



ENTSCHEIDUNG

Vom 20/04/2009

ÜBER DEN WIDERSPRUCH NR. B 1 260 381

Widersprechende: **Zoologischer Garten Berlin AG**
Hardenbergplatz 8
10787 Berlin
Deutschland

Vertreter: **Wilmer Cutler Pickering Hale und Dorr**
Postfach 64 02
10048 Berlin
Deutschland

Marke(n): **Knut der Eisbär**
KNUD
KNUT

gegen

Anmelderin/Inhaberin: **Knut IP Management LTD.**
95 Wilton Road
Suite 3
London SW1V 1BZ
Vereinigtes Königreich

Vertreter: **Greyhills** **Rechtsanwälte**
Partnerschaftsgesellschaft
Nollendorfstr. 27
10777 Berlin
Deutschland

Angefochtene Marke: **KNUT - DER EISBÄR**

I. SACHVERHALT UND VERFAHRENSVERLAUF

Am 27/04/2007 wurde die Anmeldung Nr. 5 865 845 (mit Priorität 21/03/2007) eingereicht, die die Wortmarke „KNUT- DER EISBÄR“ für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 25, 28 und 41 zum Gegenstand hat.

Der Widerspruch richtet sich gegen alle Waren und Dienstleistungen, die von der angefochtenen Marke erfasst werden.

Der Widerspruch beruht auf folgenden (älteren) Marken:

1. Der deutschen Eintragung Az. 307 09 836.2/28 der Wortmarke „KNUD“. Diese wurde für Waren der Klassen 9, 16 und 28 am 19/02/2007 angemeldet und am 03/05/2007 eingetragen.
2. Der deutschen Eintragung Az. 307 19 885.5/28 der Wortmarke „Knut der Eisbär“. Diese wurde für Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 25, 28 und 41 am 22/03/2007 angemeldet und am 04/07/2007 eingetragen.
3. Der deutschen Eintragung Az. 307 20 568.1/41 der Wortmarke „KNUT“. Diese wurde für Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32, 33, 35, 39, 41, 42 und 43 am 26/03/2007 angemeldet und am 18/06/2007 eingetragen.
4. Der deutschen Eintragung Az. 307 20 102.3/42 der Wortmarke „KNUT“. Diese wurde für Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 18, 21, 25, 28, 35, 41 und 42 am 23/03/2007 angemeldet und am 29/05/2007 eingetragen.

Die Widersprechende stützt ihren Widerspruch teilweise auf alle und teilweise auf einen Teil der Waren und Dienstleistungen, die von den älteren Marken erfasst werden.

Der Widerspruch beruht auf Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) der Gemeinschaftsmarkenverordnung (GMV).

Nach Auffassung der Widersprechenden sind die sich Waren und Dienstleistungen teilweise identisch und teilweise ähnlich. Da insbesondere der Bestandteil „KNUD“ auch in die angefochtene Marke übernommen worden sei, bestehe Zeichenähnlichkeit und damit insgesamt Verwechslungsgefahr.

Die Anmelderin sieht die älteren geltend gemachten älteren Rechte weit überwiegend als unzulässig an, weil deren Anmeldetag zeitlich nach ihrer geltend gemachten Priorität liegen. Von der einzig verbleibenden älteren Marke „KNUD“ sei die Widersprechende nicht die Inhaberin. Ein „Markenlizenz- und Kooperationsvertrag“ sei zur Berechtigung eines Widerspruchs nicht ausreichend. Im Übrigen seien die sich gegenüberstehenden Zeichen sowie die Waren und Dienstleistungen ausreichend abweichend voneinander, um eine Verwechslungsgefahr zu vermeiden.

