



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 522/17

(Aktenzeichen)

Verkündet am
14. Mai 2019

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2014 019 686

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der mündlichen Verhandlung vom 14. Mai 2019 durch den Richter Schwarz als Vorsitzenden, den Richter Paetzold sowie die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

Die Beschwerden werden zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 14. April 2014 angemeldete Wortmarke

Hello Cupcake

ist am 7. August 2014 unter der Nr. 30 2014 019 686 für die nachfolgend genannten Waren der Klasse 30 und Dienstleistungen der Klassen 41 und 43 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister eingetragen worden:

Klasse 30: Abgepackter Tee [nicht für medizinische Zwecke]; Aromatisierte Tees [ausgenommen für medizinische Zwecke]; Aromatisierte Zuckerwaren; Aromatisierter Kaffee; Aromatisiertes Speiseeis; Aromawürzstoffe aus Tee; Aromawürzstoffe für Kuchen; Aromazusatzstoffe für Kuchen; Aufstriche aus Schokolade und Nüssen; Aus Kaffee hergestellte Getränke; Aus Kakao zubereitete Getränke; Aus Schokolade geformte Konditorwaren; Back- und Konditoreiwaren, Schokolade und Süßspeisen; Backaromen, ausgenommen ätherische Öle; Backessenzen [ausge-

nommen ätherische Öle]; Backfertige Teige; Backfertiges Mehl; Backgewürze; Backmehl; Backmischungen; Backteig zur Herstellung von Pfannkuchen; Backteigmischungen; Backwaren; Backwaren [fein]; Bagels; Baguettes; Baiser; Belegte Brote; Bindemittel für Eiscreme [Speiseeis]; Bindemittel für Speiseeis; Biologischer Honig für Speisezwecke; Biskuit [süß oder herzhaft]; Biskuitpudding; Blätterteig; Blätterteig mit Schinken; Blätterteiggebäck; Blüten oder Blätter als Teeersatz; Bonbons; Bonbons [Süßigkeiten] mit Fruchtgeschmack; Bonbons auf Stärkebasis; Bonbons aus Sesamöl; Bonbons aus Zucker; Bonbons für nicht medizinische Zwecke; Bonbons mit Kakao; Bonbons mit Karamell; Brandteig-Eclairs; Brause in Pulverform [Süßwaren]; Brausepulver [Süßwaren]; Brausepulvermischungen; Brezeln; Brezeln mit Schokoladenüberzug; Brioches [Gebäck]; Brot; Brot und Brötchen; Brot, Kekse; Brotaufstriche aus Schokolade und Nüssen; Brownies [kleine Schokoladenkuchen]; Brötchenmischungen; Burritos; Buttergebäck mit Schokoladenüberzug; Butterkeks; Butterkekse; Butterkekse mit einer Schokoladenaromaüberzug; Butterkekse mit teilweisem Schokoladenaromaüberzug; Butterkekse mit teilweisem Schokoladenüberzug; Cachou [Bonbons], nicht für pharmazeutische Zwecke; Cappuccino; Cerealien; Chai-Tee; Christbaumdekoration [essbar]; Christbaumornamente [essbar]; Christbaumschmuck [essbar]; Christbaumschmuck [verzehrbare]; Christbaumschmuck aus Schokolade; Chutneys; Chutneys [Würzmittel]; Cracker; Cracker aus verarbeitetem Getreide; Cracker mit Fleischgeschmack; Cracker mit Käsegeschmack; Cracker mit würzigem Geschmack; Cremekuchen; Cremes auf Kakao-basis in Form von Brotaufstrichen; Crêpes; Darjeeling-Tee; Dauergebäck; Dessert auf Reisbasis; Dessertmousses [Süßwaren]; Dessertpuddings; Dessertsoufflees; Donutmischungen; Durchsichtige Gelee-gummis [Zuckerwaren]; Earl Grey-Tee; Eclairs; Eis am Steckerl; Eis am Stiel; Eis am Stiel mit Milch; Eis am Stiel mit Milchgeschmack; Eis aus Früchten; Eis für Speisezwecke; Eis in Blockform; Eis zum Kühlen; Eis,

Eiscreme, gefrorener Joghurt, Sorbets; Eisbonbons; Eiscreme; Eiscreme als Riegel; Eiscreme auf Joghurtbasis [hauptsächlich bestehend aus Eiscreme]; Eiscreme aus Früchten; Eiscreme aus Schokolade; Eiscreme mit Früchten; Eiscreme mit Schokoladengeschmack; Eiscreme, nicht aus Milch; Eiscremedesserts; Eiscremeersatz; Eiscremeersatzstoffe auf Sojabasis; Eiscremeerzeugnisse auf Sojabasis; Eiscremegetränke; Eiscremekonfekt; Eiscremekuchen; Eiscrememischungen; Eiscremepulver; Eiscremeriegel; Eiscremesandwiches; Eiscremetorte; Eiscremetüten; Eisdesserts; Eisgetränke auf Kaffeebasis; Eisgetränke auf Kakaobasis; Eisgetränke auf Schokoladenbasis; Eishörnchen; Eiskaffee; Eiskonfekt; Eiskonfekt in Form von Lutschern; Eiskrem; Eiskuchen; Eismilch [Eiscreme]; Eispralinen; Eistüten; Eiswaffeltütenmischungen; Englische Muffins; Entkoffeinierter Kaffee; Erdbeertorten; Erdnusskonfekt; Erzeugnisse auf Schokoladenbasis; Espresso; Essbare Christbaumornamente; Essbare Cracker; Essbare Gewürze; Essbarer Christbaumschmuck; Essbares Eispulver für die Benutzung in Eismaschinen; Essenzen für Nahrungsmittel [ausgenommen ätherische Essenzen und Öle]; Essenzen für Nahrungsmittel [ausgenommen ätherische Öle]; Essenzen für Nahrungszwecke, ausgenommen ätherische Essenzen und Öle; Essenzen zur Verwendung bei der Speisenzubereitung [ausgenommen ätherische Öle]; Essfertige Nahrungsmittelriegel auf Schokoladenbasis; Essfertiges Getreide; Esspapier; Extrakte [ausgenommen ätherische Öle]; Extrakte aus Kaffee zur Verwendung als Geschmacksstoffe in Getränken; Feinbackwaren; Feinbackwaren, gefüllt mit Obst; Feine Backwaren; Feine Backwaren aus Mandeln; Feine Backwaren mit Cremefüllungen; Feine Backwaren mit Obst; Feine Konditorwaren; Feingebäck; Fertigbackmischungen; Fertige Backmischungen; Fertigpuddings; Fondants; Fondants [Konfekt]; Frappés; Frische Feinbackwaren; Frische Teigwaren; Frozen Yoghurt [gefrorene Joghurts]; Fruchtaromen, ausgenommen Essenzen; Fruchtdrops [Bonbons]; Fruchtdrops [Zuckerwaren]; Frucht-

