



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 233/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angegriffene Marke 301 10 828

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 27. Juni 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann und der Richterinnen Winter und Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Für die Waren

"Transportable begehbare Kleinbauten, Pavillons, Stahlhallen und Container, soweit in Klasse 6 und 19 enthalten"

eingetragen ist unter 301 10 828 die Wortmarke

Little brother.

Widerspruch wurde erhoben aus der unter 300 28 670 eingetragenen Wort/Bildmarke



nach Teillöschung noch bestimmt für folgende Waren und Dienstleistungen

"Seife; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Kerzen; Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel, Scheren und Rasierapparate; Brillen, Sonnenbrillen, Brillenfassungen und -gestelle; Software, insbesondere Computerspiele; bespielte Bild-, Ton- und Bildtonträger, insbesondere Videokassetten, Bildplatten, Compactdiscs, Mini-Discs, Schallplatten, analoge und digitale Tonkassetten und Bänder; kodierte Telefonkarten; Bildschirmschonerprogramme; jegliche Bild-, Ton- und Bildtonträger umfassen keinerlei Karaoke-Aktivitäten; Edelmetalle und deren Legierung sowie daraus hergestellte und damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten, insbesondere kunstgewerbliche Gegenstände, Gürtelschnallen, Ziergegenstände, Tafelgeschirr (ausgenommen Bestecke) und Tafelaufsätze; Juwelierwaren, Schmuckwaren einschließlich Modeschmuck; Manschettenknöpfe, Broschen, Krawatten- und Anstecknadeln, Schlüsselanhänger, Halsbandanhänger, Hals-, Arm- und Fußkettchen, Amulette; Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente; Musikinstrumente; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten, insbesondere Papierhandtücher, Papierservietten, Filterpapier, Papiertaschentücher, Papierschmuck, Briefpapier, Toilettenpapier, Verpackungsbehälter, Verpackungstüten und Einwickelpapier; Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Broschüren, Faltblätter, Prospekte, Programmhefte, Pressemappen, Fotomappen, Bücher, Kalender, Plakate (Poster), nicht codierte Telefonkarten, Eintrittskarten, Einladungskarten, Postkarten; Schreibwaren einschließlich Schreib- und Zeichengeräte, insbesondere Kugelschreiber, Füllfederhalter; Klebstoffe für Papier und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreib-

maschinen- und Büroartikel (ausgenommen Möbel), insbesondere Stempel, Stempelkissen, Stempelfarbe, Brieföffner, Papiermesser, Briefkörbe, Aktenordner, Schreibunterlagen, Locher, Hefter, Büro- und Heftklammern, Aufkleber (auch selbstklebende); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten, insbesondere Hüllen, Beutel, Taschen, Folien; Spielkarten; Drucklettern; Druckstöcke; Waren aus Leder und Lederimitationen und sonstigen Materialien, soweit in Klasse 18 enthalten, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Brillenetuis, Damen- und Herrenhandtaschen, Aktentaschen, Einkaufstaschen, Aktenmappen, Reisetaschen, Sporttaschen, Schulranzen, Rucksäcke, Collegemappen, Beutel für Kleinteile, Börsen, Brustbeutel, Kosmetiketuis, Kulturbeutel, Gürtel, Hosenträger, Kulturtaschen; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Sporttaschen, Schulranzen, Packsäcke und Rucksäcke, Gürtel, Hosenträger; Möbel, Spiegel, Rahmen; Waren, soweit in Klasse 20 enthalten, aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Horn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt, Bernstein, Perlmutter, Meerscham und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen; Dekorationsartikel (Innenausstattung) aus nicht textilem Material; Dosen, Kästen und Kisten aus Holz oder Kunststoff; Figuren (Statuetten) aus Holz, Wachs, Gips oder aus Kunststoff; Kleiderbügel, Kleiderhaken und Kleiderständer (nicht aus Metall); Kunst- und Ziergegenstände aus Holz, Holzersatzstoffen, Wachs, Gips oder aus Kunststoff; Schemel, Schirmständer, Schmuckkästen, Vitrinen, Wachsfiguren, Wanddekorationsartikel, Zeitungshalter und Zeitungsständer; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Putzzeug, rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Waren aus Glas, Porzellan und

Steingut; Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche; Kunstgegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut; Waren für den Haushalt, nämlich Flaschenverschlüsse, Untersetzer, Tischsets, Seifendosen und -schalen, Zahnputzbecher, Zahnbürstenköcher; Pappteller, Pappbecher; Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten, insbesondere Gardinen, Rollos, Haushaltswäsche, Tisch- und Bettwäsche; Bettdecken, Tischdecken, auch aus Kunststoff; Kleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Bänder und Schnürbänder; Knöpfe, Anstecker, Haken und Ösen; künstliche Blumen; Teppiche, Fußmatten, Matten, Linoleum und andere Bodenbeläge; Tapeten (ausgenommen aus textilem Material); Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten; Christbaumschmuck; Biere, Mineralwasser und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken; alkoholische Getränke (ausgenommen Biere); Telekommunikation, nämlich Verbreitung, Verteilung und Weiterleitung 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; Veranstaltung von Reisen und Ausflugsfahrten, insbesondere Einzelreisen, Gruppenreisen, Vereinsreisen, Schülerreisen und Jugendreisen; Veranstaltung von Stadtbesichtigungen; Reisebegleitung; Unterhaltung durch Hörfunk- und Fernsehsendungen/-programmen; Film-, Ton-, Video- und Fernsehproduktionen; Musikdarbietungen; Veröffentlichung und Herausgabe von elektronisch wiedergebbaren Text-, Grafik-, Bild- und Toninformationen, die über Datennetze abrufbar sind; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen; Durchführung von Konzert-, Theater-

und Unterhaltungsveranstaltungen; Veranstaltungen von Sportwettbewerben; Entwickeln und Gestalten von digitalen Ton- und Bildträgern; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten auf Datenbanken; 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; Erstellung von Computerprogrammen und Grafiken; alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen des kompletten Waren- und Dienstleistungsverzeichnis ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother";

