



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 293/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
23. Februar 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 399 36 525

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 2. Februar 2005 durch den Richter Baumgärtner als Vorsitzenden, die Richterin Fink und die Richterin am Amtsgericht StVDir Dr. Mittenberger-Huber

beschlossen:

Die Beschwerden werden zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 3: Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheits-

pflege; Haarwässer, Zahnputzmittel, einschließlich Zahnbürsten, Zahnpasta und sonstiger Zahnpflegemittel;

Klasse 5 diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Pflaster, Verbandmaterial;

Klasse 9: bespielte und unbespielte Ton-, Bild- und Datenträger aller Art, insbesondere Schallplatten, Compact-Discs, Tonbänder, Tonkassetten (Kompaktkassetten), Videoplatten (Bildplatten), -kassetten und -bänder; belichtete Filme; Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Radio- und Rechenggeräte; Computer sowie sonstige Apparate und Instrumente für die elektronische Datenverarbeitung einschließlich dafür bestimmter Peripheriegeräte; Münzspiel- und Unterhaltungsautomaten; Brillen, Brillengestelle;

Klasse 12: Fahrzeuge einschließlich Fahrräder, Motorräder, Mofas, Mopeds, Kraftfahrzeuge, Flugzeuge, Wasserfahrzeuge; Autozubehör, nämlich Gepäckträger, Skiträger, Schmutzfänger, Schneeketten, Kopfstützen, Sicherheitskindersitze; Fahrradzubehör, nämlich Fahrradnetze, -gepäckträger, Klingeln, Luftpumpen;

Klasse 14: Juwelier- und Schmuckwaren, Edelsteine, Uhren, Sammlermünzen; kunstgewerbliche Gegenstände, Ziergegenstände aus Edelmetallen und deren Legierungen, Tafelgeschirr (ausgenommen Bestecke), Tafelaufsätze, Aschenbecher, Zigarren- und Zigarettenetuis aus Edelmetall;

Klasse 16: Papierwaren nämlich Schreibpapier, Umschläge, Notizpapier und -blocks, Einwickelpapier, Einbindepapier, Packpapier, Bastelpapier,

Krepppapier für Dekorations- und Bastelzwecke, Papiertischdecken und -untersetzer, Papierservietten und -handtücher, Filterpapier, Papiertaschentücher, Toilettenpapier; Verpackungstüten und -behälter aus Papier und Pappe; Drucksachen, Briefpapier, Druckschriften, Zeitungen, Bücher, Schreibgeräte, Poster, Abzeichen, Aufkleber aus Papier zum Aufbügeln, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), nämlich Kinderbücher, Magazine und Informationsblätter, Malbücher, Bastelbücher, Markier- und Buntstifte, Malsets für Kinder, Tafeln und Tafelkreide, Bucheinbände, Lesezeichen, Kalender, Haftaufkleber, Schreibunterlagen; Fotografien, Dekoration für Partyzwecke aus Papier, Spielkarten; Verpackungsmaterial aus Kunststoff, nämlich Hüllen, Beutel und Folien; Büroartikel, nämlich nichtelektrische Bürogeräte;

Klasse 18: Leder und Lederimitationswaren, nämlich Gürtel, Handtaschen, Reisetaschen; Kleinleder- und Kleinlederimitationswaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Schirme und Spazierstöcke;

Klasse 21: kleine handbetätigte Geräte für Haushalt und Küche, Behälter (nicht aus Edelmetall oder plattiert) für Haushalt und Küche, Geschirr, Käämme, Bürsten; Glaswaren, keramische Waren, Porzellanwaren (für den Haushalt); Kunstgegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut;

Klasse 24: Textilwaren, nämlich Textilstoffe, Gardinen, Rollos, Haushaltswäsche, Tisch- und Bettwäsche, Taschentücher aus textilem Material;

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Badekleidung;

- Klasse 28: Spiele, Spielzeug, Puppen, Turn- und Sportgeräte, Christbaumschmuck; elektrische und elektronische Spiele, auch solche mit Bildschirm oder Displays;
- Klasse 30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Getreidepräparate (ausgenommen Futtermittel), Brot- und Backwaren; Konditorwaren, Schokoladenwaren, Zuckerwaren, Essig, Saucen (Würzmittel), Gewürze, Speiseeis;
- Klasse 32: Mineralwässer und andere alkoholfreie Getränke, Fruchtsäfte und Fruchtgetränke, alkoholfreie Mischgetränke; Biere;
- Klasse 35: Unternehmens- und Organisationsberatung; Marketing; Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Werbemittlung; Werbung, insbesondere Rundfunk-, Fernseh-, Kino-, Printwerbung; Werbevermarktung in vorgenannten Medien auch in Form von Product Placement, Bartering und Sponsorship;
- Klasse 38: Sendung und Weitersendung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel- und/oder Satellitenfunk sowie durch Videotext und ähnliche technische Einrichtungen; Sammeln und Liefern von Nachrichten, Funkdienste;
- Klasse 41: Dienstleistungen auf den Gebieten der Erziehung, Unterhaltung, sportlichen und kulturellen Aktivitäten, nämlich Produktion, Gestaltung und Ausstrahlung von Fernseh- und Rundfunksendungen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art, Veranstaltungen und Darbietungen von Show-, Quiz- und Musikveranstaltungen zur Aufzeichnung oder Livesendung in Rundfunk und Fernsehen; Produktion von Rundfunk- und Fernsehwerbesendungen ein-

