

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 173/00

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 398 16 927**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 17. Januar 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler und die Richter Dr. Fuchs-Wisseemann und Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 vom 15. März 2000 abgeändert.

Die Marke 398 16 927 wird wegen des Widerspruchs aus der Gemeinschaftsmarke 120.733 hinsichtlich der Waren

"Seifen, Parfümerien, Kosmetika, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege;

Brillen, Sonnenbrillen sowie Brillenetuis;

Juwelierwaren; Schmuckwaren, einschließlich Modeschmuck, Manschettenknöpfe, Broschen, Krawatten- und Anstecknadeln, Krawatten, Klips, Schlüsselanhänger; Halsbandanhänger, Hals-, Arm- und Fußkettchen, Amulette; Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente;

Brieföffner,

Handtaschen, Aktentaschen, Einkaufstaschen, Reisetaschen, Sporttaschen, Schulranzen, Packsäcke und Rucksäcke, Gürtel, Kleinlederwaren, einschließlich Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Reiseneccessaires, Toilettenbeutel und -taschen;

Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche; Küchengegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut;

Bekleidungsstücke, einschließlich Sport- und Freizeitbekleidung; Schuhe, Schuhwaren und Stiefel, einschließlich Sport- und Freizeitschuhe und -stiefel; Strümpfe, Strumpfhosen, Socken; Krawatten, einschließlich Binder; Handschuhe, Kopfbedeckungen, einschließlich Stirn- und Schweißbänder; Gürtel, Hosenträger, auch aus Leder; Gürtelschnallen".

gelöscht.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Gegen die für

03: Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Kosmetika, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; 05: pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, diätetische Lebensmittel; frauenhygienische Artikel, nämlich Damenbinden, Slipenlagen, Tampons, Monatshöschen; Windeln für Kranke; medizinische Kräutertees; Kaugummi für medizinische Zwecke; Babykost; Pflaster, Verbandmaterial; Haftmittel für Zahnprothesen, Zahnkitte, Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke,

Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide; desodorierende Raumsprays; 06: Waren aus unedlen Metallen, soweit in Klasse 6 enthalten, Flaschenverschlüsse aus Metall; 09: bespielte mechanische, magnetische, magneto-optische, optische und elektronische Träger für Ton und /oder Bild und/oder Daten; codierte Telefonkarten; Spielprogramme für Computer; Bildschirmschonerprogramme; Brillen und Sonnenbrillen sowie Brillenetuis; Datenbankprogramme; Computer-Software; netzwerkunterstützende Computer-Softwares (Netware); Firmware; 11: elektrische Taschenlampen, elektrische Blinkleuchten; 14: aus Edelmetallen und deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, nämlich kunstgewerbliche Gegenstände, Ziergegenstände, Tafelgeschirr (ausgenommen Bestecke) und Tafelaufsätze; Juwelierwaren; Schmuckwaren einschließlich Modeschmuck, Manschettenknöpfe Broschen, Krawatten- und Anstecknadeln, Krawattenclips, Schlüsselanhänger, Halsbandanhänger, Hals-, Arm- und Fußkettchen, Amulette; Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente; 15: Musikinstrumente; 16: Waren aus Papier und Pappe (Karton), nämlich Papierhandtücher, Papierservietten, Filterpapier, Papiertaschentücher, Papierschmuck, Briefpapier, Toilettenpapier, Papierwindeln, Verpackungsbehälter, Verpackungstüten und Einwickelpapier; Druckreierzeugnisse, nämlich Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Broschüren, Faltblätter, Prospekte, Programmhefte, Pressemappen, Fotomappen, Bücher, Kalender, Plakate (Poster), auch in Buchform, Transparente, nicht-codierte Telefonkarten, Eintrittskarten, Teilnahmekarten, Einladungskarten, Postkarten, auch in Form von Adhäsionspostkarten, nicht codierte Ausweise; Schreibwaren einschließlich Schreib- und Zeichengeräte; Büroartikel nämlich Stempel, Stempelkissen, Stempelfarbe, Brieföffner, Papiermesser, Briefkörbe, Aktenordner, Schreibunterlagen, Lo-

