



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 512/11

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2008 032 253

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Januar 2013 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, der Richterin Winter und des Richters am Amtsgericht Backes

beschlossen:

Die Beschwerde des Inhabers der angegriffenen Marke wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 16. Mai 2008 angemeldete Wort-/Bildmarke, farbig (rot, gelb, orange, grün, blau, schwarz),



ist am 14. Oktober 2008 unter der Nummer 30 2008 032 253 unter anderem für folgende Waren und Dienstleistungen in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register eingetragen worden:

„Baumaterialien, aus Metall, Stahlkonstruktionen;

Wechselrichter und Solarzellen und daraus zusammengestellte Anlagen zur Umwandlung von Solarstrahlung in elektrische Energie; elektrische und elektronische Steuerungen und Regelgeräte für Solarthermie und Photovoltaik;

Solarkollektoren zur Wärmeerzeugung/Warmwassererzeugung;

Druckereierzeugnisse;

Baumaterialien (nicht aus Metall); Bauelemente aus Glas; Fassadenplatten aus Glas mit photovoltaischen und solarthermischen Elementen; Dächer (nicht aus Metall) mit integrierten Solarzellen oder solarthermischen Anlagen; Bauelemente (mit aus Metall) aus sonstigen Baustoffen mit Photovoltaik oder solarthermischen Elementen in transparenter, teiltransparenter und/oder auch nicht-durchsichtiger Ausführung als Fassadenelement; Fassadenverschattungselement (nicht aus Metall) zur Verkleidung von Fassaden und als gebäudeintegriertes Bauelement;

Konstruktionsplanungen, Entwicklung von Elementen, Modulen, Systemkomponenten und Anlagen zur Umwandlung von Solarenergie in elektrische oder thermische Energie; Beratung auf dem Gebiet der Energieeinsparung“.

Die Veröffentlichung erfolgte am 14. November 2008.

Gegen die Eintragung ist am 9. Februar 2009 Widerspruch erhoben worden aus der Gemeinschaftsmarke 005145545



die am 1. Juni 2006 angemeldet und seit dem 14. August 2008 eingetragen ist als Wort-/Bildmarke in den Farben rot, schwarz, weiß für folgende Waren und Dienstleistungen:

„Farben, Firnisse, Lacke; Rostschutzmittel, Holzkonservierungsmittel; Blattmetalle und Metalle in Pulverform für Maler, Drucker und Künstler;

Unedle Metalle und deren Legierungen; Baumaterialien aus Metall; transportable Bauten aus Metall; Schienenbaumaterial aus Metall; Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke); Schlosserwaren und Kleineisenwaren; Geldschränke, Geldkassetten, Tresore; Metallwaren, Metallrohre; Türen, Fenster, Tore, Treppen; Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Kleiderhaken aus Metall; Hängekörbe für Duschen aus Metall; Mantelhaken aus Metall; Wandhaltegriffe aus Metall;

Maschinen und Werkzeugmaschinen; landwirtschaftliche Geräte; gartenwirtschaftliche Geräte; Baumaschinen, nämlich stationäre oder mobile Maschinen mit verbrennungs- und elektromotorischen Antrieben, die Baustoffe und Baumaterialien bearbeiten, verarbeiten und befördern; Kompressoren;

Handbetätigte Werkzeuge und Geräte; Messerschmiedewaren;
Gabeln und Löffel;