schließlich entsprechender Gewinnspielsendungen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs-, Kultur- und Sportbereich; Veranstaltung von Fernkursen; Produktion und Reproduktion, Vorführung, Vermietung und Verleih von Filmen und Tonträgern; Produktion und Reproduktion sowie Ton- und Bildaufnahmen auf Videoprogrammen und Tonträgern in Kassetten-, Bänder- und Plattenform; Theateraufführungen, Musikdarbietungen; Betrieb von Vergnügungs- und Freizeitparks; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften;

Klasse 42: Verwaltung und Verwertung von Urheber-/Leistungsschutzrechten sowie sonstiger gewerblicher Schutzrechte, insbesondere in Form von Merchandising; Fotografieren

registrierte Wortmarke Nr. 399 36 525

PAPA LÖWE

ist Widerspruch eingelegt worden aus der älteren Wortmarke Nr. 396 08 291

Löwen

die für die Waren und Dienstleistungen

Geld- und geldwertmäßig betätigte Unterhaltungsautomaten, Spielautomaten, Musikautomaten, Kinderunterhaltungsautomaten sowie Teile dieser Waren, Kompaktportautomaten, Kompaktportgeräte für Sport auf kleinem Raum, insbesondere elektronisches Dart, Tischfußball, Pool-Billard, Snooker, Schießstände, wie Laser-Shooting, sowie Teile dieser Waren, soweit in Klasse 28 enthalten, Automaten zum Verkauf von Waren und/oder zur Ausgabe von Karten, Tickets und/oder Ausgabe und

Rücknahme von Waren, elektrotechnische und elektronische Apparate, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild sowie Teile dieser Waren, Computer, Mikroprozessoren, Datenaufzeichnungsgeräte, Multimediageräte/-systeme, Datendrucker, automatische Apparate zur Identifizierung von Datenträgern einschließlich von Ausweis- und Kreditkarten und Geldscheinen sowie Münzgeld, durch Eingabe von Magnetkarten und/oder durch Mikroprozessor-Chipeinrichtungen betätigbare Apparate, Mechaniken für geldbetätigte Apparate einschließlich Münzschaftgeräten, Banknotenprüfgeräte, Geldwechselautomaten, Apparate zur Abrechnung von geldbetätigten Automaten, mit Programmen versehene maschinenlesbare Datenträger, gedruckte elektronische Schaltungen, vorgenannte Waren auch in Verbindung mit Geld- und geldwertmäßig betätigten Unterhaltungsautomaten, Spielautomaten, Musikautomaten, Sportautomaten und Kinderunterhaltungsautomaten und/oder Anlagen von Geld- und geldwertmäßig betätigten Unterhaltungsautomaten, Spielautomaten, Musikautomaten, Sportautomaten und Kinderunterhaltungsautomaten, Geräte zum Speichern und Archivieren digitaler Daten; alle vorgenannten Waren der Klasse 09 ausgenommen für Rundfunk- und Fernsehempfangsgeräte, Multimedia-Endgeräte mit TV-Hochfrequenz-Empfangsteil, HiFi-Anlagen, Videorecorder, Telefonapparate, Telefaxapparate und Telefonanrufbeantworter; Programme für Datenverarbeitungsgeräte; Reparaturwesen, nämlich Reparatur und Wartung elektromechanischer Geräte und Bauteile sowie von Geräten zum Speichern und Archivieren digitaler Daten; Telekommunikation; Schulung; Ausbildung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Werbung, Gestaltung und Verteilung von Werbemitteln, Marketing, betriebswirtschaftliche und organisatorische Projektorganisation, Sponsoring in Form von Unternehmensberatung einschließlich der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und/oder Projekten, Verwaltungs- und Bürotätigkeit für Unternehmen, Gesellschaften und Vereine; Dienstleistungen eines Franchisegebers für

Turnierveranstalter, nämlich kaufmännische, betriebswirtschaftliche und technische Beratung bei der Planung, Einrichtung und Durchführung von Turnieren und Freizeitgestaltungen; Organisation, Durchführung, Werbung, Veranstaltung und Durchführung von Sportreiseveranstaltungen; Kunststoffteile, Kunststoff-Schäumteile, Blechteile, Stanzteile, Kabelbäume, bestückte Leiterplatten und Kombination hieraus aus Baugruppen und Geräte, soweit in den Klassen 6, 9, 20, 28 und 40 enthalten; technische Entwicklungsdienstleistungen

der Klassen 6; 9; 37; 38; 41; 42; 35; 28; 39 und 20 eingetragen ist, sowie aus der älteren Wortmarke Nr. 1093761