eiscreme; Fruchtgummis [außer für medizinische Zwecke]; Fruchthaltige Bonbons [Süßigkeiten]; Fruchtzucker; Fruktosesirup zur Verwendung bei der Lebensmittelerzeugung; Früchte aus Gelee [Süßwaren]; Früchte mit Schokoladenüberzug; Früchtebaiser mit Haselnussaroma; Früchtebaiser mit Haselnüssen; Fruchtetee; Frühstückszerealien mit Honig; Frühstückszerealien mit Honiggeschmack; Füllungen auf Basis von Vanillesauce für Kuchen und Pasteten; Füllungen auf Kaffeebasis; Füllungen auf Schokoladenbasis; Füllungen auf Schokoladenbasis für Kuchen und Pasteten; Gebrannte Zuckerbonbons; Gebäck; Gebäck, Kuchen, Torten und Kekse; Geeiste Biskuitkuchen; Geeiste Obstkuchen; Gefriergetrockneter Kaffee; Gefrorene Feinbackwaren; Gefrorene feine Backwaren; Gefrorene Joghurts; Gefrorene Joghurtsüßwaren; Gefrorene Kuchen; Gefrorene Lutscher; Gefrorene Süßigkeiten [Süßwaren]; Gefrorene Süßwaren; Gefrorene Süßwaren am Stiel; Gefrorene Süßwaren mit Eiscreme; Gefrorene Teigblätter; Gefrorener Joghurt [Speiseeis]; Gefrorener Keksteig; Gefrorener Teig; Gefrorenes Eis; Gefrorenes Milchkonfekt; Gefüllte Baguettes; Gefüllte Bonbons; Gefüllte Brötchen; Gefüllte Schokolade; Gekochte Süßspeisen; Gekühlte Desserts; Geleefrüchte [Süßwaren]; Gemahlene Kaffeebohnen; Gemahlener Kaffee; Geröstete Gerste und Malz zur Verwendung als Kaffeeersatz; Geröstete Kaffeebohnen; Gesalzene Waffelbiskuits; Gesalzenes Kleingebäck; Getränke auf Basis von Tee; Getränke auf der Basis von Tee; Getränke auf der Basis von Tee mit Fruchtgeschmack; Getränke aus Kaffee; Getränke aus Kakao; Getränke aus Schokolade; Getränke mit Schokolade; Getränke mit Schokoladenaroma; Getränke mit Schokoladengeschmack; Gewürze; Ginseng-Tee [insamcha]; Grüner Tee; Halb überzogene Schokoladenkekse; Hauptsächlich aus Kakao bestehende Nahrungsmittel; Heiße Schokolade; Honig; Honig [für Speisezwecke]; Honig [natürlich gereift]; Honigersatz; Instantpulver für die Zubereitung von Tee [ausgenommen für medizinische Zwecke]; Instantpulver für Herstellung von Tee [außer für medizi-

nische Zwecke]; Invertzuckercreme [künstlicher Honig]; Japanischer grüner Tee; Joghurteis [Speiseeis]; Kaffee; Kaffee [geröstet, pulverisiert, granuliert oder als Getränk]; Kaffee in Form von ganzen Bohnen; Kaffee in gebrühter Form; Kaffee in gemahlener Form; Kaffee, Tee, Kakao und Ersatzstoffe hierfür; Kaffee- und Teeersatzmittel; Kaffee-Ersatz; Kaffee-Ersatzstoffe auf pflanzlicher Grundlage; Kaffee-Essenzen; Kaffee-Extrakte; Kaffeearomen; Kaffeebohnen; Kaffeersatz; Kaffeersatz auf Basis von Zichorie; Kaffeersatzmittel; Kaffeersatzmittel [auf Getreide- oder Zichorie-basis]; Kaffeersatzmittel [Kaffeersatz oder pflanzliche Präparate zur Verwendung als Kaffee]; Kaffeersatzmittel auf pflanzlicher Basis; Kaffeessenz; Kaffeessenzen; Kaffeessenzen zur Verwendung als Ersatzmittel für Kaffee; Kaffeextrakte; Kaffeextrakte zur Verwendung als Aroma in Lebensmitteln; Kaffeextrakte zur Verwendung als Kaffeersatzmittel; Kaffegetränke; Kaffeekonzentrate; Kaffeemischungen; Kaffeesortenmischungen; Kaffeeweißer auf pflanzlicher Basis; Kaffeöle; Kakao; Kakao [geröstet, pulverisiert, granuliert oder als Getränk]; Kakao zur Verwendung bei der Zubereitung von Getränken; Kakao-Extrakte für die menschliche Ernährung; Kakao-drinks; Kakaoerzeugnisse; Kakaoextrakte zur Verwendung als Geschmacksstoffe in Getränken; Kakaoextrakte zur Verwendung als Geschmacksstoffe in Lebensmitteln; Kakaogetränke; Kakaogetränke in Pulverform; Kakaohaltige Getränke; Kakaomischungen; Kakaopräparate; Kakaopräparate zur Verwendung bei der Zubereitung von Getränken; Kakaopulver; Kekse aus Zutaten mit Schokoladengeschmack; Kekse mit Schokoladenüberzug; Kekswaffeln mit Schokoladenüberzug; Koffeinfreier Kaffee; Kohlensäurehaltige Getränke auf Kaffee-, Kakao- oder Schokoladenbasis; Kohlensäurehaltige Kaffee-, Kakao- oder Schokoladengetränke; Konditorwaren auf Mehlbasis; Konditorwaren mit Schokoladenüberzug; Konditorwaren mit Zuckerglasur; Konfekt; Konfekt aus Schokolade; Konfekt mit Schokoladengeschmack; Kristallzucker [ausgenommen Süßwaren]; Kristallzuckerstücke [Süßwaren];