Vermessungs-, photographische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontrollapparate und -instrumente, insbesondere elektrothermische Werkzeuge und Apparate wie elektrische LötKolben, Diebstahlalarmanlagen, Dimmer (Lichtregler), elektrische Insektenanlock- und Vertilgungsgeräte, elektrische Kupplungen, elektrische Schweißgeräte, elektrische Transformatoren, elektrische Türschließer, Elektrokondensatoren, Elektromagnetspulen, elektrische Akkumulatoren, Hochfrequenzgeräte, Hydrometer, Hygrometer, Induktoren, Kabelklemmen, Kabelmäntel (alles für elektrische Leitungen), Klingelknöpfe, Alarmanlagen, Koaxialkabel, elektrische Kollektoren, elektrische Kontrollapparate, Vermessungsgeräte, Materialprüfinstrumente und -maschinen, elektrische Messgeräte, Navigationsinstrumente, Nivellierinstrumente, physikalische Apparate und Instrumente, Platten für elektrische Akkumulatoren, Präzisionsmessgeräte, Präzisionswaagen, Rauchdetektoren, Satellitennavigationsgeräte, Schalleitungen, Schallmembrane, Schallmessgeräte, elektrische Schaltgeräte, Schalter zur Stromunterbrechung, elektrische Schaltpulte, elektrische Schalttafeln, elektrische Schlösser, elektrische Spannungserhöher, elektrische Spulen, Stromleitungen, Stromstärkemesser, Stromunterbrecher, Stromverlustanzeiger, Stromwandler, elektrische Summer, Telefonapparate, Temperaturanzeiger, Thermometer, Thermostate, elektrische Türklingeln, elektrische Türöffner, Überspannungsschutzgeräte, elektrische Überwachungsapparate; elektrisch betriebene Instrumente und Apparate, nämlich Feuchtigkeitsmessgeräte, Rotations-Laser und Selbst-Nivellier-Laser; Registrierkassen, Rechenmaschinen und Datenverarbeitungsge-

räte, Feuerlöschgeräte; Solaranlagen, nämlich Solarkollektoren zur Stromerzeugung sowie Solarmodule, Photovoltaik-Anlagen;

Beleuchtungs-, Heizungs-, Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen; Lampen und Leuchten, Grillgeräte, Öfen, Lüftungs- und Klimageräte, Ventilatoren, Brunnen, Bewässerungsanlagen, Saunen, Wärmekabinen, Sanitärkeramik, Armaturen, Duschtrennungen, Badaccessoires, nämlich Duschkappsitze als Teile von Duschanlagen, Wanneneinstieghilfen und Badewannensitze als Teile von Badewannen, WC-Sitze, Föhnhalter; Wasserfilter und deren Teile, Anlagen zur Wasseraufbereitung;

Druckereierzeugnisse; Photographien;

Baumaterialien (nicht aus Metall); Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke, Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall), Gartenhäuser; Wand- und Bodenfliesen, Türen, Fenster, Tore, Boden-, Wand- und Deckenbeläge (alle Waren nicht aus Metall);

Möbel, Spiegel, Rahmen; Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Horn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt: Bernstein, Perlmutter, Meerscham und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen; Kleiderhaken, nicht aus Metall; Eckregale für Duschen; Hängekörbe für Duschen, nicht aus Metall; Mantelhaken, nicht aus Metall; Wandhaltegriffe aus Plastik;

Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmaterial; Putzzeug, Stahlspäne; rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Handtuchhalter, WC-Bürsten, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Papierrollenhalter; Handtuchhalter, Haken für Waschlappen; Seifenspender; Halterungen für Zahnputzbecher; Handtuchringe; Wandhaltegriffe aus Porzellan; Bürstengarnituren; Zahnputzbecher; Seifenablagen; Zahnbürstenhalter;

Badeteppiche;

Groß- und Einzelhandel mit chemischen Erzeugnissen für gewerbliche, bau-, land-, garten- und forstwirtschaftliche Zwecke, Düngemitteln, Feuerlöschmitteln, Mitteln zum Härten und Löten von Metallen, Klebstoffen für gewerbliche Zwecke, Farben, Firnissen, Lacken, Rostschutzmitteln, Holzkonservierungsmitteln, Färbemitteln, Beizen, Blattmetallen und Metallen in Pulverform für Maler, Dekorateure, Drucker und Künstler, Wasch- und Bleichmitteln, Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmitteln, Seifen, technischen Ölen und Fetten, Schmiermitteln, Ölbindemitteln, Brennstoffen, Treibstoffen, Motorentreibstoffen und Leuchtstoffen, Kerzen und Dochten für Beleuchtungszwecke, Verbandmaterial, Desinfektionsmitteln, Mitteln zur Vertilgung von schädlichen Tieren, Fungiziden, Herbiziden, unedlen Metallen und deren Legierungen, Baumaterialien aus Metall, transportablen Bauten aus Metall, Schienenbaumaterial aus Metall, Kabeln und Drähten aus Metall, Schlosserwaren und Kleineisenwaren, Metallrohren, Geldschränken, Waren aus Metall, Maschinen und Werkzeugmaschi-