LOEWE

die für die Waren

wissenschaftliche Apparate und Instrumente als Laborgeräte; elektro-technische und elektronische Apparate und Instrumente und nachrichten-technische Geräte (soweit in Klasse 9 enthalten), Rundfunk- und Fernsehempfangsgeräte, Bild- und/oder Tonaufnahme- und -wiedergabegeräte, Plattenspieler, Kombinationsgeräte zwischen den einzelnen unterhaltungselektronischen Geräten, nämlich Radio-Tonbandgeräte und Uhrenradios; Nachrichtenübermittlungsgeräte und Datenverarbeitungsgeräte, Computer, wie Personal- und Home-Computer, Bildschirmtextgeräte, Tischtelefonapparate, Fernsehkameras, Kleinfunkgeräte, Fernsteuergeräte und Funkfernsteuergeräte, gedruckte Leiterplatten, Monitore und Datenanzeigergeräte sowie elektronische Textverarbeitungsgeräte und Sichtschirmtelphone; auf Datenträger aufgezeichnete Computerprogramme, Rechner zum Erstellen und Austesten von Computerprogrammen; Magnetplatten- und Magnetplattenspeichergeräte,

optoelektronische Plattenaufzeichnungs- und Wiedergabegeräte und Drucker

der Klasse 9 eingetragen ist.

Der Widerspruch aus der Marke Nr. 396 08 291 „Löwen“ richtete sich gegen die Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 38 und 41 der angegriffenen Marke, der Widerspruch aus der Marke Nr. 1093761 gegen alle gleichen oder ähnlichen Waren und Dienstleistungen und ist auf alle gleichen oder ähnlichen Waren der älteren Marke gestützt.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Widersprüche mit Beschluss vom 28. Juni 2001 zurückgewiesen. Zur Begründung führt die Markenstelle aus, dass sich die angegriffene Marke und die Widerspruchsmarken „Löwen“ und „LOEWE“ auf identischen oder ähnlichen Waren oder Dienstleistungen begegnen können. Eine Verwechslungsgefahr bestehe aber nicht. Maßgeblich sei der Gesamteindruck der Vergleichszeichen. Eine Prägung der jüngeren Marke durch einen Bestandteil sei nicht gegeben, da sie einen ohne weiteres verständlichen Gesamtbegriff bilde. „PAPA LÖWE“ bestehe aus dem Kosenamen für Vater und einer Raubkatzenart und verschmelze zu einer phantasievollen Gesamtheit, die Erinnerungen an die Märchen- oder Fabelwelt weckten. Von der Widerspruchsmarke 396 08 291, die lediglich die Pluralform von „Löwe“ sei, unterscheide sich die jüngere Marke in schriftbildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht deutlich. Eine mittelbare Verwechslungsgefahr bestehe nicht, weil ein möglicherweise anzuerkennender Stammbestandteil „Löwen“ in der jüngeren Marke nicht so enthalten sei und deren völlig anderer Begriffsinhalt gegen eine Assoziation mit der Widerspruchsmarke spreche. Zwischen der Widerspruchsmarke 1093761 „LOEWE“ und dem jüngeren Zeichen bestehe aus denselben Gründen keine Verwechslungsgefahr. Aus dem angegriffenen Mehrwortzeichen könne nicht willkürlich ein Bestandteil herausgegriffen werden. Die gegen die Zurückweisung der Widersprüche gerichteten Erinnerungen hat die

Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 17. September 2002 im Wesentlichen unter Verweisung auf die Gründe des angegriffenen Beschlusses zurückgewiesen.

Mit ihren hiergegen gerichteten Beschwerden verfolgen die Widersprechenden ihre Löschungsbegehren eingeschränkt weiter.

Die Widersprechende aus der Marke Nr. 396 08 291 „Löwen“ und Beschwerdeführerin zu 1) ist der Auffassung, dass jedenfalls hinsichtlich der Waren „Münzspiel- und Unterhaltungsautomaten, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, Computer und Programmen für Datenverarbeitungsgeräte“ Identität bestehe und die einander gegenüberstehenden Dienstleistungen im Ähnlichkeitsbereich lägen. Die Kennzeichnungskraft des Widerspruchszeichens sei zumindest durchschnittlich, so dass die jüngere Marke einen insgesamt deutlichen Abstand zum Widerspruchszeichen einhalten müsse, was vorliegend nicht der Fall sei. In der angegriffenen Marke trete der Bestandteil „PAPA“ hinter dem Bestandteil „LÖWE“ zurück, da „PAPA“ kennzeichnungsschwach sei und einen beschreibenden Anklang habe. Zudem werde sich der zu prägnanten Bezeichnungen neigende Verkehr ähnlich wie bei einer Zusammensetzung aus Vor- und Nachnamen an dem prägenden Bestandteil „LÖWE“ orientieren. „LÖWE“ und „Löwen“ seien klanglich kaum voneinander zu unterscheiden. Soweit die Markenstelle davon ausgegangen sei, dass der Bestandteil „LÖWE“ wegen seines beschreibenden Charakters nicht als Stammbestandteil geeignet sei, treffe dies im Hinblick auf die hier relevanten Waren und Dienstleistungen nicht zu. Die von der Markenstelle angenommene Assoziation der Stärke sei fernliegend. Die Marken der Widersprechenden enthielten stets den Bestandteil „Löwen“ mit einem kennzeichnungsschwachen Zusatz, so dass diese Zeichen vom Bestandteil „Löwen“ geprägt würden. Die beteiligten Verkehrskreise gingen davon aus, dass das jüngere Zeichen ein weiteres in der Zeichenserie der Widersprechenden sei, da es den Bestandteil

„Löwe“ wesensgleich enthalte. Damit sei auch eine mittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt des Serienzeichens gegeben.