Kräcker [Gebäck]; Kuchen mit Schokolade; Kuchen mit Schokoladenüberzug; Kuchendekorationen aus Süßwaren; Kuchenverzierungen aus Schokolade; Kühleis und Speiseeis; Künstlicher Kaffee; Lakritze [Süßwaren]; Lakritzenstangen [Süßwaren]; Lapsang Souchong Tee; Luftdurchsetzte Schokolade; Lutscher [Süßwaren]; Lutschtabletten [Süßwaren]; Löslicher Kaffee; Makadamianüsse mit Schokoladenüberzug; Makronen [Gebäck]; Malzdextrin-Glasuren für Süßwaren; Marshmallow-Süßwaren; Mate-Tee; Milchhaltige Kaffeegetränke; Mischungen aus Kaffee und Malz; Mischungen aus Kaffee und Zichorie; Mischungen aus Malzkaffee mit Kaffee; Mischungen aus Malzkaffee mit Kakao; Mischungen aus Malzkaffeeextrakten mit Kaffee; Mischungen aus Zichorien als Kaffeeersatzmittel; Mischungen aus Zichorien zur Verwendung als Kaffeeersatzmittel; Mischungen für die Herstellung von Speiseeis; Mischungen von Kaffee-Essenzen und Kaffeeextrakt; Mischungen zur Herstellung von gefrorenen Süßwaren; Mit Kaffee gefüllte Papierfilter; Mit Schokolade überzogene Kekse; Mit Schokolade überzogene Mandeln; Mit Süßstoffen gesüßter teinfreier Tee; Mit Zucker und Honig überzogene Getreidepräparate; Muffins; Mäusespeck [Süßwaren]; Nahrungsmittel auf Kakaobasis; Natürliche Aromastoffe für Speiseeis [ausgenommen ätherische Essenzen oder ätherische Öle]; Nicht medizinische Bonbons mit Honig; Nicht medizinische gefrorene Süßwaren; Nicht medizinische Getränke auf Teebasis; Nicht medizinische Konditorwaren in Geleeform; Nicht medizinische Schokolade; Nicht medizinische Schokolade enthaltende Süßwaren aus Mehl; Nicht medizinische Süßwaren; Nicht medizinische Süßwaren aus Mehl mit Schokoladenersatzüberzug; Nicht medizinische Süßwaren aus Mehl mit Schokoladenüberzug; Nicht medizinische Süßwaren in Eiform; Nicht medizinische Süßwaren in Form von Pastillen; Nicht medizinische Süßwaren in Form von Ringen; Nicht medizinische Süßwaren mit Milch; Nicht medizinische Süßwaren mit Milcharoma; Nicht medizinische Süßwaren mit Minzgeschmack; Nicht medizinische Süß-

waren mit Schokolade; Nicht medizinische Süßwaren mit Toffeefüllungen; Nicht medizinische Süßwaren zur Verwendung als Teil einer kalorienkontrollierten Diät; Nicht medizinische Teeessenzen; Nicht medizinische Teeextrakte; Nicht medizinische Teegetränke; Nicht medizinische Tees; Nicht medizinische Tees in Beuteln; Nicht medizinische Zuckerwaren; Nicht medizinische, Schokoladenersatz enthaltende Mehlspeisen; Nicht medizinischen Kräuteraufgüsse [Tees]; Nicht medizinischer Tee aus Cranberry-Blättern; Nicht medizinischer Tee mit Cranberry-Extrakten; Nicht medizinischer, lose verkaufter Tee; Nicht medizinischer Schokoladenkonfekt; Nougatriegel mit Schokoladenüberzug; Nüsse mit Schokoladenüberzug; Oolong-Tee; Oolong-Tee [chinesischer Tee]; Organische Bindemittel für Speiseeis; Pastillen [nicht medizinische Süßwaren]; Pastillen [Süßwaren]; Petits Fours [Gebäck]; Pfefferminz für Konfekt; Pfefferminze für Konfekt; Pfefferminzpastillen [Zuckerwaren], ausgenommen für medizinische Zwecke; Pflanzliche Präparate zur Verwendung als Kaffeeersatzmittel; Plätzchen mit einem Überzug mit Schokoladengeschmack; Pralinen aus Schokolade; Pralinen enthaltende Konditorwaren aus Schokolade; Präparate für die Zubereitung von Getränken auf Kakaobasis; Präparate für die Zubereitung von Getränken auf Teebasis; Präparate für die Zubereitung von Kaffeegetränken; Pulverförmige kakaohaltige Präparate für die Zubereitung von Getränken; Rumtrüffel [Konfekt]; Sahnebonbons; Sahnestandmittel; Schokolade für Konditorwaren und Brote; Schokolade mit Alkohol; Schokolade-Karamellwaffeln; Schokoladendekorationen für Süßwaren; Schokoladegeränke; Schokoladen in Form von Pralinen; Schokoladen mit Minzgeschmack-Füllungen; Schokoladenaromen; Schokoladenconfiseriewaren; Schokoladencremes; Schokoladeneier; Schokoladenersatzmittel; Schokoladenfondants; Schokoladenfüllungen für Backwaren; Schokoladengetränkzubereitungen mit Bananengeschmack; Schokoladengetränkzubereitungen mit Mokka-geschmack; Schokoladengetränkzubereitungen mit Nussgeschmack;

Schokoladenge-tränkgzubereitungen mit Orangengeschmack; Schokoladenge-tränkgzubereitungen mit Pfefferminzgeschmack; Schokoladenge-tränkgzubereitungen mit Toffee-Geschmack; Schokoladenguss; Schokoladenhaltiger Kaffee; Schokoladenimitate; Schokoladenkekse; Schokoladenknusperwaffeln; Schokoladenkonfekt; Schokoladenkuchen; Schokoladenmarzipan; Schokoladenmousses; Schokoladenmuscheln; Schokoladennährgetränke, nicht auf Milch- oder Pflanzenbasis; Schokoladenpasten; Schokoladenriegel; Schokoladenstreusel; Schokoladensüßigkeiten mit Füllungen; Schokoladensüßwaren; Schokoladentorten aus Schokoladenbiskuit; Schokoladentrüffel; Schokoladenüberzüge; Schwarzer Tee; Schwarzer Tee [englischer Tee]; Snackriegel mit einer Mischung aus Getreidekörnern, Nüssen und getrocknetem Obst [Süßwaren]; Sorbets [Speiseeis]; Speiseeis; Speiseeis mit Fruchtgeschmack; Speiseeis und Eiscreme; Speiseeispulver; Süße Brotaufstriche [Honig]; Süßes Gebäck für die menschliche Ernährung; Süßigkeiten [nicht medizinisch] auf Honigbasis; Süßigkeiten [nicht medizinisch] in Form von Sahnebonbons; Süßigkeiten [nicht medizinisch] in Form von Zuckerwaren; Süßwaren; Süßwaren [Bonbons], Schokoriegel und Kaugummi; Süßwaren [Kuchen]; Süßwaren [nicht medizinisch]; Süßwaren als Christbaumschmuck; Süßwaren auf Orangenbasis; Süßwaren aus Kartoffelmehl; Süßwaren aus Mais; Süßwaren aus Zucker; Süßwaren für nicht medizinische Zwecke; Süßwaren in flüssiger Form; Süßwaren in Form von Pastillen; Süßwaren in gefrorener Form; Süßwaren mit flüssigen Fruchtfüllungen; Süßwaren mit flüssigen Schnapsfüllungen; Süßwaren mit Gelee; Süßwaren mit Lakritzaroma; Süßwaren mit Marmelade; Süßwaren mit Weinfüllungen; Süßwareenchips aus Erdnussbutter; Süßwareenchips zum Backen; Süßwarenriegel; Tee *; Tee [nicht medizinisch] aus Cranberry-Blättern; Tee [nicht medizinisch] aus Cranberry-Extrakten; Tee [nicht medizinisch] mit Zitrone; Tee [nicht medizinisch] mit Zitronenaroma; Tee aus gedörrtem Gerstenpulver mit Schale [Mugicha]; Tee aus salzigem Seetangpulver [Kombucha]; Tee