cher, Hefter, Büro- und Heftklammern, Aufkleber (auch selbstklebende); Schreibunterlagen, Schreibgeräteköcher und –schalen, Zettelhalter und –behälter, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen, Spielen, Globen, Wandtaffeln und Wandtafelzeichengeräten; Verpackungsmaterial aus Kunststoff, nämlich Hüllen, Beutel, Taschen, Folien (letztere auch selbstklebend und für Dekorationszwecke); Spielkarten und Kartenspiele; 18: Waren aus Leder und Lederimitationen, nämlich Taschen und nicht an den aufzunehmenden Inhalt angepaßte Behältnisse einschließlich Handtaschen, Aktentaschen, Einkaufstaschen, Reisetaschen, Sporttaschen, Schulranzen, Packsäcke und Rucksäcke, Gürtel, Hosen-träger, Kleinlederwaren einschließlich Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Reisenecessaires, Toilettenbeutel und –taschen, ferner Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme, Spazierstöcke; 20: Waren aus Kunststoff, nämlich Figuren, einschließlich Tierfiguren, soweit in Klasse 20 enthalten; Papierkörbe; 21: Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche; Kunstgegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut; kleine handbetätigte Geräte für Haushalt und Küche; Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Stahlspäne; rohes und teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Waren für den Haushalt aus Kunststoff, nämlich Flaschenverschlüsse, nicht aus Metall, Untersetzer aus Kunststoff, Tisch-Sets, Seifendosen und –schalen, Zahnputzbecher, Zahnbürstenköcher; Pappteller, Pappbecher; 24: Textilwaren, nämlich Textilstoffe, Gardinen, Rollos, Haushaltswäsche, Tisch- und Bettwäsche; Bettdecken, Tischdecken, auch aus Kunststoff; 25: Bekleidungsstücke einschließlich Sport- und Freizeitbekleidung; Schuhe, Schuhwaren und Stiefel einschließlich Sport- und Freizeitschuhe und –stiefel; Strümpfe,

Strumpfhosen, Socken; Krawatten einschließlich Binder; Handschuhe; Kopfbedeckungen einschließlich Stirn- und Schweißbänder; Gürtel, Hosenträger, auch aus Leder; 26: Gürtelschnallen; 27: Teppiche, Fußmatten, Turnmatten, Automatten, Matten, Linoleum, künstlicher Rasen, Teppichbodenbeläge und andere Bodenbeläge, aus Gummi, Kunststoff, Kork, textilem oder isolierendem Material; Tapeten (soweit in Klasse 27 enthalten); 28: Spiele einschließlich elektrische und elektronische, soweit in Klasse 28 enthalten; Spielwaren; Spielzeug einschließlich Stoff- und Gummitiere sowie Maskottchen; Turn-, Fitness- und Sportgeräte; Scherzartikel; 29: Fleisch, Fisch, Geflügel, Wild, Fleischextrakte, konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse, Gallerten, Konfitüren, Speiseöle und Fette, Salatsaucen und Ketchup, Fertigsuppen, Eier, Milch und Milchprodukte, nämlich Butter, Käse, Käsezubereitungen, Quark, Joghurt, Sahne, nicht alkoholische Milch-Mix-Getränke, Desserts aus Joghurt, Quark und Sahne; verarbeitete Nüsse, Feinkostsalate, Suppen mit Fleisch, Fisch, Gemüse oder Geflügel, Wurstwaren, Schinkenwaren, verarbeitete Weich- und Schalentiere; 30: Kaffee, Tee Kakao, Kakaopräparate und -getränke, Schokolade und Schokoladewaren, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel, Honig, Melassesirup, für die menschliche Ernährung zubereitetes Getreide, insbesondere Haferflocken und andere Getreideflocken, Getreidepräparate, Müslipräparate, Brot, Backwaren und Konditorwaren, Fruchtsaucen, Speiseeis, Hefe, Backpulver, Aromastoffe, Gewürze, Salz, Senf, Essig, Saucen, Würzmittel, Kühleis; Teigwaren, Nudelzubereitungen, Lebensmittel in Konserven und als tiefgekühlte Fertig- oder Teilfertigprodukte; aus Kartoffeln bestehende Produkte und Zubereitungen; 32: Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer, alkoholfreie, vitaminhaltige und isotonische Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte, Sirupe und an-