Die Widersprechende aus der Widerspruchsmarke 1093761 „LOEWE“ und Beschwerdeführerin zu 2) macht eine erhöhte Kennzeichnungskraft für ihre Marke auf dem Gebiet der Unterhaltungselektronik und der Multimediaprodukte geltend. Sie ist ebenfalls der Auffassung, dass die jüngere Marke durch ihren Bestandteil „LÖWE“ geprägt werde. „PAPA“ diene nur dazu, den Bestandteil „LÖWE“ in seiner väterlichen Figur zu umschreiben, der damit das maßgebliche Individuum und Objekt und für das Gesamtzeichen markant und prägend sei. Als rein geschlechtsspezifischem Zusatz komme „PAPA“ von Haus aus keine Unterscheidungskraft zu. Mit der Bezeichnung „PAPA“ werde nur der Eindruck erweckt, dass es um die Familie „LOEWE“ gehe, also um einen Teil des Sortiments der Marke LOEWE. Des weiteren sei zu berücksichtigen, dass der Verkehr dazu neige, Bezeichnungen in einer die Aussprechbarkeit und Merkbarkeit erleichternden Weise zu verkürzen – hier auf den kennzeichnungs- und unterscheidungskräftigen Bestandteil „LÖWE“. Wenn man den Bestandteil „PAPA“ im Sinne eines Vornamens interpretiere, wäre dieser Bestandteil als Allgemeinbezeichnung für einen väterlichen Löwen nicht zur Individualisierung geeignet, vielmehr begründe die Ähnlichkeit im Nachnamen, an dem sich der Verkehr orientieren dürfte, die Zeichenähnlichkeit. Zumindest liege ein Fall einer Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne vor, da der Verkehr auf Grund der Branchennähe wegen der teilweise identischen Markenbezeichnungen „LÖWE“ und „LOEWE“ organisatorische oder wirtschaftliche Zusammenhänge folgern werde. Jedenfalls aber bestehe Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt des Serienzeichens. Die Beschwerdeführerin zu 2) verfüge über die Zeichen Loewe Systems, Loewe Classic, Loewe Concept, Loewe Premium und Loewe Opta. Die beteiligten Verkehrskreise würden daher davon ausgehen, dass das jüngere Zeichen ein weiteres in der Zeichenserie der Widersprechenden sei.

Die Widersprechende und Beschwerdeführerin zu 1) beantragt,

den Beschluss des Erstprüfers und des Erinnerungsprüfers aufzuheben und die Eintragung der Marke für die Waren

bespielte und unbespielte Ton-, Bild- und Datenträger aller Art, insbesondere Schallplatten, Compact-Discs, Tonbänder, Tonkassetten (Kompaktkassetten), Videoplatten (Bildplatten), -kassetten und -bänder; belichtete Filme; Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Multimediageräte, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Radiogeräte; Computer sowie sonstige Apparate und Instrumente für die elektronische Datenverarbeitung einschließlich dafür bestimmter Peripheriegeräte

zu versagen.

Weiterhin regt die Beschwerdeführerin zu 1) die Rechtsbeschwerde an zu der Frage, inwieweit geschlechtsspezifische Zusätze die Verwechslungsgefahr auszuschließen vermögen.

Die Widersprechende und Beschwerdeführerin zu 2) beantragt,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28.06.2001 und vom 17.09. 2002 aufzuheben und die Anmeldemarke zu löschen für die Waren und Dienstleistungen

Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Radio- und Rechengegeräte; Computer sowie sonstige Apparate und Instrumente für die elektronische Datenverarbeitung

einschließlich dafür bestimmter Peripheriegeräte; Münzspiel- und Unterhaltungsautomaten;

Dienstleistungen auf den Gebieten der Erziehung, Unterhaltung, sportlichen und kulturellen Aktivitäten, nämlich Produktion, Gestaltung und Ausstrahlung von Fernseh- und Rundfunksendungen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art,

Produktion von Rundfunk- und Fernsehwerbesendungen einschließlich entsprechender Gewinnspielsendungen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs-, Kultur- und Sportbereich;

Produktion und Reproduktion sowie Ton- und Bildaufnahmen auf Videoprogrammen und Tonträgern in Kassetten-, Bänder- und Plattenform; Betrieb von Vergnügungs- und Freizeitparks.

Hinsichtlich der Rechtsbeschwerde schließt sie sich der Beschwerdeführerin zu 1) an.

Die Beschwerdegegnerin beantragt,

die Beschwerden zurückzuweisen.

Sie ist in der mündlichen Verhandlung dem Vorbringen der Widersprechenden in allen Punkten entgegengetreten, insbesondere dem Vorbringen der Beschwerdeführerinnen zur Prägung der jüngeren Marke durch den Bestandteil „Löwe“. Die Behauptung der Beschwerdeführerin zu 2), die Widerspruchsmarke „Löwen“ verfüge über eine erhöhte Kennzeichnungskraft, hat die Beschwerdegegnerin bestritten.