nen, Motoren, Motoren für Landfahrzeuge, Kupplungen und Vorrichtungen zur Kraftübertragung, Kupplungen und Vorrichtungen zur Kraftübertragung für Landfahrzeuge, nicht handbetätigten landwirtschaftlichen Geräten, handbetätigten Werkzeugen und Geräten, Messerschmiedewaren, Äxten, Beilen Sägen, wissenschaftlichen, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografischen, Film-, optischen, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparaten und -instrumenten, Apparaten und Instrumenten zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität, Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und Computern, Feuerlöschgeräten, Beleuchtungs-, Heizungs-, Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräten sowie sanitäre Anlagen, Fahrzeugen, Fahrzeugzubehör, Apparaten zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser, Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, Druckereierzeugnissen, Buchbinderartikeln, Fotografien, Schreibwaren, Klebstoffen für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke, Künstlerbedarfsartikeln, Pinseln, Schreibmaschinen und Büroartikeln (ausgenommen Möbel), Lehr- und Unterrichtsmitteln (ausgenommen Apparate), Verpackungsmaterial aus Kunststoff, Drucklettern, Druckstöcken, Waren aus Kunststoffen (Halbfabrikate), Dichtungs-, Packungs- und Isoliermaterial, Schläuchen (nicht aus Metall), Baumaterialien (nicht aus Metall), Rohren (nicht aus Metall) für Bauzwecke, Asphalt, Pech und Bitumen, transportablen Bauten (nicht aus Metall), Denkmäler (nicht aus Metall), Möbeln, Spiegeln, Rahmen, Waren aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Horn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt, Bernstein, Perlmutter, Meerscham und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen, Geräten und Behältern für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert), Schwämmen, Bürsten (mit Ausnahme

von Pinseln), Putzzeug, Stahlspänen, rohem oder teilweise bearbeitetem Glas (mit Ausnahme von Bauglas), Glaswaren, Porzellan und Steingut, Seilen, Bindfäden, Netzen, Zelten, Planen, Segeln, Säcken, Polsterfüllstoffen (außer aus Kautschuk oder Kunststoffen), rohen Gespinnstfasern, Garnen und Fäden für textile Zwecke, Webstoffen und Textilwaren, Bett- und Tischdecken, Bekleidungsstücken, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Spitzen und Stickereien, Bändern und Schnürbändern, Knöpfen, Haken und Ösen, Nadeln, künstliche Blumen, Teppichen, Fußmatten, Matten, Linoleum und andere Bodenbeläge, Tapeten, Christbaumschmuck, land-, garten- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen sowie Samenkörnern, Sämereien, lebenden Pflanzen und natürliche Blumen, Futtermitteln;

Vermietung von Werkzeugen, Baumaschinen und elektrischen Geräten für den Hausbau, für die Garten- und Hauspflege, wie Vermietung von Bau- und Werkgeräten wie beispielsweise Bohrhämmer, Fräsen, Elektrosägen, Rüttelplatten, Pflasterrüttelplatten, Hochdruckreiniger, Rasenmäher, Flexgeräten, Schleifgeräten, insbesondere für die Parkettbearbeitung, Kompressoren; Montage und Installationsarbeiten, insbesondere von Türen, Fenstern, Treppen, Fliesen, Boden- und Wandbelägen, Holzdecken, Sanitäranlagen und vorgefertigten Bauteilen, Malerarbeiten; Reparatur von elektrischen Geräten für den Hausbau, für die Garten- und Hauspflege;

Materialbearbeitung, insbesondere Schreinerarbeiten, Metallbearbeitung;

Bau- und Konstruktionsplanung und -beratung; Planung und Konzeptionsplanung von Bädern und Badeeinrichtungen, Sanitäreanlagen, Heizungsanlagen, Photovoltaik-Anlagen, Erdwärmeanlagen, Solaranlagen, Wasseraufbereitungsanlagen, nämlich Bauplanung wie auch die technische Planung, wobei der Schwerpunkt bei der Bauplanung liegt; Bauplanung und -beratung;

Gartenplanung; Landschaftsplanung“.