mit Apfelaroma [ausgenommen für medizinische Zwecke]; Tee mit Fruchtaroma [nicht für medizinische Zwecke]; Tee mit Orangenaroma [ausgenommen für medizinische Zwecke]; Tee zum Aufgießen; Tee-Ersatzmittel; Tee-Essenzen; Teebeutel; Teebeutel [nicht medizinisch]; Teeblätter; Teeersatzmittel; Teeersatzmittel [ausgenommen für medizinische Zwecke]; Teeextrakte; Teegebäck; Teegebäck mit Früchten; Teegebäck mit Milkschokolade; Teegetränke; Teekuchen; Teemischungen; Toffee enthaltende Marshmallowkekse mit Schokoladenüberzug; Trüffel [Konditorwaren]; Türkischer Honig mit Schokoladenüberzug; Verzehrfertige Desserts [feine Backwaren]; Verzehrfertige Desserts [Konditorwaren]; Verzehrfertige Desserts auf Schokoladenbasis; Verzehrfertige Kakaogetränke und Getränke auf Kakaobasis; Verzehrfertiger Kaffee und Kaffeegetränke; Waffeln mit Schokolade; Waffeln mit Schokoladenüberzug; Wiener Gebäck; Yerba-Mate-Tee; Zichorie [Kaffee-Ersatz]; Zichorien und Zichorienmischungen, alle zur Verwendung als Kaffee-Ersatzmittel; Zichorien zur Verwendung als Ersatzmittel für Kaffee; Zichorienerzeugnisse zur Verwendung als Kaffeeersatzmittel; Zichorienextrakte zur Verwendung als Kaffeeersatzmittel; Zichorienmischungen als Kaffeeersatz; Zichorienmischungen als Kaffeeersatzmittel; Zubereitungen auf Kakaobasis; Zubereitungen für Schokoladengetränke; Zuckerdragierte Kaffeebohnen; Zuckerfreie Süßwaren; Zuckermasse [Süßwaren]; Zuckerwaren; Zuckerwaren als Christbaumschmuck; Zuckerwaren für nicht medizinische Zwecke; Zuckerwaren, Konfekt; Überwiegend aus Kaffee bestehende Getränke; Überwiegend aus Kakao bestehende Getränke; Überwiegend aus Konditorwaren bestehende Snacks; Überwiegend aus Schokolade bestehende Getränke; Überzogene Nüsse [Süßwaren];

Klasse 41: Durchführung von Kursen, Seminaren und Workshops; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Ausstellungen und Wettbewerben; Organisation und Durchführung von Wettbewerben; Organisation von

Workshops; Party-Planung; Party-Planung [Unterhaltung]; Veranstaltung und Durchführung von Workshops;

Klasse 43: Beherbergung von Gästen; Beherbergung von Gästen für wohltätige Zwecke; Beratung auf dem Gebiet der Kochkunst; Beratung in Bezug auf Backtechniken; Beratung in Bezug auf die Zubereitung von Speisen und Getränken; Beratung in Bezug auf Lebensmittel; Beratung in Bezug auf Speisenzubereitung; Bereitstellung von Räumlichkeiten für Kongresse; Betrieb einer Bar; Betrieb einer Cocktailbar; Betrieb von Bistros; Betrieb von Cafeterien mit Selbstbedienung; Betrieb von Cafés mit kleiner Restauration; Betrieb von Cocktailbars; Betrieb von Gaststätten; Betrieb von Restaurants in Hotels; Cafeteriabetrieb; Catering; Catering in Bezug auf die Zubereitung von Speisen; Cateringdienstleistungen; Dienstleistungen der Reservierung zur Buchung von Mahlzeiten; Dienstleistungen der Verpflegung von Gästen in Cafés; Dienstleistungen der Verpflegung von Gästen in Eisdielen; Dienstleistungen der Verpflegung von Gästen in Feinkostrestaurants; Dienstleistungen der Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants; Dienstleistungen einer Bar; Dienstleistungen einer Cocktailbar; Dienstleistungen in Bezug auf die Zubereitung von Speisen und Getränken; Dienstleistungen von Weinbars; Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen; Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen in Cocktailbars; Gästebetreuung [Verpflegung von Gästen]; Gästeverpflegung in Restaurants; Hotelcatering; Individuelle Kochdienstleistungen; Kochberatung; Kochberatung [Zubereitung von Speisen]; Kochen von Speisen; Künstlerisches Gestalten von Lebensmitteln; Leistungen eines Cafés; Leistungen eines Selbstbedienungsrestaurants; Mobiles Catering; Veranstaltung von Hochzeitsempfängen [Vermietung von Veranstaltungsräumen]; Veranstaltung von Hochzeitsempfängen [Verpflegung von Gästen]; Vermietung von Ausstellungsräumen; Vermietung von Besteck; Vermietung von Catering-Ausrüstung; Vermietung von Geräten für das Servieren von

Lebensmitteln; Vermietung von Geschirr; Vermietung von Getränke-
spendern; Vermietung von Gläsern; Vermietung von Kochgeräten; Ver-
mietung von Möbeln; Verpflegung von Gästen in Cafeterias; Verpfle-
gung von Gästen in Cafés; Verpflegung von Gästen in Clubs; Verpfle-
gung von Gästen in Eisdielen; Verpflegung von Gästen in Feinkost-
restaurants; Verpflegung von Gästen in Restaurants mit Außer-Haus-
Verkauf; Verpflegung von Gästen in Speiselokalen; Verpflegungs-
dienstleistungen eines Restaurants mit Außer-Haus-Verkauf; Verpfle-
gungsdienstleistungen für Gäste in Cafeterias; Verpflegungsdienst-
leistungen für Gäste in Restaurants; Zubereitung von Mahlzeiten;
Zubereitung von Nahrungsmitteln; Zubereitung von Speisen; Zuberei-
tung von Speisen und Getränken.

Die Veröffentlichung der Eintragung erfolgte am 12. September 2014.

Gegen die Eintragung dieser Marke hat die Beschwerdeführerin aus ihrer am
5. Juni 2013 angemeldeten und am 16. Oktober 2013 für die Waren der

Klasse 30: Schokolade, Pralinen

eingetragenen Unionswortmarke 011 872 306

HELLO

(Widerspruchsmarke 1) sowie aus ihrer am 14. Januar 2013 angemeldeten und
am 20. Juli 2013 für die Waren der

Klasse 29: Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; Konserviertes, tief-
gekühltes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten
(Gelees), Konfitüren, Kompotte; Eier; Speiseöle und -fette;

Klasse 30: Kakao, ausgenommen kakaohaltige Fertiggetränke; Reis; Tapioka und Sago; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren; Speiseeis; Zucker, Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz; Senf; Essig, Soßen (Würzmittel); Gewürze;

eingetragenen Unionswortmarke 011 483 815

HELLO

(Widerspruchsmarke 2) jeweils am 3. Dezember 2014 Widerspruch erhoben.