II. ENTSCHEIDUNG

Vorbemerkung

Soweit die Anmelderin vorträgt, die Widersprechende sei mangels Übereinstimmung der Inhaberschaft mit der älteren Marke „KNUD“ nicht zur Einlegung eines Widerspruchs berechtigt, wird auf Artikel 41 Absatz 1 Buchstabe a) GMV iVm Regel 15 Absatz 2 Buchstabe i) iii) der Verordnung zur Durchführung der GMV verwiesen. Danach kann sowohl von den Inhabern als auch von Lizenznehmern Widerspruch erhoben werden, sofern diese von den Inhabern dieser Marken hierzu ausdrücklich ermächtigt worden sind. Die Widersprechende hat mit Vorlage des Widerspruchs einen Markenlizenz- und Kooperationsvertrag vom 25. September 2007 mit der Inhaberin vorgelegt. Aus Punkt 3. dieses Vertrages geht hervor, dass die Widersprechende „zur eigenständigen Durchführung eines Widerspruchsverfahrens gegen die Eintragung der Marke Nr. 5 865 845“ berechtigt ist. Damit liegen die gesetzlich vorgesehenen Tatbestandsvoraussetzungen dieser Rechtsvorschrift vor, so dass die Widersprechende berechtigt ist, gegen die angefochtene Marke Widerspruch einzulegen.

Geltendmachung der älteren Rechte Az. 307 19 885.5/28 der Wortmarke „Knut der Eisbär“; Az. 307 20 568.1/41 der Wortmarke „KNUT“ sowie Az. 307 20 102.3/42 der Wortmarke „KNUT“

Gemäß Artikel 41 Absatz 1 Buchstabe a) GMV kann von den Inhabern der in Artikel 8 Absatz 2 GMV genannten älteren Marken Widerspruch gegen die Eintragung der Gemeinschaftsmarke erhoben werden mit der Begründung, dass die Marke nach Artikel 8 von der Eintragung auszuschließen ist.

Gem. Artikel 8 Absatz 2 a) GMV sind „Ältere Marken“ solche mit einem früheren Anmeldetag als dem Tag der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke.

Die angefochtene Marke wurde am 27/04/2007 (mit Priorität 21/03/2007) angemeldet.

Folglich haben diese deutsche Marken (22/03/2007; 26/03/2007; 23/03/2007) ein späteres Anmeldedatum als die geltend gemachte Priorität der angefochtenen Marke (21/03/2007).

Daher handelt es sich nicht um ältere Rechte im Sinne der GMV, so dass der Widerspruch insoweit unbegründet ist.

Das Verfahren wird daher für die verbleibende ältere deutsche Marke Az. 307 09 836.2/28 der Wortmarke „KNUD“ fortgeführt.

Verwechslungsgefahr – Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV

Gemäß Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV ist auf Widerspruch des Inhabers einer älteren Marke die angemeldete Marke von der Eintragung ausgeschlossen,

wenn wegen ihrer Identität oder Ähnlichkeit mit der älteren Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von

Verwechslungen in dem Gebiet besteht, in dem die ältere Marke Schutz genießt; dabei schließt die Gefahr von Verwechslungen die Gefahr ein, dass die Marke mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.

a) Vergleich der Waren und Dienstleistungen

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der betroffenen Waren und Dienstleistungen sind alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren und/oder Dienstleistungen kennzeichnen. Zu diesen Faktoren gehören insbesondere deren Art, Verwendungszweck und Nutzung sowie ihre Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Waren (siehe Urteil des Gerichtshofs vom 29. September 1998 in der Rechtssache C-39/97, *Canon Kabushiki Kaisha* gegen *Metro-Goldwyn-Mayer Inc.*, ABl. HABM, Nr. 12/1998, Seite 1418, Rnr. 23). Darüber hinaus kommen als Faktoren die Herstellungsstätten, Vertriebswege sowie die Vertriebsstätten in Betracht.