Mit Beschluss vom 18. November 2010 hat die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts teilweise eine Verwechslungsgefahr bejaht und die teilweise Löschung der angegriffenen Marke angeordnet, nämlich für die oben genannten Waren und Dienstleistungen. Im Übrigen wurde der Widerspruch zurückgewiesen. Im Umfang der Teillöschung bestehe angesichts identischer bzw. beachtlich ähnlicher Waren und Dienstleistungen und einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit mittelbare Verwechslungsgefahr, weil dem Wort „Bauhaus“ innerhalb der jüngeren Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung zukomme.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Inhabers der angegriffenen Marke. Er hält mit näheren Ausführungen eine Verwechslungsgefahr nicht für gegeben. Im Gesamteindruck seien die sich gegenüberstehenden Wort-/Bildmarken wegen abweichender Wort- und Bildbestandteilen nicht ähnlich. Mit der Übereinstimmung im klanglich übereinstimmenden Wort „Bauhaus“ könne die Markenähnlichkeit nicht begründet werden, da es sich um eine beschreibende, nicht unterscheidungskräftige Angabe handele. So habe das Patentamt die Anmeldung der Wortmarke „Bauhaus Solar“ zurückgewiesen. Auch die Wortmarken-anmeldung „BAUHAUS“ der Widersprechenden sei nicht zur Eintragung gelangt. Das Wort „Bauhaus“ sei ein Hinweis auf eine Stilrichtung der von Walter Gropius im Jahr 1919 in Weimar gegründeten Kunstschule.

Der Inhaber der angegriffenen Marke beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. November 2010 aufzuheben und den Widerspruch vollständig zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält den Beschluss der Markenstelle für zutreffend und weist mit näheren Ausführungen auf eine gesteigerte Kennzeichnungskraft ihrer Marke sowie auf deren Bekanntheitsgrad von 84 % hin. Deshalb hätte das Patentamt auch von einer Prägung durch den Wortbestandteil „Bauhaus“ ausgehen können.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Inhabers der angegriffenen Marke hat in der Sache keinen Erfolg. Zwischen den Vergleichsmarken besteht im beschwerdegegenständlichen Umfang für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen (§ 42 Abs. 2 Nr. 1 i. V. m. § 125 b Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG). Die Markenstelle hat daher zu Recht die Teillöschung der angegriffenen Marke 30 2008 032 253 angeordnet (§ 125 b Nr. 1 i. V. m. § 43 Abs. 2 Satz 1 MarkenG).

Zur Klarstellung wird darauf hingewiesen, dass die Dienstleistungen der angegriffene Marke, hinsichtlich derer die Markenstelle den Widerspruch zurückgewiesen hat, nicht Gegenstand des Beschwerdeverfahrens sind; da die Widersprechende

keine Beschwerde eingelegt hat, ist die Zurückweisung des Widerspruchs insoweit rechtskräftig.

Ob Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG vorliegt, ist im Einzelfall unter Berücksichtigung aller maßgeblichen Faktoren, insbesondere der Identität bzw. Ähnlichkeit der Waren/Dienstleistungen, des Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke, des Grades der Ähnlichkeit der Zeichen sowie der Art der Waren/Dienstleistungen und der bei der Auswahl bzw. Auftragsvergabe zu erwartenden Aufmerksamkeit des beteiligten Verkehrs umfassend zu beurteilen (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 1998, 387 - Sabèl/Puma; GRUR 2008, 343, Nr. 48 - Il Ponte Finanziaria SpA/HABM; GRUR 2006, 413 ff., Nr. 17 - ZIRH/SIR; GRUR 2006, 237 ff., Nr. 18 - Picaro/Picasso; BGH GRUR 2008, 903, Nr. 10 - SIERRA ANTIGUO; zur Wechselwirkung der genannten Einzelfaktoren vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 9 Rdn. 40, 41).