dere Präparate für die Zubereitung von Getränken; 33: alkoholische Getränke (ausgenommen Biere); 34: Tabak einschließlich Rauch-, Kau- und Schnupftabak; Tabakwaren einschließlich Zigaretten, Zigarren, Raucherartikel, nämlich Tabakdosen, Zigarren- und Zigarettenspitzen, Zigarren- und Zigarettenetuis, Aschenbecher, nicht aus Edelmetall, Feuerzeuge, Pfeifen, Pfeifenständer, Pfeifenreiniger, Zigarrenabschneider, Taschenapparate zum Selbstdrehen von Zigaretten, Zigarettenpapier, Zigarettenhülsen; Zigarettenfilter; 35: Werbung und Marketing für Dritte; 36: Dienstleistungen im Bereich des Versicherungs- und Finanzwesens; Grundstück- und Hausverwaltung; Vermögensverwaltung; Immobilien- und Hypothekenvermittlung; Leasing; Ausgabe von Kredit-, Telefon- und Geldkarten sowie von Kundenkarten im Scheckkartenformat mit Zahlungs und/oder Kreditkartenfunktion; Abwicklung der mittels Kundenkarten getätigten Zahlungen; Vermittlung von Krediten; Vermittlung von Versicherungen; 38: Verbreitung, Verteilung und Weiterleitungen von Fernseh-, Hörfunk-, Telekommunikations- und Informationssignalen über kabelfreie und/oder kabelgebundene digitale und analoge Netze, auch im Online- und Offline-Betrieb in Form von interaktiven elektronischen Mediendiensten sowie mittels Computer; Sammeln und Liefern von Nachrichten; 39: Vermittlung der Beförderung von Personen und Gütern mit Schienenbahnen, Kraftfahrzeugen, Schiffen und Flugzeugen; Lagerung und Verpackung von Gütern; Vermittlung der Lagerung und Verpackung von Gütern; Vermietung und Lagerung von Transport- und Lagerpaletten sowie von Transport- und Lagerbehältern; Veranstaltung und Vermittlung von touristischen Dienstleistungen im Reiseverkehr einschließlich Veranstaltung und Vermittlung von Jugend-, Freizeit-, Informations- und Bildungsreisen mittels Schienenbahnen, Kraftfahrzeugen, Schiffen und Flugzeugen; Reisebegleitung; 41: Unterhaltung durch Hör-

funk- und Fernsehsendungen/-programme; Film-, Ton-, Video- und Fernsehproduktion; Musikdarbietungen; Veröffentlichung und Herausgabe von elektronisch wiedergebbaren Text-, Grafik-, Bild- und Toninformationen, die über Datennetze abrufbar sind; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen; Veranstaltung von Lotterien; Durchführung von Konzert-, Theater- und Unterhaltungsveranstaltungen, von Konferenzen, Tagungen, Seminaren, Lehrgängen, Symposien, Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke und Vorträgen; Veranstaltung von Sportwettbewerben; 42: Entwickeln und Gestalten von digitalen Ton- und Bildaufzeichnungen zur Verwendung im Internet; Datendienste im Rahmen des Betriebs von Datenbanken; Beherbergung, Verpflegung und Bewirtung von Gästen; Vermittlung von Beherbergung und Verpflegung von Gästen in Hotels und Restaurants; Fotografieren; Erstellen von Computerprogrammen und Grafiken

am 25. März 1998 angemeldete und am 9. November 1998 eingetragene Wortmarke

SWR 3

ist Widerspruch erhoben aus der prioritätsälteren für

DE – 3 – Parfüm;