sowie aus der unter 399 79 202 eingetragenen Wortmarke

Big Brother

nach Teillöschung noch bestimmt für folgende Waren und Dienstleistungen

"Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Mittel zur Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haare, Zahnpflegemittel, Deodorants für den persönlichen Gebrauch, Seifen, Waschlotionen, Sonnenschutzmittel (soweit in Klasse 3 enthalten); Kosmetik- und Schminkartikel, soweit in Klasse 3 enthalten, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Waren aus unedlen Metallen, nämlich Schilder, insbesondere Emaille- und Blechschilder, Tablett, Schlüsselanhänger, Foto- und Bilderrahmen, Kunstgegenstände; Koffer, Kassetten, Dosen und ähnliche Behälter (soweit in Klasse 6 enthalten), alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; elektronische und elektrotechnische Apparate und Instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Geräte zur Auf-

zeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Verkaufsautomaten, Spiel- und Unterhaltungsautomaten (auch münzbetätigte); Computer sowie Video- und Computerspiele zum Anschluß an Fernsehgeräte und/oder münzbetätigte; Teile aller vorgenannten Waren; Zubehör für Computer, Video- und Computerspiele sowie ähnliche elektronische Apparate, nämlich Steuerknüppel, Handregler, Steuergeräte, Adapter, Module zur Funktionserweiterung sowie zur Erweiterung der Speicherkapazität, Sprachsynthesizer, Lichtschreiber, elektronische 3-D-Brillen, programmierte und unprogrammierte Programm-Kassetten, -Disketten und -Kartuschen sowie Module, Boxen zum Aufbewahren von Kassetten und Kartuschen, Programmrecorder, Zahlentastaturen, elektronische Steuergeräte, Diskettenstationen im wesentlichen bestehend aus Diskettenlaufwerken, Mikroprozessoren und Steuerelektronik; elektronische Datenverarbeitungsgeräte einschließlich Sichtgeräte, Eingabegeräte, Ausgabegeräte, Drucker, Terminals und Speicher, auch als Zusatzgeräte zu einem Grundgerät; Computerprogramme auf Disketten, Bändern, Kassetten, Kartuschen sowie Modulen, Platten, Compactdiscs, Folien, Lochkarten, Lochstreifen und Halbleiterspeichern; elektronische Datenträger; Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; bespielte und unbespielte Tonträger, insbesondere Schallplatten, Compactdiscs, Tonbänder und Tonkassetten (Compact-Kassetten); bespielte und unbespielte Bildträger (soweit in Klasse 9 enthalten), insbesondere Videoplatten (Bildplatten), Compactdiscs (CD Video), -folien, -kassetten und -bänder; belichtete Filme; Brillen einschließlich Blendenschutzbrillen, Brillenfassungen, Brillengestelle, Brillenschutzfutternale, -etuis; photographische, Film-, optische und Unterrichtsapparate; jegliche Bild-, Ton- und Bildtonträger umfassen keinerlei Karaoke-Aktivitäten, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen

ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Land-, Luft- und Wasserfahrzeuge für die Freizeitgestaltung, insbesondere Fahrräder, Surfgeräte und Boote; Teile von Land-, Luft- und Wasserfahrzeugen; Fahrradzubehör, nämlich Fahrradnetze, Fahrradtaschen, Gepäckträger, Klingeln, Luftpumpen; Autozubehör, nämlich Sicherheitskindersitze, Zierstreifen (Dekorstreifen), Sitzbezüge, Zierknöpfe für Schalthebel aus Metall, Kunststoff oder Holz, Sonnenblenden, Sonnenschutz für Fahrzeugscheiben aus Folien und Kunststoff, Autositze, Kindersitze, Surfträger, Fahrradträger, Dachlasttransportgeräte, insbesondere Lastenträger, Ski-träger und Dachkoffer aus Metall und Kunststoff, Armaturverkleidungen aus Kunststoff, Kinderwagen und Teile hiervon, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellt oder damit plattierte Waren, nämlich kunstgewerbliche Gegenstände, Ziergegenstände, Tafelgeschirr (ausgenommen Bestecke), Tafelaufsätze, Schlüsselanhänger, Foto- und Bilderrahmen, Aschenbecher, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Modeschmuck, Manschettenknöpfe, Krawattennadeln, Krawattenklammern; Schnallen, Abzeichen, auch aus Edelmetall oder deren Legierungen hergestellt oder damit plattiert; Armbänder, Arm- und Fußringe und -ketten, Halsschmuckstücke, Broschen, Ohrgehänge; Brillen, Brillengestelle und Brillenteile aus Edelmetallen oder deren Legierungen; Uhren, insbesondere Armband-, Wand-, Tisch- und Standuhren; Zeitmeßinstrumente; Teile der vorgenannten Waren; Etais und Behältnisse für die vorgenannten Waren, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Papier, Pappe (Karton), Papierwaren und Pappwaren (soweit in Klasse 16 enthalten); Druckereierzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Comic-Hefte und -Bücher; Buchstützen, Buchhüllen; Fotografien, Po-

ster, Plakate, Bilder (Drucke und Gemälde); Ausschneidefiguren und -Dekorationen aus Pappe, Schreibwaren, Post- und Grußkarten, Tauschkarten, Namensschildchen aus Papier oder Pappe, Notizbücher, Notiztafeln, Adressbücher, Briefmappen, Aktendecikel und -hefter, Folien-Lochverstärker, Kalender, Alben, Briefbeschwerer, Brieföffner, Schreibunterlagen, Lineale, Radiergummis, Bücher- und Lesezeichen; Schnittmuster und Zeichenschablonen; Abziehbilder (auch solche aus Vinyl und solche zum Aufbügeln), Rubbelbilder, Papier- und Vinylaufkleber, Sticker, Geschenkpapier, Geschenkanhänger aus Papier und Pappe; selbstklebende Kunststofffolien für Dekorationszwecke; Verpackungshüllen und -beutel aus Papier und Kunststoff; gestaltete Video-Leerhüllen; Kreidetafeln, Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren, Schreibgeräte, insbesondere Kugelschreiber und Füller, Schüleretuis (ausgenommen aus Leder), Bleistiftdosen, Bleistifthalter, Bleistiftverlängerer, Bleistiftspitzer, Zeichen-, Mal- und Modellierwaren und -geräte, Pinsel; Künstlerbedarfsartikel, nämlich Farbstifte, Kreide, Malbretter und Malleinwand; Abrollgeräte für Klebebänder, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen, Spielen, Tier- und Pflanzenpräparaten, geologischen Modellen und Präparaten, Globen, Wandtafelzeichengeräten; Spielkarten, Drucklettern, Druckstöcken; Stempel und Stempelfarben, Tinten; bemalte Kunstgegenstände aus Papier, Pappe, Holz und Textilstoffen, Dekorationen für Partyzwecke aus Papier, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Waren aus Leder und Lederimitationen (soweit in Klasse 18 enthalten); aus gewirkten oder gewebten Naturfasern oder Kunstfasern, aus Leder oder Lederimitationen oder aus Kunststoffen bestehende Einkaufstaschen, Reisetaschen, Sporttaschen, Freizeittaschen, Badetaschen, Strandtaschen, Beuteltaschen, Umhängetaschen, Trageta-