Nach diesen Grundsätzen kann eine markenrechtlich relevante Gefahr von Verwechslungen nicht verneint werden.

Die Widerspruchsmarke verfügt originär in ihrer Gesamtheit im Hinblick auf die grafische Gesamtgestaltung über eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft. Die geltend gemachte gesteigerte Verkehrsbekanntheit kann der Widerspruchsmarke nur für die Handelsdienstleistungen der Klasse 35 zuerkannt werden; nach den von der Widersprechenden dargelegten Verhältnissen gehören die zahlreichen BAUHAUS-Niederlassungen in Deutschland, in denen die Marke und die Firmenbezeichnung benutzt wird, zu der Spitzengruppe der drei umsatzstärksten Baumarktketten mit Umsätzen in Milliardenhöhe. Diese erhöhte Kennzeichnungskraft strahlt allerdings nicht auf die Waren und weiteren Dienstleistungen aus, weil es an der dafür erforderlichen engen Warenähnlichkeit fehlt (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O., § 9 Rdn. 150 m. w. N.).

Soweit allgemeine Verkehrskreise zu berücksichtigen sind, ist davon auszugehen, dass grundsätzlich nicht auf einen sich nur flüchtig mit der Ware/Dienstleistung befassenden, sondern auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen ist, dessen Aufmerksamkeit je nach Art der Ware bzw. der in Anspruch genommenen Dienstleistung unterschiedlich hoch sein kann (vgl. BGH MarkenR 2000, 140 - ATTACHÉ/TISSERAND; BGH GRUR 1998, 942, 943 li Spalte - ALKA-SELTZER; EuGH MarkenR 1999, 236, 239 Nr. 24 - Lloyd/Loint's).

Die Aufmerksamkeit des Publikums bei Auswahl und Erwerb von Waren und Inanspruchnahme von Dienstleistungen der vorliegenden, für die Ähnlichkeit in Betracht kommenden Art wird nicht einheitlich sein; im Bereich der - teils auch preislich gehobenen – Baumaterialien, Bauten, Solaranlagen oder auch Bau- und Konstruktionsplanung eher höher, bei häufig eher niedrigpreisigen Produkten wie „Druckereierzeugnisse“ dagegen eher durchschnittlich.

Beim Vergleich der sich gegenüberstehenden Waren bzw. Dienstleistungen ist von der Registerlage auszugehen.

Eine Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren/Dienstleistungen ist anzunehmen, wenn diese in 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 könnten, sie stammten aus denselben oder ggf. wirtschaftlich verbundenen Unternehmen, sofern sie - was zu unterstellen ist - mit identischen Marken gekennzeichnet sind, wobei vom größten Schutzzumfang der älteren Marke auszugehen ist (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 f., Nr. 22 - 29 - Canon; EuGH

GRUR 2006, 582 ff., Nr. 85 - VITAFRUIT; BGH GRUR 2006, 941 ff., Nr. 13 - TOSCA BLU; 2004, 241, 243 - GeDIOS; GRUR 2001, 507, 508 - EVIAN-/REVIAN; Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 57 m. w. N.).

Auf dieser Grundlage ist davon auszugehen, dass im Umfang der Teillöschung zum Teil Identität schon nach dem Wortlaut der sich gegenüberstehenden Waren-/Dienstleistungsverzeichnisse besteht und teils bestehen kann, und zum Teil im Übrigen deutliche Berührungspunkte vorliegen können und deshalb insoweit teilweise enge Warenähnlichkeit besteht. Zur Vermeidung von Wiederholungen wird auf die Feststellungen der Markenstelle Bezug genommen, denen der Inhaber der angegriffenen Marke nicht entgegengetreten ist.