DE – 9 – Brillen;

DE – 11 – Lusterbehang, insbesondere aus Kristallglas, Beleuchtungselemente, Kronleuchten und deren Glasteile, Lampen;



DE – 14 – Uhren, natürliche oder künstliche Edelsteine aller Art und für jeden Zweck, Schmucksteine, echte und unechte Schmuckwaren, Schmuckornamente, Anhänger für Uhrketten;

DE – 16 – Briefbeschwerer und Brieföffner vollständig oder überwiegend aus Glas;

DE – 18 – Taschen, Handtaschen;

DE – 21 – Kunstgewerbliche Gegenstände aus Glas, Tierfiguren aus Glas, Hohlgläser, Kerzenleuchter aus Glas, Geschirr und Besteck aus Glas, Fruchtschalen aus Glas;

DE – 25 – Bekleidung, insbesondere Handschuhe, Halstücher, Gürtel und Schuhe;

DE – 26 – Kleine Schmuckgegenstände aus Glas, Kunststoff oder unedlem Metall für den persönlichen Gebrauch, insbesondere Glassteinteilchen, Metallplättchen und Kunststoffteile auf durchsichtigen Plastikträgern zum Aufbügeln auf Textilien; Leder und Metall; Knöpfe, Schließen und Spangen aus Glas, Bänder mit künstlichen Steinen, Zierbänder, Reißverschlüsse

eingetragenen Gemeinschaftsmarke 120 733

SWR.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, daß die Marken nicht ähnlich seien. Sie würden deutliche klangliche und schriftbildliche Unterschiede aufweisen, insbesondere werde die Ziffer nicht als Sorten- oder Typenbe-

zeichnung und auch nicht als Größenangabe für die beanspruchten Waren verwendet. Da es sich um Kurzzeichen handele, die vom Verkehr erfahrungsgemäß mit erhöhter Aufmerksamkeit betrachtet werden, seien Verwechslungen nicht zu befürchten, wobei hinzu komme, daß die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke wegen der häufigen Verwendung von Buchstaben als Abkürzung eingeschränkt sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie ist der Auffassung, daß der Widerspruchsmarke normale Kennzeichnungskraft zukomme, da eine unterschiedliche Sichtweise bei Buchstaben und kurzen Wörtern nach der Rechtslage des Markengesetzes nicht gerechtfertigt sei. Bei teilweise identischen Waren hielten die Zeichen den erforderlichen Abstand nicht ein, da die Ziffer im angegriffenen Zeichen nicht zur Prägung des Gesamteindrucks beitragen könne.

Die Widersprechende beantragt,

die Marke 398 16 927 zu löschen.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, daß die Marken als Gesamtheit gegenübergestellt werden müßten, weil das Herauslösen einzelner Elemente zur Feststellung des Vorliegens oder Fehlens einer Verwechslungsgefahr dem Markenrecht fremd sei und deshalb eine Verwechslungsgefahr schon an der Ähnlichkeit der Marken scheitere.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist teilweise begründet.

Nach §§ 9 Absatz 1 Nr 2, 42 Absatz 2 Nr 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfaßten Waren für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (vgl BGH MarkenR 2000, 359, 360 - Bayer/BeiChem). Was die Waren betrifft, stehen sich identische und hochgradig ähnliche Waren, geringer ähnliche Waren und nicht ähnliche Waren und Dienstleistungen gegenüber. Waren bzw Dienstleistungen sind dann ähnlich, wenn sie so enge Berührungspunkte aufweisen, daß die beteiligten Verkehrskreise (hier: die breite Mase der Verbraucher) der Meinung sein könnten, sie stammten aus denselben, oder ggf wirtschaftlich verbundenen Unternehmen, sofern sie mit identischen Marken gekennzeichnet sind (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6 Aufl, § 9 Rdn 41). Identität bzw hochgradige Ähnlichkeit ist demnach bei folgenden Waren anzunehmen:

1. Seifen, Parfümerien, Kosmetika, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege

/

Parfüm

Parfüm wird von beiden Marken beansprucht; Seifen, Kosmetika und Mittel zur Körper- und Schönheitspflege sind

hierzu hochgradig ähnlich, da es gebräuchlich ist Parfümieren, Seifen, Kosmetika und andere Mittel zur Körper- und Schönheitspflege unter derselben Marke, teils sogar als Sets anzubieten.

2. Brillen, Sonnenbrillen sowie Brillenetuis

/

Brillen

Es besteht Warenidentität bei "Brillen, Sonnenbrillen", da letztere unter den für die Widersprechende geschützten Oberbegriff "Brillen" fallen.

Brillenetuis sind als hochgradig ähnlich anzusehen, da insbesondere Brillen aus dem oberen Preissegment Euis mitliefern und diese in solchen Fällen üblicherweise mit den Brillenmarke versehen werden.

3. Juwelierwaren; Schmuckwaren, einschließlich Modeschmuck, Manschettenknöpfe, Broschen, Krawatten- und Anstecknadeln, Krawatten, Klips, Schlüsselanhänger; Halsbandanhänger, Hals-, Arm- und Fußkettchen, Armulette; Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente und Uhren, natürliche oder künstliche Edelsteine aller Art und für jeden Zweck, Schmucksteine, echte und unechte Schmuckwaren, Schmuckornamente, Anhänger für Uhrketten sind identisch.

4. Brieföffner und Brieföffner vollständig oder überwiegend aus Glas sind identisch, da auch die der angegriffenen Marke aus Glas sein können.

5. Handtaschen, Aktentaschen, Einkaufstaschen, Reisetaschen, Sporttaschen, Schulranzen, Packsäcke und Rucksäcke, Kleinlederwaren, einschließlich Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Reiseneccessaires, Toilettenbeutel und -taschen und Taschen, Handtaschen sind identisch soweit Taschen und Handtaschen beansprucht werden. Schulranzen, Packsäcke und Rucksäcke sind hochgradig ähnlich mit Taschen, da diese häufig derselben Marke gekennzeichnet und sogar teilweise als Sets angeboten werden. Dasselbe gilt für das Verhältnis zwischen Kleinlederwaren und Handtaschen und zwischen Toilettenbeutel und (Toiletten-)Taschen.
6. Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche; Küchengegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut und kunstgewerbliche Gegenstände aus Glas, Tierfiguren aus Glas, Hohlgläser, Kerzenleuchter aus Glas, Geschirr und Besteck aus Glas, Fruchtschalen aus Glas sind identisch soweit es um Glaswaren geht und hochgradig ähnlich mit den nämlichen Produkten aus Porzellan und Steingut, da es sowohl im unteren Preisniveau (IKEA) als auch in der gehobenen Preisklasse (Rosenthal) Beispiele gibt, wo Glas und Porzellan unter derselben Marke angeboten werden.
7. Bekleidungsstücke, einschließlich Sport- und Freizeitbekleidung; Schuhe, Schuhwaren und Stiefel, einschließlich Sport- und Freizeitschuhe und -stiefel; Strümpfe, Strumpfhosen, Socken; Krawatten, einschließlich Binder, Handschuhe, Kopfbedeckungen, einschließlich Stirn- und Schweißbänder, Gürtel, Hosenträger, auch aus Leder; Gürtelschnallen

Bekleidung, insbesondere Handschuhe, Halstücher, Gürtel und Schuhe.