Mit den von einer Angehörigen des gehobenen Dienstes erlassenen Beschlüssen vom 15. November 2016 hat das DPMA, Markenstelle für Klasse 43, die Widersprüche zurückgewiesen, da keine Verwechslungsgefahr gem. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG bestehe.

Zur Begründung der Beschlüsse ist ausgeführt, dass die jeweilige Widerspruchsmarke originär unterdurchschnittlich kennzeichnungskräftig sei. In dem Begriff „HELLO“, dem englischen Wort für die deutschsprachige Grußformel „Hallo“, sähen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich eine bekannte, in der Werbung verbreitete, Aufmerksamkeit erregende, höfliche Anrede, jedoch keinesfalls einen betrieblichen Herkunftshinweis. Die Widersprechende habe auch keine ausreichenden Tatsachen vorgetragen für die Annahme einer Steigerung dieser originär unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft auf eine normale Kennzeichnungskraft. Insbesondere fehle es an Angaben zum Marktanteil und zum Werbeaufwand des Unternehmens für die Marke. Die Frage der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit könne dahingestellt bleiben, weil die angegriffene Marke den erforderlichen Abstand in jedem Fall einhalte. Die beiden sich gegenüberstehenden Wortmarken würden sich in ihrer Gesamtheit aufgrund des zusätzlichen, in der jüngeren Marke enthaltenen Wortes „Cupcake“ in visueller, klanglicher und begrifflicher Hinsicht ausreichend unterscheiden. Insbesondere seien keine

Anhaltspunkte ersichtlich, dass die angegriffene Marke durch den Bestandteil „Hello“ allein geprägt werde. Dem wirke gerade die festgestellte Kennzeichnungsschwäche dieses Elementes entgegen. Der Bestandteil „Hello“ stelle sich vielmehr als dem weiteren Bestandteil „Cupcake“ gleichgewichtig dar, so dass die angesprochenen Verkehrskreise die Marke in ihrer Gesamtheit im Sinne von „Hallo kleiner Kuchen“ auffassen würden. Schließlich sei auch nicht zu besorgen, dass die beiden Marken allein wegen des gemeinsamen Bestandteils „Hello“ gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden könnten, da hierfür die Übereinstimmung eines Bestandteils für sich genommen nicht ausreiche und keine Anhaltspunkte für eine Markenserie vorlägen.

Gegen die ihr am 23. November 2016 zugestellten Beschlüsse wendet sich die Beschwerdeführerin mit ihren Beschwerden vom 13. Dezember 2016, eingegangen beim DPMA jeweils am selben Tag. Die Einzahlung der Beschwerdegebühren erfolgte am 13. Dezember 2016 und am 20. Dezember 2016.

Sie trägt vor, dass die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken gesteigert sei. Unter der Kennzeichnung „HELLO“ werde seit 2014 bundesweit eine Vielfalt von Schokoladenprodukten in mehr als 27.000 Ladengeschäften in der Bundesrepublik angeboten. Bereits die Anzahl der Ladengeschäfte lege nahe, dass die Marke „HELLO“ einem breiten Publikum in Deutschland sehr gut bekannt sei. Zudem habe die Widersprechende nach den Untersuchungen des unabhängigen Marktforschungsunternehmens IRI im Jahr 2014 einen Gesamtumsatz von ... Euro beim Verkauf der HELLO-Produktserien erzielt. Im Jahr 2014 habe die Widersprechende 2.090 und im Jahr 2015 1.831 Werbespots auf privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern ausgestrahlt und hierfür Werbekosten in Millionenhöhe bezahlt. Die Produkte seien testweise bereits 2013 eingeführt worden, wobei die erfolgreiche Markteinführung bereits in einer Presseerklärung des Marketingverbandes vom 1. Oktober 2013 bestätigt worden sei. Die angesprochenen Verbraucher verstünden den Bestandteil „Cupcake“ der jüngeren Marke als bloße Sachangabe, so dass die angegriffene Marke durch den Bestand-

teil „Hello“ geprägt werde. Der englische Begriff „Cupcake“ mit der Bedeutung „kleiner Kuchen“ sei bereits seit vielen Jahren ein in Deutschland geläufiges Wort und werde von zahlreichen Herstellern bzw. Anbietern als Produktbezeichnung verwendet, daneben fände sich im Internet eine Vielzahl von Rezepten. Der Verbraucher sei aus zahlreichen Süßwarenangeboten seit Jahren gewohnt, dass derartige glatt beschreibende Sachangaben neben einer Marke stünden. Andernfalls wäre die Übernahme einer identischen Wortmarke zulässig, wenn dieser ein freihaltebedürftiger und/oder rein beschreibender weiterer Bestandteil hinzugefügt werde. Vor dem Hintergrund, dass die Beschwerdeführerin die Artikel „Hello, Mini Sticks Strawberry Cheesecake“ und „Hello, Cookies & Cream“ unter der Marke „HELLO“ anbiete, nehme der Verbraucher an, dass mit „Hello Cupcake“ ein weiterer kuchenähnlicher Artikel in die Serie der Widersprechenden eingeschoben werde.

Die Beschwerdeführerin hat eine eidesstattliche Versicherung des Leiters ihrer Markenabteilung Dr. S... vom 14. Juli 2017 sowie weitere Unterlagen zum Nachweis einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken vorgelegt. Auf diese wird Bezug genommen.

Die Beschwerdeführerin beantragt,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 43, vom 15. November 2016 aufzuheben und wegen des Widerspruchs aus den Marken EM 011 872 306 und EM 011 483 815 die Löschung der angegriffenen Marke DE 30 2014 019 686 anzuordnen.