schen, Handtaschen, Schultaschen, Schulranzen, Kindertaschen, Aktentaschen, Aktenkoffer, Reisekoffer, Handkoffer, Kleidersäcke, Rucksäcke, Schuhbeutel, Schuhtaschen, Einkaufsnetze, Einkaufskörbe, Kulturbeutel, Damentäschchen, Schminktäschchen und andere, nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepasste Behältnisse; Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen und Schüleretuis; Gürtel; Umhängerriemen (Schulterriemen); Sattlerwaren (soweit in Klasse 18 enthalten); Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Möbel, einschließlich Möbel aus Metall, Kunststoff, Glas und/oder Acrylglas sowie Ledermöbel, ferner Möbelteile; Büro-, Studio-, Garten-, Camping- und Kindermöbel; Spiegel, Rahmen; Bettwaren, nämlich Rahmen, Matratzen und Kissen sowie Polsterbetten; Waren aus Holz oder Holzersatzstoffen, nämlich Platten (ausgenommen für Bauzwecke), Bilderrahmen, Dekorationen, Dekorationsgegenstände, Dübel, Kleiderbügel, Fässer, Hähne, Kästen, Kisten, geschnitzt oder gedrehte Kunstgegenstände, Ziergegenstände, Vorhangleisten; Waren aus Kunststoff, nämlich Bilderrahmen, Dekorationen, Dekorationsgegenstände, Behälter (ausgenommen für Haushalt und Küche), Flaschenkapseln und -stöpsel, Kleiderbügel, Aufhängehaken, Gardinenstangen, -leisten, -gleiter, Nieten, Kisten, Stifte, Tanks, Verpackungsbehälter; Waren aus Kork, Rohr, Bernstein, Perlmutter und Meerscham (soweit in Klasse 20 enthalten); Rollläden und Jalousien für Möbel; Leitern; Briefkästen (nicht aus Metall oder gemauert); aufblasbare Badeinseln und Luftmatratzen; Kissen (soweit in Klasse 20 enthalten), alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Web- und Wirkstoffe (soweit in Klasse 24 enthalten); Textilwaren, nämlich Textilstoffe, Gardinen, Rollos, Haushaltswä-

sche, Bett- und Tischwäsche; Bett- und Tischdecken; textile Lederimitationsstoffe; Webe-Etiketten für Bekleidungs- und Textilprodukte (auch zum Aufbügeln), Stoffabzeichen, Tapeten aus Textilstoffen; Bade- und Handtücher; Taschentücher aus textilem Material; Taschen, Beutel, Rucksäcke, Packsäcke, ungefüllte Necessaires aus Leder, Lederimitationen, Kunststoffen und textilem Material, Etais, Geldbeutel, Brieftaschen und Schlüsseltaschen aus textilem Material, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen, Schuhwaren; Schnürsenkel; Gleitschützer für Schuhe, Stollen und Spikes; Kleidereinlagen, vorgefertigte Kleidertaschen; Stiefel, Hausschuhe, Pantoffeln; Fertigschuhwaren, Straßenschuhe, Sport-, Freizeit-, Trainings-, Jogging-, Gymnastik-, Bade- und Gesundheitsschuhe (soweit in Klasse 25 enthalten), Tennisschuhe; Sportschuhe für Rollerskates-Complets, auch mit versteiften Sohlen; Gamaschen, Ledergamaschen, Strumpfgamaschen, Wickelgamaschen, Schuhgamaschen; Trainingsanzüge, Turnhosen und -trikots, Fußballhosen und -trikots, Tennishemden und -shorts, Bade- und Strandbekleidungsstücke, Badehosen und -anzüge, auch Bikinis, Sport- und Freizeitbekleidungsstücke (einschließlich gewirkter und gestrickter), auch für Trimm-, Jogging- und Gymnastikzwecke, Sporthosen, Trikots, Pullis, T-Shirts, Sweatshirts, Tennis- und Skibekleidungsstücke; Freizeitanzüge, Allwetteranzüge, Strümpfe (Strumpfwaren), Fußballstutzen, Handschuhe, einschließlich Lederhandschuhe, auch aus Kunstleder, Mützen, Stirn- und Schweißbänder, Schals, Kravatten, Gürtel, Windjacken, Regenhäute, Mäntel, Blusen, Jacken, Röcke, Hosen, auch Jeanshosen, Pullover und mehrteilige Kombinationen von Ober- und Unterbekleidungsstücken, Spielführerbinden; Miederwaren, Leibwäsche; Kinderbekleidung, Bekleidungs-Erstausstattungen für Babys, Spielanzüge, alle vorgenannten Wa-