Im Bereich der sich danach gegenüberstehenden teilweise identischen, teilweise einander eng ähnlichen Waren und Dienstleistungen hat die angegriffene Marke einen deutlichen Abstand einzuhalten, um der Gefahr von Verwechslungen zu begegnen. Dieser Anforderung wird sie nicht gerecht.

Maßgebend für die Beurteilung der Markenähnlichkeit ist der Gesamteindruck der Vergleichsmarken unter Berücksichtigung der unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente (BGH GRUR 2008, 258, Nr. 26 - INTERCONNECT-/T-InterConnect; GRUR 2008, 905, Nr. 12 - Pantohexal; GRUR 2008, 909, Nr. 13 - Pantogast), wobei von dem allgemeinen Erfahrungssatz auszugehen ist, dass der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterwerfen (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O., § 9 Rdn. 211). Das schließt es indessen nicht aus, dass ein oder mehrere Bestandteile eines zusammengesetzten Zeichens für den Gesamteindruck prägend sein und insoweit eine rechtlich relevante Verwechslungsgefahr begründen können (vgl. m. w. N. BGH GRUR 2009, 772, 776, Nr. 57 - Augsburger Puppenkiste). Die Frage der Ähnlichkeit sich gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit in Klang, (Schrift-)Bild und Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begriff-

licher Hinsicht wirken (vgl. EuGH GRUR 2006, 413, 414, Nr. 19 - ZIRH/SIR; GRUR 2005, 1042, 1044, Nr. 28 - THOMSON LIFE; GRUR Int. 2004, 843, Nr. 29 - MATRATZEN; BGH GRUR 2010, 235, Nr. 15 - AIDA/AIDU; GRUR 2009, 484, 487, Nr. 32 - METROBUS; GRUR 2006, 60 ff., Nr. 17 - coccodrillo; GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder). Dabei kann für die Annahme einer Verwechslungsgefahr regelmäßig bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Hinsicht genügen (st. Rspr. vgl. z. B. BGH GRUR 2010, 235, Nr. 18 - AIDA/AIDU m. w. N.; Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 224 m. w. N.).

In der Gesamtwirkung der Vergleichsmarken besteht in keiner Hinsicht Zeichenähnlichkeit. Wegen des nur in der jüngeren Marke enthaltenen Wortes „SOLAR“, der in beiden Marken deutlich abweichenden Bildelemente - einerseits der graphisch ausgestaltete Buchstabe „S“ durch stilisiert gezeichnete Solarmodule, andererseits drei stilisiert dargestellte Häuser und die Anordnung der Buchstaben des Wortes „BAUHAUS“ in Kästen - sowie der abweichenden farblichen Ausgestaltung unterscheiden sich die Zeichen in jeder Hinsicht deutlich.

Im Unterschied zum bildlichen wird der klangliche Gesamteindruck einer Wort-/Bild-Marke in der Regel allerdings durch den Wortbestandteil geprägt, wenn er schutzfähig ist (vgl. etwa BGH GRUR 2008, 258, 260, Nr. 23 - INTERCONNECT/T-Interconnect; GRUR 2008, 903, 905, Nr. 25 - SIERRA ANTIGUO). Nach diesem Grundsatz ist im vorliegenden Fall von einer Prägung des Gesamteindrucks der Vergleichsmarken durch die Wörter **Bauhaus** bzw. **BAUHAUS** auszugehen. Im Einzelnen:

Entgegen der Auffassung des Inhabers der angegriffenen Marke ist **BAUHAUS** als schutzfähiger, die Prägung bewirkender Wortbestandteil zu bewerten. Zwar weist er zutreffend darauf hin, dass dies der Name einer im Jahr 1919 von Walter Gropius in Weimar gegründeten Kunstschule ist. Um eine derartige kunsthistorische Bildungsstätte geht es hier offensichtlich nicht. Zwar waren Gegenstand der Lehre im Bauhaus die Bereiche Architektur, Kunst und Design (vgl. Brockhaus,

Enzyklopädie, 21. Aufl., Band 3, S. 382f). Im Zusammenhang mit den hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen liegt indessen die Annahme fern, dass die angesprochenen Verkehrskreise Bezüge zu kunsthistorischen Inhalten und Ansätzen dieser Schule herstellen werden.