Die Beschwerdegegnerin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie trägt vor, dass die Widerspruchsmarken lediglich über eine unterdurchschnittliche bzw. sehr geringe Kennzeichnungskraft verfügen würden, so dass nur ein geringer Schutzbereich der älteren Marken anzunehmen sei. Der Vortrag, dass die HELLO-Produktserie im Jahr 2014 in 27.000 Ladengeschäften für Verbraucher verfügbar gewesen sei, werde ebenso bestritten wie der Vortrag zu Umsatzzahlen und zur Ausstrahlung von Werbespots jeweils in den Jahren 2014 und 2015. Selbst wenn der diesbezügliche Vortrag der Beschwerdeführerin zutreffend wäre, so wären die vorgetragenen Zahlen nicht geeignet, ein herkunftshinweisendes Verständnis des Allerweltsbegriffs „HELLO“ hervorzurufen. Die angesprochenen Verkehrskreise verstünden das Wort „HELLO“ lediglich als alltägliche und ständig verwendete Grußformel. Daher würden bereits kleinste Abweichungen ausreichen, um aus dem Schutzbereich der Widerspruchsmarken herauszuführen. Die angegriffene Marke „Hello Cupcake“ stelle einen einheitlichen Gesamtbegriff mit eigenständigem Bedeutungsgehalt dar. Der angesprochene Verkehr sei gewöhnt, dass der Begriff „Hello“ üblicherweise mit einem Namen verbunden werde. Durch die Verbindung dieser Grußformel mit dem Zeichenbestandteil „Cupcake“ werde letzterer bekräftigt und betont. Der Bestandteil „Cupcake“ trete dementsprechend nicht zurück, die angegriffene Marke werde nicht durch den kennzeichnungsschwachen Bestandteil „Hello“ geprägt. Es stünden sich daher die Zeichen „Hello Cupcake“ und „HELLO“ gegenüber. Im Hinblick auf den Bestandteil „Cupcake“ der angegriffenen Marke unterscheide sich diese klanglich, schriftbildlich und begrifflich ausreichend von den Widerspruchsmarken.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die Beschlüsse des DPMA, die Schriftsätze der Beteiligten, das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 14. Mai 2019 und den übrigen Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässigen, insbesondere gem. § 66 Abs. 1 i. V. m. § 64 Abs. 6 MarkenG statthaften und gem. § 66 Abs. 2 MarkenG fristgerecht eingelegten Beschwerden bleiben in der Sache erfolglos. Zwischen den Vergleichsmarken besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG i. V. m. § 125 b Nr. 1 MarkenG. Die Widersprüche aus den Unionswortmarken 011 872 306 und 011 483 815 wurden daher zu Recht zurückgewiesen gem. § 43 Abs. 2 S. 2 i. V. m. § 125 b Nr. 1 MarkenG.

Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr für das Publikum ist nach ständiger Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofes als auch des Bundesgerichtshofes unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (vgl. hierzu z. B. EuGH, GRUR 2010, 933, Rn. 32 – BARBARA BECKER; EuGH, GRUR 2010, 1098, Rn. 44 – Calvin Klein/HABM; BGH, GRUR 2012, 1040, Rn. 25 – pjur/pure; BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 30 – Culinaria/Villa Culinaria; BGH, GRUR 2016, 382, Rn. 19 – BioGourmet; BGH, GRUR 2016, 283, Rn. 7, BSA/DSA DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE). Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit insbesondere die Identität oder Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen, die Identität oder Ähnlichkeit der Marken sowie die Kennzeichnungskraft und der daraus folgende Schutzzumfang der Widerspruchsmarke. Diese einzelnen Faktoren sind zwar für sich gesehen voneinander unabhängig, bestimmen aber in ihrer Wechselwirkung den Rechtsbegriff der Verwechslungsgefahr (vgl. dazu EuGH, GRUR 2008, 343, Rn. 48 – Il Ponte Finanziaria Spa/HABM; BGH, GRUR 2012, 1040, Rn. 25 – pjur/pure; BGH, GRUR 2016, 283, Rn. 7, BSA/DSA DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE; siehe auch Hacker in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 9 Rn. 41 ff. m. w. N.). Darüber hinaus können für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr weitere Faktoren relevant sein, wie u. a. etwa die Art der Ware, die im Einzelfall angesprochenen Verkehrskreise und daraus folgend die zu erwartende Aufmerksamkeit und das zu erwartende Differenzierungsvermögen dieser Verkehrskreise

bei der Wahrnehmung der Kennzeichen. Bei dieser umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (BGH, GRUR 2016, 382, Rn. 37 – BioGourmet; BGH, GRUR 2014, 382, Rn. 14 – REAL-Chips; BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 45 – Culinaria/Villa Culinaria).

Nach diesen Grundsätzen ist eine Verwechslungsgefahr vorliegend zu verneinen.

1. Unter Zugrundelegung der ohne Erhebung einer Nichtbenutzungseinrede maßgeblichen Registerlage können sich die Vergleichszeichen jedenfalls teilweise im Zusammenhang mit identischen Waren begegnen. Da eine Verwechslungsgefahr vorliegend selbst im Zusammenhang mit identischen Waren der Klasse 30 zu verneinen ist, bedarf es nicht der Bestimmung des Ähnlichkeitsgrades der einander gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen im Einzelnen

2. Die Widerspruchsmarken verfügen jeweils über eine originär allenfalls unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft, deren Steigerung für den maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung der jüngeren Marke nicht angenommen werden kann.

- a) Die originäre Kennzeichnungskraft wird bestimmt durch die Eignung der Marke, sich unabhängig von der jeweiligen Benutzungslage als Unterscheidungsmittel für die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens bei den beteiligten Verkehrskreisen einzuprägen und die Waren und Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH, GRUR 2010, 228, Rn. 33 – Audi/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, GRUR 2015, 1127, Rn. 10 – ISET/ISETsolar; BGH, GRUR 2012, 1040, Tz. 29 – pjur/pure). Liegen keine konkreten Anhaltspunkte vor, die für eine hohe oder geringe Kennzeichnungskraft sprechen, ist von durchschnittlicher Kennzeichnungskraft auszugehen (vgl. BGH, GRUR

2016, 283, Rn. 10 – BSA/DSA DEUTSCHE SPORTMANAGEMENT-AKADEMIE; BGH, GRUR 2012, 64, Rn. 12 – Maalox/Melox-GRY).

Danach ist die originäre Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken als unterdurchschnittlich anzusehen. Zwar ist der Begriff „Hello“ nicht unmittelbar beschreibend für die beanspruchten Waren. Die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise werden in dem aus der englischen Sprache stammenden Wort „HELLO“ jedoch ohne Weiteres die im Deutschen „Hallo“ lautende allgemeine Grußformel sehen und diese als werbende Ansprache auffassen. Eine derartige Ansprache potentieller Käufer ist im Marketing verbreitet und üblich.

- b) Soweit die Beschwerdeführerin eine Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken durch Benutzung geltend macht, so reichen der Vortrag und die Nachweise für die Überwindung der dargelegten Kennzeichenschwäche oder gar eine Stärkung der Kennzeichnungskraft nicht aus.