ren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Buttons, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Spiele und Spielzeug (auch elektronische); Puzzles, Geduldsspiele; Masken zum Verkleiden für Spielzwecke, Hobby- und Modellbaukästen mit Beschäftigungsmaterial für Spielzwecke, Spielfiguren aus Kunststoff, Holz, Gummi, Porzellan und anderen Materialien; Spielzeugautos und -lastwagen, Spielzeughüte; elektronische Spielapparate mit und ohne Videobildschirm und Computerspiele; elektronische Taschenspiele; Entspannungsgeräte und -apparate, nämlich Schaukelgeräte, aufblasbare Schwimmbecken und Schwimmspielzeuge, Rutschbahnen, Spielsandkästen, Skateboards, Surfbretter, Rollschuhe, Schlittschuhe; Plüsch- und Stoffpuppen und -tiere sowie Figuren aus Webstoffen, Pelz und anderen Materialien; Puppen, Puppenkleider, Puppenschuhe, Puppenmützen, Puppengürtel, Puppenschürzen; Luftballons; Turn- und Sportgeräte und -artikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Trimmgeräte; Ski-, Tennis- und Angelsportgeräte; Skier, Skibindungen, Skistöcke, Skikanten, Skifelle; Bälle, einschließlich Sport- und Spielbälle; Hanteln, Stoßkugeln, Disken, Wurfspere; Tennisschläger und deren Teile, insbesondere Griffe, Saiten, Griff- und Bleibänder für Tennisschläger, Tischtennis-, Federball-, Squash-, Cricket-, Golf- und Hockeyschläger; Tennis- und Federbälle; Roll- und Schlittschuhe; Tischtennistische; Gymnastikkeulen, Sportreifen, Netze für Sportzwecke, Tor- und Ballnetze, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Fleisch-, Fisch-, Geflügel- und Wurstwaren, Fleisch- und Fischextrakte, konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse, Fleisch-, Fisch-, Geflügel-, Obst- und Gemüsegeallerten, angerichtete Fleisch-, Fisch-, Geflügel-, Gemüse- und Obstsalate, Gelatine für Nahrungszwecke,

Geliermittel zum Selbstzubereiten von Konfitüre und Marmelade, Konfitüren, Eier, Milch, einschließlich Dick-, Sauer-, Butter- und Kondensmilch, Milchprodukte; nämlich Butter, Käse, Sahne, Joghurt, Quark, Kefir, Frischkäse, Crème Fraiche, Dessert aus Joghurt, Quark und/oder Sahne, Milchwischgetränke mit überwiegendem Milchanteil (auch mit Fruchtzusätzen), Milchgetränke, auch mit Zusatz von Früchten; Trockenmilch für Nahrungszwecke, Speiseöle und Speisefette, Fleisch-, Fisch-, Obst-, Gemüse- und Suppenkonserven, auch tiefgekühlt; Fertiggerichte als Konserven und als Tiefkühlkost, hauptsächlich bestehend aus Fleisch und/oder Fisch und/oder Gemüse und/oder zubereitetem Obst und/oder Teigwaren und/oder Kartoffeln und/oder Reis, sauer konserviertes Obst und Gemüse, Mayonnaise, Remoulade, gekörnte Brühen, Suppen, vegetarische Fertiggkost aus Pflanzen, Gemüse und/oder zubereitetem Obst, Kräutern, Nüssen und Getreide; Eiweißkonzentrate und -präparate als Zusatz zu Nahrungsmitteln oder zu Zubereitung von Mahlzeiten; pflanzliches Eiweiß zur Herstellung von Nahrungsmitteln, ausgenommen Getränke, insbesondere aus Sojabohnen hergestellt; Tofu; im wesentlichen aus Gemüse, Obst, Getreide, Kräutern, Samen, Blütenpollen und/oder Gewürzen hergestellte Brotaufstriche sowie Cremes und Pasten; hauptsächlich aus Getreide oder zubereitetem Gemüse bestehende Mischung zur Herstellung von Bratlingen; hauptsächlich aus Soja bestehender Würstchen, Frucht- und Gemüsemus, Frucht- und Gemüsepasten einschließlich Nußmus, Fruchtschnitten aus getrockneten Früchten, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Traubenzucker für die Ernährung, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel, Kaffee- und Tee-Extrakte; Kakaopulver; Kaffee-, Tee-, Kakao- oder Schokoladenge Getränke (einschließlich Instantgetränke); Kaffee- oder Kakaoprä-

parate für die Herstellung von alkoholischen oder alkoholfreien Getränken; Milchmischgetränke mit Kakao oder Kaffeezusatz; Mehle; für die menschliche Ernährung zubereitete Getreide, insbesondere Hafer- oder andere Getreideflocken, auch gesüßt, gewürzt oder aromatisiert; aus vorstehenden Getreideerzeugnissen hergestellte Nahrungszubereitungen, insbesondere Frühstücksnahrungsmittel und Knabberartikel, auch in Mischung mit getrockneten Früchten und Nüssen; Kartoffelmehl, Grieß, Teigwaren, Nudelfertiggerichte und -konserven; Brot, Biskuits, Kuchen und andere Backwaren, insbesondere Salz-, Laugen- und Süßgebäck als Knabberartikel; Dauerbackwaren, insbesondere Knäckebrötchen, Knuspergebäck und Kekse; Schokolade; Konditorwaren, insbesondere Schokoladenwaren und Pralinen, auch mit einer Füllung aus Obst, Kaffee, alkoholfreien Getränken, Wein und/oder Spirituosen sowie aus Milch oder Milcherzeugnissen, insbesondere Joghurt; Speiseeis und Speiseeispulver; Zuckerwaren, insbesondere Bonbons und Kaugummis; Honig, Invertzuckerkrem, Fruchtsirup, Melassesirup; streichfähige Kakaomassen, Brotaufstrich unter Verwendung von Zucker, Kakao, Nougat, Milch und Fetten; Hefe, Backpulver, Essenzen für Backzwecke (ausgenommen ätherische Öle); Speisesalz, Senf, Pfeffer, Essig, Soßen (ausgenommen Salatsoßen), Ketchup, Gewürze und Gewürzmischungen; Puddingdesserts; Aromastoffe für Nahrungsmittel (soweit in Klasse 30 enthalten), alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Biere; Milchmischgetränke auf der Grundlage von Milch und Fruchtsaft zu gleichen Teilen; Molkengetränke; Mineralwässer und kohlen-säurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere alkoholfreie Präparate für die Zubereitung von Getränken; Obst- und Gemüsesäfte als Getränke, isotonische alkoholfreie Getränke, alle vorgenannten

Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Produktion von Filmen und Videos sowie anderen Bild- und Tonprogrammen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art, auch für Kinder und Jugendliche; Organisation und Durchführung von Show-, Quiz- und Musikveranstaltungen sowie Veranstaltungen von Wettbewerben im Unterhaltungs- und Sportbereich, auch zur Aufzeichnung oder als Live-Sendung im Rundfunk oder Fernsehen; Produktion von Fernseh- und Rundfunkwerbesendungen, einschließlich entsprechender Gewinnspiel-sendungen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs- und Sportbereich; Veranstaltung von Fernkursen; Produktion von Reproduktion, Vorführung von Vermietung von Ton- und Bildaufnahmen auf Video- und/oder Audio-Kassetten, -Bändern und -Platten, Vorführung und Vermietung von Video- und/oder Audio-Kassetten, -bändern und -platten; Vermietung von Fernsehempfangsgeräten; Theateraufführungen, Musikdarbietungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckerzeugnissen, auch solche für Kinder und Jugendliche, alle vorgenannten Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother"; Vergabe von Rechten an Filmen, Fernseh- und Videoproduktionen sowie anderen Bild- und Tonprogrammen für Rechnung Dritter; Vermittlung, Verleih (Vermietung) und sonstige Verwertung von Rechten an Filmen; Fernseh- und Videoproduktionen sowie anderen Bild- und Tonprogrammen; Verwaltung und Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten für andere; Verwertung von Film- und Fernsehnebenrechten auf dem Gebiet des Merchandising; fernseh- und rundfunktechnische Beratung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, einschließlich Video- und Computerspielen; Fotografieren, alle vorgenannten

Waren bzw. Dienstleistungen ausschließlich bezogen auf die Fernsehshow "Big Brother".

Die Markenstelle für Klasse 6 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch Beschluss eines Beamten des höheren Dienstes die Widersprüche zurückgewiesen wegen fehlender Verwechslungsgefahr.

Die Bezeichnung "Big Brother" habe zwar einen hohen Bekanntheitsgrad für eine Fernsehsendung, für die von den Widerspruchsmarken beanspruchten Waren und Dienstleistungen sei diese aber nicht bekannt. Es lägen absolut unähnliche Waren vor. Zudem bestehe weder klanglich noch schriftbildlich oder begrifflich eine erhebliche Markenähnlichkeit. Der in den Widerspruchsmarken anklingende Bezug auf den Orwell-Roman "1984" fehle in der jüngeren Marke, so dass auch keine assoziative Verwechslungsgefahr bestehe.

Die Widersprechende hat Beschwerde eingelegt. Zur Begründung führt sie im wesentlichen aus, die Ähnlichkeit der Waren der Vergleichsmarken ergebe sich aus den Produktionsverhältnissen, insbesondere der Kontrollverantwortung kraft denkbarer lizenzvertraglicher Verbindungen. Angesichts des aufwendigen Merchandisings der Widersprechenden sei dies dem Publikum auch bekannt. Auch zu den Dienstleistungen Beherbergung und Verpflegung von Gästen bestehe Ähnlichkeit da diese Dienstleistungen in Bezug auf die Nutzung zu Wohnzwecken der von der jüngeren Marke beanspruchten Bauten erbracht werden könnten. Zudem bestehe ein gemeinsamer Verwendungszweck. Die Markenähnlichkeit ergebe sich jedenfalls in begrifflicher Hinsicht, da die Vergleichsmarken sich ergänzende Begriffspaare bildeten.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle vom 27. Juni 2003 aufzuheben.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen,

hilfsweise

auf der Grundlage des in der mündlichen Verhandlung durch den Zusatz eingeschränkten Warenverzeichnisses:

"sämtliche Waren nicht bestimmt für Fernseh-Serienshows, die (die Shows) nach ihrer Art darauf gerichtet sind, einzelne Menschen über längere Zeit öffentlich zu beobachten".

Ergänzend wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Die angegriffene Marke ist nicht gemäß § 9 Abs 1 Nr 2, § 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG zu löschen, weil sie der Widerspruchsmarke nicht so ähnlich ist, dass die Gefahr von Verwechslungen besteht.

1. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH in st Rspr, vgl WRP 2004, 1281 – Mustang; WRP 2004, 907 – Kleiner Feigling).

Die Wechselwirkung der zu berücksichtigen Faktoren darf jedoch nicht so weit gehen, dass eine völlig fehlende Marken- oder Waren/Dienstleistungsähnlichkeit von den anderen Tatbestandsmerkmalen der Verwechslungsgefahr kompensiert werden kann (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 28, 65).

Bei seiner Entscheidung geht der Senat von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken aus, da aus der möglichen Bekanntheit der Fernsehsendung "Big Brother" für die hier vorliegenden Widerspruchsmarken nichts anderes hergeleitet werden kann.

Die Fernsehshow "Big Brother" mag zwar einen gewissen Bekanntheitsgrad genießen, zu Einschaltquoten und Zuschauerverhalten wurde jedoch nichts dargelegt.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass sich der Titel der Sendung bewusst an den von George Orwell in seinem Roman "1984" kreierten und dem Verkehr allgemein bekannten Begriff "Big Brother is watching you" anlehnt und daher die Idee der totalen Überwachung zur Idee der Sendung macht.

Daher ergibt sich eine relative Bekanntheit lediglich des Titels der Fernsehshow aufgrund der Diskussion der Sendung in den Medien insb. unter Datenschutzgesichtspunkten und im Hinblick auf die Gefahr der Verwässerung des Gefühls für den Schutz der Privatsphäre und des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung nicht jedoch der Marke "Big Brother" in Verbindung mit bestimmten Waren.

Der Titel der Fernsehshow steht auch stets in Verbindung mit der Erörterung des Gedankens der von der Fernsehshow beabsichtigten vollständigen Überwachung der - ursprünglich in einem Container - abgeschotteten Menschen und der Hintergründe.

Auch hieraus wird deutlich, dass im Mittelpunkt stets die überwachten Menschen und ihre Handlungen stehen und zwar mehr oder weniger losgelöst von Räumen und Gegenständen. Eine Bekanntheit der Marke "Big Brother" in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen lässt sich daher nicht herleiten.

Aus dem im Mittelpunkt der Fernsehshow stehenden Gedanken der vollständigen Überwachung läßt sich vielmehr hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen betreffend den Telekommunikationsbereich sowie die Datengewinnung und –verarbeitung sowie die Filmproduktion, für die "Big Brother" insoweit einen beschreibenden Anklang hat, eine Kennzeichnungsschwäche und damit ein reduzierter Schutzzumfang annehmen.

Hinsichtlich der übrigen Waren und Dienstleistungen, die weder mit der konkreten Zielsetzung der "Big Brother" Fernsehshow nämlich der umfassenden Überwachung der Akteure noch mit dem Bereich Filmproduktion im weiteren Sinne in Zusammenhang stehen, ist zugunsten der Widersprechenden von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen.

