aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen hinweisende Faktoren sind hier aber weder von der Widersprechenden vorgetragen noch sonst ersichtlich.

Es besteht kein Anlass, einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Ströbele

Eisenrauch

Kirschneck

Ko