II.

Die zulässigen Beschwerden haben in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat die Widersprüche zu Recht und mit zutreffender Begründung zurückgewiesen. Die Gefahr, dass die einander gegenüberstehenden Marken i.S.v. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG miteinander verwechselt werden, besteht unter keinem Gesichtspunkt.

Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften (EuGH GRUR Int. 1998, 56 ff - Sabèl/Puma; MarkenR 1999, 236 ff – Lloyd/Loints) und des Bundesgerichtshofs (vgl. z.B. GRUR 2003, 332 – Abschlussstück) ist die Frage der Verwechslungsgefahr unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Identität oder Ähnlichkeit der Marken und der Identität oder Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (vgl. EuGH GRUR Int. 1998, 875, 876 f – Canon; BGH GRUR 1999, 731 – Canon II; MarkenR 2001, 311 ff – Dorf MÜNSTERLAND; GRUR 2001, 544, 545 = WRP 2002, 537 - BANK 24 ; GRUR 2002, 1067 - DKV/OKV). Bei der umfassenden Beurteilung ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der Marken auf den Gesamteindruck abzustellen, den diese hervorrufen, wobei insbesondere die dominierenden und die sie unterscheidenden Elemente zu berücksichtigen sind. Hierbei kommt es entscheidend darauf an, wie die Marke auf den Abnehmerkreis der jeweils in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen wirkt (vgl. BGH GRUR 1996, 198 – Springende Raubkatze; BGHZ 131, 122, 124 f - Innovadiclophont).

1. Da Benutzungsfragen hier nicht angesprochen worden sind, ist bezüglich der einander gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen von der Registerlage auszugehen.

Zwischen den von der Beschwerdeführerin zu 1) noch angegriffenen Waren der jüngeren Marke „bespielte und unbespielte Ton-, Bild- und Datenträger aller Art, insbesondere Schallplatten, Compact-Discs, Tonbänder, Tonkassetten (Kompaktkassetten), Videoplatten (Bildplatten), -kassetten und -bänder; belichtete Filme; Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Radiogeräte; Computer sowie sonstige Apparate und Instrumente für die elektronische Datenverarbeitung einschließlich dafür bestimmter Peripheriegeräte“ sowie den durch die Marke „Loewe“ geschützten Waren „Rundfunk- und Fernsehempfangsgeräte, Bild- und/oder Tonaufnahme- und -wiedergabegeräte, Plattenspieler, Kombinationsgeräte zwischen den einzelnen unterhaltungselektronischen Geräten, nämlich Radio-Tonbandgeräte und Uhrenradios; Nachrichtenübermittlungsgeräte und Datenverarbeitungsgeräte, Computer, wie Personal- und Home-Computer, Bildschirmtextgeräte, Tischtelefonapparate, Fernsehkameras, Kleinfunkgeräte, Fernsteuergeräte, Monitore und Datenanzeigergeräte sowie elektronische Textverarbeitungsgeräte und Sichtschirmtelphone; auf Datenträger aufgezeichnete Computerprogramme, Rechner zum Erstellen und Austesten von Computerprogrammen; Magnetplatten- und Magnetplattenspeichergeräte, optoelektronische Plattenaufzeichnungs- und Wiedergabegeräte und Drucker“ besteht teilweise Identität, teilweise eine enge Ähnlichkeit. Auch bezüglich der von der Beschwerdeführerin zu 2) noch angegriffenen Waren und Dienstleistungen der jüngeren Marke „Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Rechengeräte; Computer sowie sonstige Apparate und Instrumente für die elektronische Datenverarbeitung einschließlich dafür bestimmter

Peripheriegeräte; Münzspiel- und Unterhaltungsautomaten; Dienstleistungen auf den Gebieten der Erziehung, Unterhaltung, sportlichen und kulturellen Aktivitäten, nämlich Produktion, Gestaltung und Ausstrahlung von Fernseh- und Rundfunksendungen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art, Produktion von Rundfunk- und Fernsehwerbendungen einschließlich entsprechender Gewinnspielsendungen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs-, Kultur- und Sportbereich; Produktion und Reproduktion sowie Ton- und Bildaufnahmen auf Videoprogrammen und Tonträgern in Kassetten-, Bänder- und Plattenform; Betrieb von Vergnügungs- und Freizeitparks“ besteht teilweise Identität oder enge Ähnlichkeit mit den durch die Marke „Löwen“ geschützten Waren und Dienstleistungen „Geld- und geldwertmäßig betätigte Unterhaltungsautomaten, Spielautomaten, Musikautomaten, Kinderunterhaltungsautomaten sowie Teile dieser Waren, Kompaktportautomaten, Kompaktportgeräte für Sport auf kleinem Raum, insbesondere elektronisches Dart, Tischfußball, Pool-Billard, Snooker, Schießstände, wie Laser-Shooting, sowie Teile dieser Waren, soweit in Klasse 28 enthalten, Automaten zum Verkauf von Waren und/oder zur Ausgabe von Karten, Tickets und/oder Ausgabe und Rücknahme von Waren, elektrotechnische und elektronische Apparate, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild sowie Teile dieser Waren, Computer, Mikroprozessoren, Datenaufzeichnungsgeräte, Multimediageräte/-systeme, Datendrucker, automatische Apparate zur Identifizierung von Datenträgern einschließlich von Ausweis- und Kreditkarten und Geldscheinen sowie Münzgeld, durch Eingabe von Magnetkarten und/oder durch Mikroprozessor-Chipeinrichtungen betätigbare Apparate, Mechaniken für geldbetätigte Apparate einschließlich Münzschaftgeräten, Banknotenprüfgeräte, Geldwechsel-Automaten, Apparate zur Abrechnung von geldbetätigten Automaten, mit Programmen versehene maschinenlesbare Datenträger, gedruckte elektronische Schaltungen, vorgenannte Waren auch in Verbindung mit Geld- und