2. Da Benutzungsfragen nicht angesprochen sind, ist bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr die Registerlage entscheidend.

Eine Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren und Dienstleistungen ist anzunehmen, wenn diese unter Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander kennzeichnen - insbesondere ihrer Beschaffenheit, ihrer regelmäßigen betrieblichen Herkunft, ihrer regelmäßigen Vertriebs- oder Erbringungsart, ihrem Verwendungszweck und ihrer Nutzung, ihrer wirtschaftlichen Bedeutung, ihrer Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte und Leistungen oder anderer für die Frage der Verwechslungsgefahr wesentlicher Gründe - so enge Berührungspunkte aufweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein können, sie stammten aus demselben oder gegebenenfalls wirtschaftlich verbundenen Unternehmen, sofern sie mit identischen Marken gekennzeichnet sind (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG 7. Aufl., § 9 Rdn 57). Dabei reicht der Umstand, dass sich die Waren in irgendeiner Hinsicht ergänzen können, zur Feststellung der Ähnlichkeit noch nicht aus. Vielmehr ist eine gegenseitige Ergänzung in dem Sinne notwendig, dass dadurch die Annahme gemeinsamer oder doch miteinander verbundener Ursprungsstätten nahegelegt wird und damit auch

der Kontrolle und Qualitätsverantwortung desselben Unternehmens (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 105). Dabei ist für die Beurteilung der Warenähnlichkeit nur auf die Waren abzustellen, für die die Marken Schutz genießen (vgl BGH GRUR 2003, 428 BIG BERTHA). Dagegen lässt sich aus der Erteilung von Lizenzen für andere als diejenigen Waren, für die der Markenschutz gilt, kein Anhaltspunkt für eine Warenähnlichkeit ableiten, die Erteilung von Vermarktungsrechten zum Zwecke der Verkaufsförderung lässt den Warenähnlichkeitsbereich grundsätzlich unberührt (vgl BGH GRUR 2004, 594 Ferrari-Pferd).

Daher liegt eine Warenähnlichkeit dann vor, wenn das Publikum glauben könnte, dass die betroffenen Waren aus demselben Unternehmen oder ggf aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Dabei ist für die Ähnlichkeit der Waren nicht die Feststellung gleicher Herkunftsstätten entscheidend, sondern die Erwartung des Verkehrs von einer Verantwortlichkeit desselben Unternehmens für die Qualität der Waren (vgl BGH, GRUR 1999, 731 Canon II).

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze sind die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen nicht als ähnlich anzusehen, da sich unter keinem der oben genannten Gesichtspunkte hinreichend deutliche Berührungsmöglichkeiten der Waren und Dienstleistungen ergeben können.

Bei den Vergleichswaren handelt es sich einmal um Bauten, auf der anderen Seite um Ausstattungs- bzw Einrichtungsgegenstände sowie Gegenstände des täglichen Bedarfes. Diese Gegenstände können zwar innerhalb dieser Bauten verwendet werden, daraus ergibt sich aber weder ein gemeinsamer Verwendungszweck noch eine gleiche Nutzung oder eine irgendwie geartete Bezogenheit aufeinander. Die gegenüberstehenden Waren ergänzen sich auch nicht oder sind aufeinander abgestimmt, da die "aufnehmenden Bauten" insoweit ohne Bezug zu den von den Widerspruchsmarken beanspruchten Gegenständen sind.

Im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der Widerspruchszeichen sind die beanspruchten Waren ausschließlich für die Fernsehshow "Big Brother" bestimmt. Es liegt insoweit ein eingeschränkter Verwendungszweck dieser Waren vor.

Im einzelnen handelt es sich bei den Widerspruchswaren, die zwar grundsätzlich zur Ausstattung von Bauten dienen können wie "Teppiche, Linoleum und andere Bodenbeläge; Tapeten (ausgenommen aus textilem Material); Gardinen, Rollos" jedoch um Waren, die üblicherweise nicht mehr zum Lieferumfang von transportablen Bauten bzw Containerbauten gehören. Nach den Feststellungen des Senats werden von Container-Lieferanten Zusatzausstattungen für spezielle Verwendungszwecke zwar uU auf besonderen Wunsch bereitgestellt - auch als Mietobjekte. Sie gehören aber nicht zum üblichen Standardlieferangebot der Hersteller transportabler Bauten, Pavillons, Stahlhallen und Container, so dass der Verkehr nicht annehmen wird, dass diese Waren vom selben Hersteller stammen.

Das gleiche gilt für die technisch ausgerichteten Waren, die zu den Ausstattungsgegenständen rechnen, so gehört der Einbau von Elektronikinstallationen zB von Überwachungskameras oder Mikrofonen nicht zur Grundausstattung der betreffenden Bauten sondern zählt zu einer Spezialausstattung, für die der Verkehr auch einschlägige Fachfirmen als Hersteller erwartet.

Da transportable Bauten ebenso wie Pavillons und Hallen der Lagerung oder dem Transport von Gegenständen, aber auch der vorübergehenden Unterbringung von Personen dienen können, ist die Fallgestaltung vergleichbar mit der Situation bei Fertighäusern, für die eine Ähnlichkeit hinsichtlich der Ausstattungsteile "Badewannen, Waschtische, Reihenwaschanlagen" festgestellt wurde sowie hinsichtlich von Bauteilen wie "Treppen, Türen, Fenster, Wände" (vgl Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Aufl S 95). Da es sich dabei sämtlich um Waren handelt, die zum einen eine gewisse Lebensdauer aufweisen, zum anderen eine gewisse feste Verbindung mit dem Haus aufweisen, ist bei den obengenannten Widerspruchswaren, die diese Eigenschaften nicht aufweisen, eine Warenähnlichkeit nicht mehr anzunehmen.