Bei der Bestimmung der Kennzeichnungskraft einer Marke sind neben den Eigenschaften, die die Marke von Haus aus besitzt, der von der Marke gehaltene Marktanteil, die Intensität, die geografische Verbreitung und die Dauer der Benutzung der Marke, der Werbeaufwand des Unternehmens für die Marke und der Teil der beteiligten Verkehrskreise, die die Waren oder Dienstleistungen auf Grund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennen, zu berücksichtigen (st. Rspr.; EuGH, GRUR Int. 1999, 734 – Lloyd; BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 41 – Culinaria/Villa Culinaria; BGH, GRUR 2017, 75, Rn. 29 – Wunderbaum II). Die Voraussetzungen einer gesteigerten Kennzeichnungskraft müssen bereits im Anmeldezeitpunkt der jüngeren Marke vorgelegen haben (vgl. BGH, GRUR 2008, 903 Rn. 14 – SIERRA ANTIGUO) und bis zum Entscheidungszeitpunkt fortbestehen (BPatG, GRUR 2018, 529, Rn. 28 – KNEIPP). Eine Steigerung der Kennzeichnungskraft durch intensive Benutzung ist von der Widerspre-

chenden darzulegen und glaubhaft zu machen, soweit die Benutzungslage nicht im Einzelfall amts- oder gerichtsbekannt ist (BPatG, GRUR-RR 2015, 468 – Senkrechte Balken).

Bei den Widerspruchsmarken handelt es sich um Unionsmarken. Für die Frage der Steigerung der Kennzeichnungskraft von Unionsmarken ist grundsätzlich auf das Kollisionsgebiet abzustellen, wobei unter Umständen auch berücksichtigt werden kann, wenn die angesprochenen Verkehrskreise der Marke bei Reisen ins Ausland begegnen (BGH, GRUR 2017, 75, Rn. 42 – Wunderbaum II).

Vorliegend hat die Beschwerdeführerin nicht ausreichend Tatsachen vorgetragen und glaubhaft gemacht, aus denen sich eine Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken bereits zum Prioritätszeitpunkt der angegriffenen Marke, also gem. §§ 6 Abs. 2, 33 MarkenG dem Zeitpunkt ihrer Anmeldung am 14. April 2014, ergibt. Sie hat zum Angebot einer Vielfalt von Schokoladenprodukten mit der Kennzeichnung „HELLO“ sowie zur Bewerbung dieser Produkte seit dem Jahr der Markteinführung 2014 vorgetragen. Weder die für den Zeitraum ab 2015 genannten Zahlen, noch die für das Jahr 2014 gemachten Angaben lassen Rückschlüsse auf relevante Umstände wie beispielsweise Marktanteil oder Bewerbung entsprechend gekennzeichnete Produkte für den maßgeblichen Zeitpunkt vor dem 14. April 2014 zu. Den vorgelegten Unterlagen lässt sich lediglich die Ausstrahlung einer Anzahl von Werbespots zwischen Anfang Januar 2014 und Mitte April 2014 entnehmen. Dies alleine ist ohne weitere Angaben zu Umsätzen, Werbeaufwendungen oder Marktanteil zum Kollisionszeitpunkt nicht aussagekräftig und daher zum Nachweis einer Steigerung der Kennzeichnungskraft nicht geeignet, zumal es sich um einen relativ kurzen Zeitraum handelt. Hieran ändert auch die vorgetragene testweise Einführung der Produkte im Jahr 2013 mit einer positiven Berichterstattung durch den Deutschen Marketingverband nichts, in der ausgeführt wird, dass die Be-

schwerdeführerin mit der neu eingeführten Submarke „HELLO“ „neue strategische Zielgruppen erobert und ein uniques Produkt am umkämpften Markt platziert“ habe. Diese Berichterstattung enthält keinerlei konkrete Angaben, aufgrund derer auf eine gewisse Bekanntheit von mit dem Zeichen „HELLO“ gekennzeichneten Produkten bei den angesprochenen Verbrauchern geschlossen werden kann. Die bloße „Platzierung“ von Produkten auf dem doch sehr großen Süßwarenmarkt mit hohen Umsatzzahlen besagt lediglich, dass die Produkte am Markt erhältlich sind, gibt aber – auch unter Einbeziehung des weiteren Vortrags der Beschwerdeführerin zur Ausstrahlung von Werbesendungen, der Auszeichnung mit einem „Marketingpreis“ etc. – nichts für eine durch Benutzung gesteigerte Bekanntheit einer Marke bei den angesprochenen Verkehrskreisen her. Da die vorgelegten Unterlagen demnach eine Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken zum maßgeblichen Prioritätszeitpunkt der jüngeren Marke nicht belegen, verbleibt es bei der originär unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken.

3. Im Rahmen der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr erforderlichen Gesamtabwägung hält die jüngere Marke im Hinblick auf die geringe Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken selbst im Zusammenhang mit identischen Waren den erforderlichen Abstand, der lediglich bei einer zumindest überdurchschnittlichen Zeichenähnlichkeit nicht mehr gewahrt wäre, ein, denn auch die Zeichenähnlichkeit ist allenfalls als unterdurchschnittlich anzusehen.

- a) Eine für das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr relevante Markenähnlichkeit kann in klanglicher, schriftbildlicher oder begrifflicher Hinsicht bestehen, wobei es für die Annahme einer Verwechslungsgefahr ausreichen kann, wenn zwischen den jeweiligen Vergleichsmarken nur in einer dieser Kategorien ausreichende Übereinstimmungen festzustellen sind (EuGH, GRUR 2006, 413, Rn. 47 – ZIRH/SIR; BGH, GRUR 2015, 1004, Rn. 22 – IPS/ISP; BGH, GRUR 2014, 382, Rn. 25 – REAL-Chips; BGH,

GRUR 2011, 824, Rn. 25 f. – Kappa; Hacker in: Ströbele/Hacker, Marken-gesetz, 12. Aufl. 2018, § 9 Rn. 268 m. w. N.). Dabei sind grundsätzlich die Vergleichsmarken als Ganzes gegenüberzustellen und in ihrem Gesamtein-druck miteinander zu vergleichen, da der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden und zergliedernden Betrachtungsweise zu unterziehen (BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 45 – Culinaria/Villa Culinaria; Hacker in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markenge-setz, 12. Aufl. 2018, § 9 Rn. 248 m. w. N.).

Dies schließt nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestand-teile einer komplexen Marke für den durch die Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein können (vgl. EuGH, GRUR 2005, 1042 – THOMSON LIFE; BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 45 – Culinaria/Villa Culinaria; BGH, GRUR 2006, 859, Rn. 18 – Malteserkreuz I). Des Weiteren kann ein Zeichen, das als Bestandteil in eine zusammengesetzte Marke oder eine komplexe Kenn-zeichnung aufgenommen wird, eine selbstständig kennzeichnende Stellung haben, ohne dass es das Erscheinungsbild der zusammengesetzten Marke oder komplexen Kennzeichnung im vorgenannten Sinne dominiert oder prägt (vgl. EuGH, GRUR 2005, 1042, Rn. 30 – THOMSON LIFE; BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 45 – Culinaria/Villa Culinaria; BGH, GRUR 2009, 772, Rn. 57 – Augsburger Puppenkiste m. w. N.). Bei Identität oder rele-vanter Ähnlichkeit dieses selbstständig kennzeichnenden Bestandteils mit einer angemeldeten oder eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang kann das Vorliegen von Verwechslungsgefahr zu bejahen sein, weil dadurch bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen werden kann, dass die fraglichen Waren oder Dienstleistungen zumindest aus wirt-schaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (vgl. EuGH, GRUR 2005, 1042, Rn. 30 – THOMSON LIFE; BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 45 – Culinaria/Villa Culinaria; BGH, GRUR 2009, 772, Rn. 57 – Augsburger Puppenkiste m. w. N.).