geldwertmäßig betätigten Unterhaltungsautomaten, Spielautomaten, Musikautomaten, Sportautomaten und Kinderunterhaltungsautomaten und/oder Anlagen von Geld- und geldwertmäßig betätigten Unterhaltungsautomaten, Spielautomaten, Musikautomaten, Sportautomaten und Kinderunterhaltungsautomaten, Geräte zum Speichern und Archivieren digitaler Daten; alle vorgenannten Waren der Klasse 09 ausgenommen für Rundfunk- und Fernsehempfangsgeräte, Multimedia-Endgeräte mit TV-Hochfrequenz-Empfangsteil, HiFi-Anlagen, Videorecorder, Telefonapparate, Telefaxapparate und Telefonanrufbeantworter; Programme für Datenverarbeitungsgeräte; Reparaturwesen, nämlich Reparatur und Wartung elektromechanischer Geräte und Bauteile sowie von Geräten zum Speichern und Archivieren digitaler Daten; Telekommunikation; Schulung; Ausbildung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Werbung, Gestaltung und Verteilung von Werbemitteln, Marketing, betriebswirtschaftliche und organisatorische Projektorganisation, Sponsoring in Form von Unternehmensberatung einschließlich der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und/oder Projekten, Verwaltungs- und Bürotätigkeit für Unternehmen, Gesellschaften und Vereine; Dienstleistungen eines Franchisegebers für Turnierveranstalter, nämlich kaufmännische, betriebswirtschaftliche und technische Beratung bei der Planung, Einrichtung und Durchführung von Turnieren und Freizeitgestaltungen; Organisation, Durchführung, Werbung, Veranstaltung und Durchführung von Sportreiseveranstaltungen“.

2. Die Frage der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit muss hier aber ebenso wenig vertieft werden wie die Frage einer erhöhten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken. Für die Widerspruchsmarke „Löwen“ wurde schriftsätzlich zunächst nur eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft geltend gemacht, für die in der mündlichen Verhandlung behauptete gesteigerte Kennzeichnungskraft fehlt ein schlüssiger

Sachvortrag sowohl zu den diese begründenden Umständen als auch zum zeitlichen Rahmen. Da es sich bei der Beurteilung der Kennzeichnungskraft um eine anhand von vorgetragenen Tatsachen zu beurteilende Rechtsfrage handelt, kommt es darauf, dass die Markeninhaberin die erhöhte Kennzeichnungskraft der Marke „Löwen“ in der mündlichen Verhandlung ausdrücklich bestritten hat, nicht entscheidend an. Soweit für eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Marke „LOEWE“ für Geräte der Unterhaltungselektronik vor der Markenstelle das Imagegutachten aus dem Jahr 2001 vorgelegt wurde, fehlt es an einem konkreten Warenbezug. Die im Beschwerdeverfahren vorgetragene Produktionszahlen und Werbeausgaben könnten darüber hinaus eine Bekanntheit der Widerspruchsmarke im Anmeldezeitpunkt der jüngeren Marke im Jahr 1999 nicht belegen (vgl. Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl. 2003, Rn 297, 304 zu § 9). Letztlich kann dies aber offen bleiben. Denn auch wenn zu Gunsten der Widerspruchsmarken insgesamt eine erhöhte Kennzeichnungskraft unterstellt wird, besteht mangels Ähnlichkeit der Vergleichszeichen keine Verwechslungsgefahr, da die jüngere Marke den insoweit erforderlichen deutlichen Abstand einhält.

- a) Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr besteht nicht. Die angegriffene Marke „PAPA LÖWE“ unterscheidet sich in schriftbildlicher Hinsicht deutlich von den Widerspruchsmarken schon auf Grund der unterschiedlichen Längen der Vergleichszeichen. Bei der jüngeren Marke handelt es sich um ein aus zwei Wörtern bestehendes Zeichen, während die Widerspruchsmarken jeweils Einwortmarken sind. Darüber hinaus unterscheidet sich der Zeichenanfang der jüngeren Marke „PAPA“ in seinem bildlichen Gesamteindruck erheblich von dem der jeweiligen Zeichenanfänge der Widerspruchsmarken, die mit „LOE“ bzw. mit „Lö“ beginnen. Dieser Unterschied der üblicher Weise stärker beachteten Wortanfänge schließt auch eine klangliche Verwechslungsgefahr

aus. In begrifflicher Hinsicht besteht durch den personifizierenden Zusatz „PAPA“ in der angegriffenen Marke keine Ähnlichkeit mit den Widerspruchsmarken.