Allerdings kann das Wort „Haus“ neben seiner Bedeutung „Gebäude“ in Wortzusammensetzungen auch zur Bezeichnung von Verkaufsstätten von Waren verwendet werden (Modehaus, Küchenhaus, Einrichtungshaus). Dies ist aber nicht generell der Fall. Es gibt auch Warenbereiche, in denen „-haus“ als Grundwort nicht verwendet wird; beispielsweise sind Begriffe wie „Getränkehaus“ oder „Lebensmittelhaus“ nicht gebräuchlich. Nach den Feststellungen des Senats gilt dies auch für Produkte des Bereichs Hausbau; hier wird vielmehr der Begriff „Bau- markt“ oder auch „Bauhof“ eingesetzt; die Verbindung „Bauhaus“ erscheint demgegenüber eher ungewöhnlich. Zwar könnte der Verkehr bei dem Wort „Bauhaus“ beschreibende Bezüge zu einer Vertriebsstätte auch für Waren mit Bezug zum Errichten von Bauten/Gebäuden verstehen; das allein reicht aber nicht aus, um dieser Gesamtbezeichnung in seiner Verbindung von „Bau“ und „Haus“ die Schutzfähigkeit gänzlich abzuspochen. Trotz gewisser beschreibender Anklänge stellt **BAUHAUS** in seiner Gesamtheit ohne eingehende Analyse, die der Verkehr nicht vornimmt, eine phantasievolle Wortbildung dar, die auch bei Annahme einer gewissen Kennzeichnungsschwäche geeignet ist, den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke zu prägen. Nur dann, wenn bei der nachträglichen Prüfung im Kollisionsverfahren die Schutzfähigkeit eines Bestandteils der älteren Marke verneint wird, kann dieser Bestandteil den Gesamteindruck der Marke nicht prägen (vgl. hierzu etwa BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT; GRUR 2003, 1040, 1043 - Kinder).

Soweit sich der Markeninhaber für die Schutzunfähigkeit des Wortes „Bauhaus“ auf die Zurückweisung seiner Anmeldung „Bauhaus Solar“ bezieht, führt dies zu keinem anderen Ergebnis. Abgesehen davon, dass Vorentscheidungen über ähnliche Marken nicht bindend sind (vgl. BGH GRUR 2012, 276, 277, Nr. 18 - Institut

der Norddeutschen Wirtschaft e. V.), war Teil der Begründung für das beschreibende Verständnis die Bekanntheit der Heimwerkerkette der Widersprechenden, was eine Zurückweisung als beschreibende Angabe nicht tragen kann. Der Registereintrag zur Anmeldung der Marke „BAUHAUS“ durch die Widersprechende enthält nur den Hinweis „Anmeldung gilt als zurückgenommen“; dem sind keine Erkenntnisse zur Frage der Schutzfähigkeit zu entnehmen.

In der Gesamtschau spricht daher alles dafür, dass dem Verkehr der Bestandteil **BAUHAUS** als prägender Bestandteil und auch nicht nur als sachbezogener Hinweis auf ein bestimmtes Warenangebot der Widersprechenden in einer bestimmten Vertriebsstätte nahe gebracht werden soll, und dass er dementsprechend von einem nicht nur unerheblichen Teil des Verkehrs auch als Herkunftshinweis aufgefasst wird.

Auch der Gesamteindruck der angegriffenen Marke wird allein durch das Wort **Bauhaus** geprägt. Das außerdem enthaltene Wort „SOLAR“ ist ein beschreibender Hinweis auf die Art und Bestimmung der Waren/Dienstleistungen betreffend die Umwandlung von Sonnenenergie in andere Energieformen und kommt wegen fehlender Unterscheidungskraft für eine Prägung oder auch nur Mitprägung des Gesamteindrucks nicht in Betracht. Dies gilt auch für den grafisch gestalteten Buchstaben „S“, dessen beschreibender Sinngehalt im Zusammenhang mit Produkten und Dienstleistungen, die, wie hier, einen Bezug zur Solartechnologie haben oder haben können, durch das in der Marke dazuhin enthaltene Wort „SOLAR“ und die Darstellung aus stilisierten Solarmodulen verdeutlicht und deshalb vom Verkehr so verstanden wird.