- b) Mangels ausreichender Zeichenähnlichkeit ist eine unmittelbare Verwechslungsgefahr nicht gegeben.

Die Vergleichszeichen „Hello Cupcake“ und „HELLO“ stimmen zwar in dem Bestandteil „HELLO“ vollständig überein, der zudem innerhalb der angegriffenen Marke an erster Stelle steht. Sie unterscheiden sich jedoch in ihrem Gesamteindruck durch den weiteren Bestandteil „Cupcake“ der jüngeren Marke in klanglicher, schriftbildlicher und begrifflicher Hinsicht ausreichend. Bereits durch diesen Begriff sind die Vergleichszeichen in allen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr wesentlichen Kriterien (Zeichenlänge, Silbenzahl, Sprechrhythmus etc.) für die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise leicht voneinander zu unterscheiden, so dass bei Betrachtung der Vergleichszeichen in ihrer Gesamtheit allenfalls eine geringe Zeichenähnlichkeit der Vergleichszeichen angenommen werden kann.

Die jüngere Marke wird des Weiteren auch nicht durch den Bestandteil „HELLO“ geprägt. Damit einzelne Bestandteile eines Zeichens dessen Gesamteindruck prägen, müssen die anderen Bestandteile des Kombinationszeichens weitgehend in den Hintergrund treten und dürfen den Gesamteindruck des Zeichens nicht mitbestimmen (BGH, GRUR 2016, 283, Rn. 13 – BSA/DSA DEUTSCHE SPORTMANAGEMENTAKADEMIE; Büscher/Dittmer/Schiwy: Gewerblicher Rechtsschutz, 3. Aufl. 2014, § 14, Rn. 324).

Dies trifft auf den Zeichenbestandteil „Cupcake“ nicht zu. Die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise, insbesondere die angesprochenen Verbraucher, werden den Bestandteil „Cupcake“ der jüngeren Marke nicht vernachlässigen. Dies gilt selbst im Zusammenhang mit denjenigen Waren der angegriffenen Marke wie beispielsweise „Kuchen“, für die der englische Begriff „Cupcake“ mit der Bedeutung „kleiner Kuchen“ (vgl. die im Verfahren vor dem DPMA zugesandten Belege) beschreibend ist. Denn unabhängig davon, dass der übernommene Bestandteil „HELLO“ – wie bereits ausge-

führt – seinerseits kennzeichnungsschwach ist, steht der Annahme einer Prägung der jüngeren Marke zudem bereits entgegen, dass in dieser die Worte „Hello“ und „Cupcake“ aufeinander bezogen sind. Der jüngeren Marke in ihrer Gesamtheit kommt daher die Bedeutung „Hallo kleiner Kuchen“ zu, wobei die Anrede oder die Personifizierung von Gegenständen in der Werbung durchaus üblich ist. Eine solche Verquickung nach Art eines einheitlichen Gesamtbegriffs kann auch durch für sich genommen beschreibende Bestandteile vermittelt werden (vgl. Hacker in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 9 Rn. 426 ff.) und führt von der Annahme einer prägenden Funktion eines Bestandteils der angegriffenen Marke weg.

- c) Eine Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt des gedanklichen Inverbindungbringens der Vergleichsmarken kann ebenfalls nicht angenommen werden.

aa) Eine mittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt eines Serienzeichens besteht nicht.

Diese Art der Verwechslungsgefahr kommt nur in Betracht, wenn die einander gegenüberstehenden Zeichen – wie im vorliegenden Fall – nach ihrem Gesamteindruck nicht unmittelbar miteinander verwechselbar sind. Sie greift dann ein, wenn die Zeichen in einem Bestandteil übereinstimmen, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens sieht und deshalb die nachfolgenden Bezeichnungen, die einen wesensgleichen Stamm aufweisen, demselben Inhaber zuordnet (BGH, GRUR 2008, 909, Rn. 34 – Pantogast; BGH, GRUR 2007, 1071, Rn. 40 – Kinder II).

Vorliegend ist eine mittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt eines Serienzeichens bereits deswegen auszuschließen, weil die Wider-

sprechende das Vorhandensein einer Markenserie zum maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung der jüngeren Marke nicht vorgetragen hat. Der Verweis auf „HELLO“-Produkte mit verschiedenen Geschmacksrichtungen wie beispielsweise „Strawberry Cheesecake“ oder „Cookies & Cream“ im Produktkatalog 2015 ist schon unter zeitlichen Gesichtspunkten nicht ausreichend.

bb) Anhaltspunkte für eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne liegen nicht vor. Besondere Umstände, aufgrund derer die Widerspruchsmarken „HELLO“ innerhalb der jüngeren Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung einnehmen könnten (vgl. BGH, GRUR 2013, 833, Rn. 50 – Culinaria/Villa Culinaria), sind nicht ersichtlich, insbesondere handelt es sich weder bei „Cupcake“ um das bekannte oder als solches erkennbare Unternehmenskennzeichen des jüngeren Markeninhabers (vgl. BGH, a. a. O. Rn. 51 – Culinaria/Villa Culinaria; Hacker in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 9 Rn. 486) noch bei dem übernommenen Bestandteil „HELLO“ um das bekannte Firmenschlagwort der Widersprechenden (vgl. BGH GRUR 2009, 484, Rn. 80 – Metrobus; BGH GRUR 2012, 635, Rn. 37 – METRO/ROLLER´s Metro; BPatG 30 W (pat) 41/13 – LIQUIDIUS JURIS/ juris, abrufbar über juris.de).

4. Ausgehend von einer allenfalls unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken und einer ebenso allenfalls geringen Zeichenähnlichkeit kann in der Gesamtabwägung selbst im Zusammenhang mit identischen Waren und Dienstleistungen eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken nicht angenommen werden.

5. Hinsichtlich der Kosten des Beschwerdeverfahrens verbleibt es bei der gesetzlichen Regelung des § 71 Abs. 1 S. 2 MarkenG, da Billigkeitsgründe für die Auferlegung der Kosten auf einen Beteiligten weder vorgetragen wurden noch sonst

ersichtlich sind. Für eine Zulassung der Rechtsbeschwerde gem. § 83 Abs. 2 MarkenG besteht keine Veranlassung.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Schwarz

Paetzold

Lachenmayr-Nikolaou

Ko