Entgegen der Auffassung der Widersprechenden wird das jüngere Zeichen „PAPA LÖWE“ auch nicht durch seinen Bestandteil „LÖWE“ geprägt, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat. Auszugehen ist grundsätzlich von der registrierten Marke in ihrer Gesamtheit und davon, dass die Prägung des Gesamteindrucks einer mehrgliedrigen Marke durch einen Bestandteil eine Ausnahme darstellt (Ströbele/Hacker MarkenG a.a.O. Rn 381 zu § 9). Eine Prägung setzt insbesondere voraus, dass dem betreffenden Markenteil eine so eigenständig kennzeichnende und das Gesamtzeichen dominierende Bedeutung zukommt, dass darin der markenmäßige Schwerpunkt des Gesamtzeichens zu sehen ist und der verbleibende Rest demgegenüber in den Hintergrund tritt. Dies ist jedoch vorliegend nicht der Fall. Weder die Bezeichnung „Papa“ noch die Bezeichnung „Löwe“ sind für die durch die zulässige Beschränkung der Beschwerden noch verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen der jüngeren Marke beschreibend. Dies ist zwischen den Beteiligten des Widerspruchsverfahrens auch nicht streitig. Das angesprochene breite Publikum hat demzufolge keine Veranlassung, aus diesem Grund nur dem einen der beiden Bestandteile des angegriffenen Zeichens eine kennzeichnende Wirkung beizumessen. Dies umso weniger, als „PAPA LÖWE“ ein ohne weiteres verständlicher Gesamtbegriff ist, der aus dem Kosenamen für Vater und einer Raubkatzenart besteht und zu einer phantasievollen Gesamtheit verschmilzt. Soweit die Beschwerdeführerinnen den Umstand hervorgehoben haben, dass der Bestandteil „Papa“ nur den Bestandteil „Löwe“ näher bezeichnet und als geschlechtsspezifischer Hinweis keine Unterscheidungskraft

aufweise, kann dem nicht gefolgt werden. Die angesprochenen breiten Verkehrskreise werden in dem Zusatz „Papa“ gerade keine bloße geschlechtsspezifische oder gattungsmäßige Unterscheidung sehen. Denn die Koseform „Papa“ beinhaltet anders als in den von der Beschwerdeführerin zu 1) u.a. gebildeten Beispielen mit den Anreden „Herr“ oder „Frau“ oder mit der Bezeichnung „Kind“ mehr als nur eine neutrale Zuordnung als Vater und männliches Familienmitglied. Die Koseform „Papa“ weist vielmehr auf weitere, positive Attribute wie Güte, Fürsorge o.ä. hin. Durch diese Charakterisierung wird nicht auf irgendeinen beliebigen Löwen hingewiesen, es entsteht vielmehr mit „PAPA LÖWE“ ein konkret besetzter Gesamtbegriff, der wesentlich und inhaltlich untrennbar von dem Bestandteil „Papa“ bestimmt wird. Mit der Bezeichnung „PAPA LÖWE“ werden die hier relevanten Waren und Dienstleistungen auf eine unübliche Art und Weise personifiziert. Eine Praxis, einzelne Produkte insbesondere in Produktfamilien, in den hier relevanten ausschließlich auf technischem Gebiet liegenden Bereichen mit Bezeichnungen von Familienmitgliedern zu personifizieren und so zu unterscheiden, konnte nicht belegt werden. Auch die Beschwerdeführerinnen haben nichts dergleichen vorgetragen. Da die Marke „PAPA LÖWE“ demnach einen ungewöhnlichen Gesamtbegriff bildet, kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich der Verkehr nur an einem Markenbestandteil, hier an dem Begriff „LÖWE“, orientieren wird. Damit tritt insbesondere unter Berücksichtigung des Grundsatzes, dass die Prüfung der prägenden Eigenschaft eines Markenteils in erster Linie anhand der Gestaltung der Marke selbst zu erfolgen hat (BGH GRUR 1996, 198 – Springende Raubkatze), der Bestandteil PAPA“ weder gegenüber dem Bestandteil „Löwe“ in den Hintergrund noch kann „LÖWE“ der markenmäßige Schwerpunkt des jüngeren Zeichnens sein.