Das in der jüngeren Marke enthaltene Wort **Bauhaus** ist entgegen den Erwägungen des Markeninhabers - auch bei Annahme einer gewissen Kennzeichnungsschwäche wegen beschreibender Anklänge - schutzfähig und damit geeignet, den Gesamteindruck (auch) der angegriffenen Marke zu prägen; auf die obigen Ausführungen zum Wort **BAUHAUS** der Widerspruchsmarke wird Bezug genommen.

Die danach klanglich zum Vergleich stehenden Markenwörter **Bauhaus** und **BAUHAUS** sind identisch.

In der Gesamtabwägung führt dies vorliegend zu dem Ergebnis, dass die angegriffene Marke im Bereich der hier noch maßgeblichen identischen bzw. eng ähnlichen Waren und Dienstleistungen wegen Übereinstimmung in den prägenden Elementen der Vergleichsmarken den notwendigen Abstand zur Widerspruchsmarke nicht mehr einhält und jedenfalls in klanglicher Hinsicht Verwechslungsgefahr besteht, was ausreicht (vgl. BGH GRUR 2008, 714, 717, Nr. 37 - idw).

Vor allem in der europäischen Rechtsprechung finden sich zwar Erwägungen, dass die klangliche Zeichenähnlichkeit in der rechtlichen Beurteilung der Verwechslungsgefahr in den Hintergrund tritt, soweit die betreffenden Waren bzw. Dienstleistungen überwiegend auf Sicht gekauft bzw. in Anspruch genommen werden (EuG GRUR Int. 2003, 1017, 1019, Nr. 55 - BASS-PASH; EuG MarkenR 2004, 162, 167, Nr. 51 - ZIRH/SIR; EuGH GRUR 2006, 313, 414, Nr. 21 - ZIRH/SIR); hinsichtlich der hier vorliegenden Marken lässt sich indessen schon nicht feststellen, dass sie vor allem visuell wahrgenommen werden.

Zudem wird in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs hervorgehoben, dass auch dem „Kauf auf Sicht“ häufig mündliche Nachfragen, Empfehlungen und auch Gespräche unter Verbrauchern vorausgehen, bei denen klangliche Verwechslungen von Marken stattfinden können (vgl. BGH GRUR 1999, 241, 244 - Lions). Abgesehen davon wird erfahrungsgemäß selbst bei einer nur optischen Wahrnehmung einer Marke gleichzeitig der klangliche Charakter des den Gesamteindruck prägenden Markenwortes unausgesprochen mit aufgenommen und damit die Erinnerung an klanglich ähnliche Marken geweckt, die von früheren Begegnungen bekannt sind. Die klangliche Verwechslungsgefahr wird insoweit nicht durch ein unmittelbares Hören, sondern durch die ungenauen Erinnerungen an den Klang einer der beiden Marken ausgelöst (vgl. BPatGE 23, 176, 179 - evit/ELIT; Strö-

bele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 230 m. w. N.). Dies gilt entsprechend für Dienstleistungen.

Es bleibt daher bei dem Grundsatz, dass es für die Feststellung der Verwechslungsgefahr ausreichend ist, dass nur in einer Richtung Markenähnlichkeit besteht.

Die Beschwerde ist daher unbegründet; die Teillöschung der angegriffenen Marke ist zu Recht erfolgt.

Hinsichtlich der Kosten des Beschwerdeverfahrens verbleibt es bei der gesetzlichen Regelung des § 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG, da Billigkeitsgründe für die Auflegung der Kosten auf einen Beteiligten weder vorgetragen wurden noch ersichtlich sind.

Hacker

Winter

Backes

Cl