Kleine Schmuckgegenstände aus Glas, Kunststoff oder unedlem Metall für den persönlichen Gebrauch, insbesondere Glassteinteilchen, Metallplättchen und Kunststoffteile auf durchsichtigen Plastikträgern zum Aufbügeln auf Textilien; Leder und Metall; Knöpfe, Schließen und Spangen aus Glas, Bänder und künstlichen Steinen, Zierbänder, Reißverschlüsse.

Die Waren der angegriffenen Marke sind auch im Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke identisch enthalten, wobei Gürtelschnallen unter den Oberbegriff, "Schließen" fallen.

Die übrigen Waren sind durchschnittlich ähnlich bis nicht ähnlich, da ganz enge Beziehungen weder vorgetragen noch sonst feststellbar sind.

Zugunsten der Markeninhaberin wird von einer eingeschränkten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ausgegangen. Die tatsächliche Entwicklung der üblichen Bildung von Unternehmenskennzeichen führt nach der allgemeinen Lebenserfahrung verstärkt zu Abkürzungen. Sie gestattet es deshalb nicht mehr, derartigen Abkürzungen allgemein die Namensfunktion abzusprechen (BGH WRP 2001, 273, 274 - DB Immobilienfonds). Ob dieser Trend zu Buchstabenabkürzungen dazu führt, daß Buchstabenkennzeichen von Haus aus als eher schwach kennzeichnend anzusehen sind, oder ob der Grad der Kennzeichnungskraft, wie bei aussprechbaren Wortzeichen davon abhängt, ob beschreibende Anklage oder eine Vielzahl von benutzten ähnlichen Marken die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke schwächen, kann für diese Entscheidung dahinstehen, denn auch bei unterdurchschnittlicher Kennzeichnungskraft hält die angegriffene Marke den erforderlichen Markenabstand bei identischen und hochgradig ähnlichen Waren nicht ein. Die Marken sind hinsichtlich der Buchstaben "SWR"

identisch und unterscheiden sich nur im Hinblick auf die angehängte Ziffer. Beim Markenvergleich ist von dem das Kennzeichenrecht beherrschenden Grundsatz auszugehen, daß bei der Beurteilung der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen abzustellen ist. Dieser Grundsatz beruht auf der Erwägung, daß der markenrechtliche Schutz von der eingetragenen Gestaltung der Marke auszugehen hat und eine Ähnlichkeit der Marke mit einem angegriffenen Zeichen nur in Bezug auf die konkrete Form in der dieses verwendet wird, festgestellt werden kann. Dies schließt aber nicht aus, daß einem einzelnen Zeichenbestandteil unter Umständen eine besondere, das gesamte Zeichen prägende Kennzeichnungskraft beizumessen ist und deshalb bei Übereinstimmung von Zeichen in dem jeweils (allein) prägenden Bestandteil die Gefahr einer Verwechslung der beiden Gesamtbezeichnungen zu bejahen ist (vgl. BGH Mitt 2000, 65, 66 - RAUSCH/ELFI RAUCH mwNachw). Worten oder Buchstabenkombinationen angehängte Ziffern sind dem Verkehr allgemein als Hinweis auf besondere Qualität (Handelsklasse I, II...) bzw Fortsetzungen oder Weiterentwicklungen bekannt (zB VW Golf I bis VI; Der Weiße Hai 1 und 2; Radioprogramme Bayern 1 bis 5 BRAVO-Hits 1-30). Somit ist SWR bei dem angegriffenen Zeichen alleine prägend, weshalb klangliche und schriftbildliche Ähnlichkeit gegeben ist, was zur Folge hat, daß bei identischen und hochgradig ähnlichen Waren Verwechslungen nicht ausgeschlossen werden können.

Soweit die gegenüberstehenden Waren den Bereich der hochgradigen Ähnlichkeit verlassen, reicht der Markenabstand zur Vermeidung von Verwechslungen aus.

Eine Kostenauflegung (§ 71 Abs 1 S 1 MarkenG) ist nicht veranlaßt.

Winkler

Dr. Fuchs-Wisseemann

Sekretaruk

Hu