Auch die Annahme einer erhöhten Bekanntheit der Widerspruchsmarken - gegen die die o.g. Bedenken bestehen - würde nicht zu einem anderen Ergebnis führen. Zwar beinhaltet eine besondere Kennzeichnungskraft einen erweiterten sachlichen Schutzzumfang, der auch die Verwendung solcher Kombinationszeichen erfassen kann, bei denen für sich betrachtet das übereinstimmende ähnliche Element keine das Kombinationszeichen prägende Bedeutung aufweist (BGH a.a.O. - Springende Raubkatze). Voraussetzung für diesen erhöhten materiellen Schutz ist aber die Verwendung ähnlicher, abgewandelter Bezeichnungen (BGH a.a.O. - Springende Raubkatze). Vorliegend kann aber die jüngere Marke als konkreter phantasievoller Gesamtbegriff (vgl. auch BGH GRUR 1999, 241 ff - Lions; GRUR 1999, 568 - White Lion“; GRUR 1999, 733 - LionDrivers), zu dem es keinerlei Entsprechung in den Widerspruchszeichen gibt, nicht als ähnliches oder abgewandeltes Zeichen angesehen werden, das vom Schutz der älteren Marken umfasst wird.

- b) Die Gefahr, dass die jüngere Marke mit den Widerspruchsmarken gedanklich in Verbindung gebracht wird, besteht ebenfalls nicht. Die von den Widersprechenden geltend gemachte mittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt der Serienzeichen setzt voraus, dass die Widersprechenden dem Publikum gegenüber mit entsprechend gebildeten Serienmarken aufgetreten sind.

aa) Die Widersprechende aus der Marke „LOEWE“ hat im Beschwerdeverfahren vorgetragen, dass sie über eine Zeichenserie aus den Zeichen Loewe Systems; Loewe Classic,

Loewe Concept, Loewe Premium und Loewe Opta verfüge. Die Benutzung dieser Zeichen ist im Beschwerdeverfahren aber nicht liquide (Ströbele/Hacker a.a.O. Rn 300 zu § 9). Die Widersprechende hat die Benutzung dieser Zeichen nicht einmal behauptet, sondern sich nur allgemein auf den kennzeichenrechtlichen Schutz berufen. Als Begründung, warum sich der Verkehr an den Wortstamm „LOEWE“ gewöhnt habe, hat sie auf die Bekanntheit dieses Zeichens Bezug genommen. Aus den von der Widersprechenden vorgelegten Unterlagen lässt sich die Benutzung der zusammengesetzten Zeichen zur Produktkennzeichnung ebenfalls nicht ersehen. Darüber hinaus stünde einer mittelbaren Verwechslungsgefahr die konkrete Art der Markenbildung entgegen (vgl. Ströbele/Hacker a.a.O. Rn 491 zu § 9). Denn in den von der Widersprechenden behaupteten Zeichen steht der Bestandteil „Loewe“ am Zeichenanfang und die hinzugefügten Wörter an zweiter Stelle. Im Gegensatz dazu ist die Stellung der Bestandteile in der angegriffenen Marke umgekehrt, was der Annahme, die Zeichen könnten einer gemeinsamen Serie angehören, entgegensteht. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die unter dem Gesichtspunkt der Serienmarke vorgenommene Zuordnung unterschiedlicher Marken zu einem Unternehmen detaillierte Überlegungen und eine beachtliche Branchenkenntnis sowie eine sorgfältige Prüfung voraussetzt, was einer Markenverwechslung entgegensteht (vgl. Ströbele/Hacker a.a.O. Rn 470 zu § 9). Gegen eine solche Verwechslung spricht außerdem, dass die jüngere Marke einen geschlossenen Gesamtbegriff bildet, dessen dargestellter ungewöhnlicher personifizierender Charakter, der ohne Entsprechung in der Zeichenserie der Widersprechenden ist, von der Annahme eines Serienzeichens wegführt (vgl. Ströbele/Hacker a.a.O. Rn 493 zu § 9).

bb) Aus den genannten Gründen scheidet auch eine mittelbare Verwechslungsgefahr zwischen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke „Löwen“ aus. Zunächst ist auch hier für die in das Widerspruchsverfahren vor der Markenstelle eingeführte Zeichenserie mit dem Bestandteil „Löwen“ die Benutzung nicht liquide. Es fehlt jeglicher Vortrag, dass die Widersprechende mit einzelnen oder sämtlichen der genannten 13 Marken am Markt aufgetreten ist, so dass nicht davon ausgegangen werden kann, dass der Verkehr eine solche Serie kennt. Zum anderen stehen der mittelbaren Verwechslungsgefahr die unterschiedliche Markenbildung und die Gesamtbegrifflichkeit der jüngeren Marke entgegen.

III.

Für die Zulassung der Rechtsbeschwerde fehlen die gesetzlichen Voraussetzungen des § 83 Abs 2 MarkenG. Eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung ist im vorliegenden Fall nicht zu entscheiden. Die Beurteilung der jüngeren Marke liegt im Wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet. Auch unter dem Gesichtspunkt der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung ist eine Zulassung der Rechtsbeschwerde nicht veranlasst, weil der Senat in seiner Entscheidung nicht von den Grundsätzen der Rechtsprechung zur Prägung von Kombinationsmarken durch einzelne Bestandteile und auch nicht von denen zur Beurteilung von Gesamtbegriffen abweicht (vgl. insoweit die in der mündlichen

Verhandlung angesprochenen Entscheidungen des Bundesgerichtshofs GRUR 1999, 241 – LIONS, GRUR 1999, 586 – White Lion und GRUR 1999, 733 – LION DRIVER).

Baumgärtner

Fink

Dr. Mittenberger-Huber

CI