So sind die Waren wie "Möbel, Spiegel" sowie alle Waren, die unter den Begriff Dekorationsgegenstände oder Waren für Haushalt oder Küche fallen, bewegliche und beliebig austauschbare Einrichtungsgegenstände je nach Stilrichtung bzw Verwendungszweck der Räumlichkeiten. Da es sich um Waren handelt, die sich

sowohl am persönlichen Geschmack als auch nach Moderichtungen orientieren und für die es daher eine Vielfalt an unterschiedlichen Anbietern gibt, wird der Verkehr nicht erwarten, dass sie von denselben Herstellern angeboten werden, zumal ihre Fabrikation ein ganz anderes "know how" und Fertigungseinrichtungen benötigt als bei den angegriffenen Waren.

Die weiteren Widerspruchswaren dienen überwiegend dem persönlichen Gebrauch und Verbrauch und stehen in keinem Bezug zu Räumen.

Damit lässt sich zum einen nicht feststellen, dass die gegenüberstehenden Waren im allgemeinen von demselben Hersteller stammen, zum anderen gibt es auch keine weiteren Anhaltspunkte dafür, dass der Verkehr eine Verbindung der Vergleichswaren dergestalt herstellen würde, dass er einen irgendwie gearteten wirtschaftlichen Zusammenhang zwischen beiden Markeninhabern herstellt (vgl. BGH GRUR 2001, 507 EVIAN-REVIAN).

Im übrigen sind mögliche lizenzvertragliche Verbindungen, auf die sich die Widersprechende beruft insoweit ohne Belang, solange sie nicht durch eine ständige Praxis Einfluss auf das Verbraucherbewusstsein gewonnen haben.

So ist dem Verkehr der Vertrieb von Merchandisingartikeln insbesondere rund um Kino- oder Fernsehfilmproduktionen zwar bekannt. Gleichwohl nimmt er ohne besondere Umstände nicht an, dass die Merchandisingprodukte, die meist zu den Bereichen Textilwaren oder persönliche Gebrauchsgegenstände zählen, die von den in den jeweiligen Branchen tätigen Unternehmen stammen, unter einem "lizenzvertraglichen Dachunternehmen" einzuordnen sind. Die Annahme lizenzvertraglicher Verbindungen setzt nämlich voraus, dass dem Publikum zum einen die Waren/Dienstleistungen unter den Widerspruchsmarken bekannt sind und dass dabei auch die Übung besteht, die Markenverwendung durch Dritte zu lizenzieren.

Auch in Bezug zu den Dienstleistungen der Widersprechenden ist keine Ähnlichkeit der angegriffenen Waren festzustellen.

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Dienstleistungen und Waren zueinander ist auf die og entsprechenden Kriterien bei der Beurteilung von Waren zueinander abzustellen, wobei die Ähnlichkeit von Dienstleistungen und Waren von vorneherein problematischer ist, weil grundlegende Abweichungen zwischen der Erbringung einer unkörperlichen Dienstleistung und der Herstellung bzw dem Vertrieb einer körperlichen Ware bestehen (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 126).

Dabei reicht es nicht, dass der Verkehr von einer unselbständigen Nebenleistung oder –ware ausgeht, sondern bei den beteiligten Verkehrskreisen muß der Eindruck aufkommen, dass Ware und Dienstleistung der Kontrolle desselben Unternehmens unterliegen.

Im vorliegenden Fall ergeben sich aber keine Anhaltspunkte dafür, dass sich Hersteller von transportablen Bauten usw auch selbständig gewerblich auf dem von der Widersprechenden beanspruchten Dienstleistungsbereich betätigen genauso wenig wie dafür, dass sich die Widersprechende selbständig mit der Herstellung bzw dem Vertrieb von transportablen Bauten usw befasst.

So ist insbesondere eine Ähnlichkeit zu verneinen in Fällen, in denen die Waren und Dienstleistungen lediglich miteinander in Berührung kommen, was vor allem die bei der Dienstleistung verwendeten Waren betrifft, soweit sie vom Dienstleistungsunternehmer nicht auch selbständig vertrieben werden. So kann der Umstand, dass die von der Widersprechenden beanspruchten Dienstleistungen unter Verwendung von Containern erbracht werden, noch keine Ähnlichkeit zu diesen begründen.

Bei Zugrundelegung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken in ihrer Gesamtheit und völlig fehlender Waren und Dienstleistungsähnlichkeit der Vergleichsmarken ist von fehlender Verwechslungsgefahr auszugehen, da die gänzlich fehlende Ähnlichkeit der Waren/Dienstleistungen nicht durch die anderen Tatbestandsmerkmale der Verwechslungsgefahr ausgeglichen werden kann.

3. Aber auch bei Annahme der Warenähnlichkeit der Vergleichsmarken würde sich kein anderes Ergebnis zeigen, da die sich gegenüberstehenden Marken einen Abstand einhalten, der selbst bei Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit noch ausreichen würde.

So ist bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit maßgeblich auf den jeweiligen Gesamteindruck der Zeichen abzustellen, der bei mehrgliedrigen Marken auch durch einzelne Bestandteile geprägt werden kann. Dabei nimmt der Verkehr eine Marke so auf, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 152). Dabei können auch kennzeichnungsschwache oder schutzunfähige Elemente den Gesamteindruck einer Marke mitbestimmen oder sogar wesentliches Gewicht für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr erlangen (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 345, 409). Diese dürfen deshalb nicht von vornherein unberücksichtigt bleiben, auch wenn sie für sich gesehen keine selbständig kollisionsbegründende Wirkung zu entfalten vermögen.

In ihrer Gesamtheit unterscheiden sich die Vergleichsmarken indessen klar und unverwechselbar in allen für die Beurteilung des Gesamteindrucks wesentlichen Kriterien.

So hat die angegriffene Marke keine entsprechende graphische Gestaltung wie die Wort-Bild-Widerspruchsmarke 300 28 670 mit den hinterlegten etikettenhaftigen Bildbestandteilen. Zum anderen besteht sie in ihrem zweiten Wortbestandteil aus einem von der Wort-Widerspruchsmarke abweichenden Wortbestandteil.

Allerdings kommt Verwechslungsgefahr dann in Betracht, wenn der in den Vergleichsmarken übereinstimmende Wortbestandteil "Brother" in den Widerspruchsmarken allein kollisionsbegründend prägen würde.

Bei mehrteiligen Marken kommt eine Verwechslungsgefahr dann in Betracht, wenn Ähnlichkeiten in Einzelbestandteilen vorliegen, die die jeweilige Marke kollisionsbegründend prägen können. Selbständig kollisionsbegründend ist einer von

mehreren Markenbestandteilen nach der Rechtsprechung des BGH dann, wenn er den Gesamteindruck der mehrgliedrigen Marke prägt und wenn die übrigen Markenteile für die angesprochenen Verkehrskreise in einer Weise zurücktreten, dass sie für den Gesamteindruck vernachlässigt werden können (vgl. Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 374). Dabei stellt sich bei der Beurteilung der prägenden Bedeutung eines Markenteils zunächst die Frage, ob für den Verkehr überhaupt Veranlassung besteht, sich nur an einem einzelnen Markenbestandteil zu orientieren. Das muß insbesondere bei Marken verneint werden, die sich als einheitliche Gesamtbegriffe darstellen (vgl. Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 403).

Im vorliegenden Fall kommen weder dem Adjektiv "Big" noch dem Substantiv "Brother" eine eigenständige Bedeutung zu, ihre eigentliche Bedeutung erhalten beide Bestandteile erst in ihrer Kombination. Die Bedeutung des Gesamtbegriffs hat seinen Ursprung aus dem George Orwell-Roman "1984" und ist in dieser übertragenen Bedeutung im Sinne der "allgegenwärtigen Kontroll- oder Überwachungseinrichtung" insbesondere durch den Staat oder auch andere Organisationen (vgl. <http://www.planet-wissen.de>) dem allgemeinen Verkehr gut bekannt und wird auch in diesem übertragenen Sinne in der von der Widersprechenden angeführten Fernsehsendung "Big Brother" verwendet. So hat die Widersprechende selbst in dem Widerspruchsverfahren der Widerspruchsmarke "Brother" mit Schriftsatz vom 15. März 2002 gegenüber dem Deutschen Patent- und Markenamt erklärt, "Der Verkehr verstehe die Marke "Big Brother" nämlich als aus der Literatur abgeleiteten Begriff ("Big Brother is watching you..."), der auch der Konzeption der Fernsehstaffeln "Big Brother" zugrunde liege."

Die angesprochenen Verkehrskreise werden daher in dem einzelnen Bestandteil "Brother" keinen kennzeichnenden Bestandteil sehen, sondern wegen deren allgemein bekannter übertragener Bedeutung stets die besondere Zusammengehörigkeit der Bestandteile erkennen. Diese wird auch von der Fernsehsendung nicht überlagert, da diese den Gedanken der umfassenden Überwachung bewusst aufgreift. So macht auch gerade die Verbindung mit dem Adjektiv "Big" das

Über-/Unterordnungsverhältnis gegenüber der überwachenden Institution deutlich, der Verkehr ist daher nicht veranlasst, die Kombination auf den Bestandteil "Brother" zu verkürzen, da er damit der Bezeichnung den beabsichtigten besonderen Sinngehalt nehmen würde.

4. Eine unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr besteht entgegen der Ansicht der Widersprechenden ebenfalls nicht. Diese setzt voraus, dass sich Wörter gegenüberstehen, die ihren Sinn nach vollständig oder doch im wesentlichen übereinstimmen, also Synonyme darstellen. Entferntere Begriffsähnlichkeiten oder Anklänge reichen dagegen nicht aus (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 215, 216). Da dem allgemeinen Verkehr zum einen der Begriff "Big Brother" nicht zuletzt aus der gleichnamigen Fernsehserie bekannt ist und die Bestandteile der Vergleichsmarken zudem aus Begriffen des englischen Grundwortschatzes gebildet sind, ist ihm der jeweils anderslautende Bedeutungsgehalt der Vergleichsmarken bewusst. So erfährt das Substantiv "Brother" gerade durch die Verbindung mit dem Adjektiv "Little" oder "Big" seine nähere Konkretisierung, wobei "klein" und "groß" ein Gegensatzpaar darstellen und nicht synonym verwendet werden.

5. Es besteht auch nicht die Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden können. Die Annahme einer mittelbaren Verwechslungsgefahr setzt demnach voraus, dass die beteiligten Verkehrskreise zwar die Unterschiede zwischen den Vergleichsmarken erkennen und insoweit keinen unmittelbaren Verwechslungen unterliegen, gleichwohl einen in beiden Marken übereinstimmend enthaltenen Bestandteil als Stammzeichen der Inhaberin der älteren Marke werten, diesem Stammbestandteil also für sich schon die maßgebliche Herkunftsfunktion beimessen und deshalb die übrigen abweichenden Markenteile nur noch als Kennzeichen für bestimmte Warendienstleistungen aus dem Geschäftsbetrieb des Inhabers der älteren Marke ansehen (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 466). Dabei sprechen gegen eine mittelbare Verwechslungsgefahr ebenso wie gegen eine unmittelbare Verwechslungsgefahr die abweichenden Markenteile insbesondere dann, wenn sie sich mit dem gemeinsamen Bestandteil zu eigenen,

in sich geschlossenen Gesamtbegriffen verbinden, die von der Vorstellung weg-führen, es handele sich um Serienmarken eines Unternehmens (vgl Ströbele/Hacker aaO § 9 Rdn 493).

Im vorliegenden Fall führt eine gesamtbegriffliche Verbindung zu dem Begriff "Big Brother" von der Vorstellung weg, das Markenelement "Brother" stelle den Stammbestandteil von Serienmarken dar (vgl BGH GRUR 2004, 779 Zwilling/Zweibruder; GRUR 1999, 735 POLYFLAM/ MONOFLAM).

6. Für die Annahme einer Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne ergeben sich ebenfalls keine Anhaltspunkte. Voraussetzung hierfür ist, dass die beiderseitigen Kennzeichnungen als unterschiedlich und als solches verschiedene Unternehmen aufgefasst werden, aber gleichwohl aufgrund besonderer Umstände darauf geschlossen wird, dass zwischen diesen Unternehmen Beziehungen geschäftlicher, wirtschaftlicher oder organisatorischer Art bestehen. So ist hierfür in der Regel erforderlich, dass sich die ältere Marke zu einem im Verkehr bekannten Unternehmenskennzeichen entwickelt hat (vgl Ströbele/Hacker § 9 aaO Rdn 504), was sich in dem hier vorliegenden Fall nicht feststellen lässt.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass § 71 Abs 1 MarkenG.

Dr. Buchetmann

Winter

Hartlieb

Pü