KNUD	KNUT - DER EISBÄR
Ältere Marke	Angefochtene Marke
<p><u>Klasse 9</u> <i>Tonträger, insbesondere Hörbücher; Magnetdatenträger; optische Datenträger.</i></p> <p><u>Klasse 16</u> <i>Druckereierzeugnisse, insbesondere Bücher.</i></p> <p><u>Klasse 28</u> <i>Puppen (Spielwaren); Spiele; Spielzeug; Plüschtiere.</i></p>	<p><u>Klasse 9</u> <i>Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; DVD-Spieler, Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Compact-Disks und DVDs (Ton, Bild); Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Computersoftware (gespeichert).</i></p> <p><u>Klasse 16</u> <i>Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Bücher und Zeitschriften, Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist.</i></p> <p><u>Klasse 25</u> <i>Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen.</i></p> <p><u>Klasse 28</u> <i>Spiele (einschließlich Videospiele),</i></p>

	<p><i>ausgenommen als Zusatzgeräte für externen Bildschirm oder Monitor; Spielzeug; Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind.</i></p> <p><u>Klasse 41</u> <i>Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten.</i></p>
--	--

In Klasse 9 sind folgende Waren identisch, weil die Waren der angefochtenen unter die Oberbegriffe der älteren Marke fallen:

Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Compact-Disks und DVDs (Ton, Bild); Computersoftware (gespeichert).

Die weiteren Waren *Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; DVD-Spieler, Datenverarbeitungsgeräte und Computer* sind ähnlich zu denen der älteren Marke, weil sie ein enges Ergänzungsverhältnis mit diesen aufweisen. Ferner werden sie von übereinstimmenden Herstellern produziert und gelangen über gleiche Vertriebswege in den Verkauf. Auch innerhalb der Verkaufsstätten werden sie örtlich zusammen angeboten, um eine zweckmäßige Zusammenstellung (Kompatibilität) für die Kunden zu vereinfachen. Die Grenzen zwischen Information, Kommunikation, Unterhaltung, Dokumentation usw. verwischt angesichts der technischen Entwicklung. Die Bereiche der Unterhaltungselektronik und der Computerbereich wachsen immer mehr zusammen. So entwickelt sich z.B. der PC vom ursprünglich reinen Daten- und Textverarbeitungsgerät in erheblichem Maße zum Unterhaltungsgerät (Fernsehen, Musik, Videos). Damit können auch bisher der Hard- und Software vorbehaltene Anwendungen durchgeführt werden. In Beschaffenheit, wirtschaftlicher Bedeutung und Verwendungszweck bestehen daher große Annäherungen, die sich markenrechtlich entsprechend auswirken.

In Klasse 16 sind *Druckereierzeugnisse; Bücher und Zeitschriften; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)* entweder expressis verbis in beiden Verzeichnissen enthalten oder fallen unter diese; sie sind daher identisch. Die weiteren Waren *Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist* sind zu denen der älteren Marke der gleichen Klasse zu einem gewissen Grad ähnlich. Sie sind zwar von unterschiedlicher Natur, stimmen aber in Verwendungszweck und Funktion überein. Sie werden von gleichen Unternehmen hergestellt und über übereinstimmende Vertriebswege zum Verkauf in gleichen Läden angeboten. *Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind* fallen unter die Überschrift „Rohmaterial“ oder halbfertige Produkte, die von unterschiedlichen Industrien gebraucht werden. Im Gegensatz dazu sind die Waren der älteren Marke Fertigprodukte mit unterschiedlicher Art der Verwendung, Funktion, Natur und Vertriebssystem. Daher sind sie unähnlich (Entscheidung der Beschwerdekammer R 0307/2002 vom 10. April 2003, „GRUPPOSERRA/GRUPO SERA“).

Die Waren der angefochtenen Marke der Klasse 25 sind klar unähnlich zu denen der älteren Marke der Klassen 9 und 16. Sie stammen aus wesentlich unterschiedlichen

Bereichen des wirtschaftlichen Lebens, haben eine voneinander abweichende Natur, einen anderen Verwendungszweck und werden von unterschiedlichen Herstellern produziert. Diese Beurteilung gilt auch im Vergleich zu den Waren der Klasse 28 der älteren Marke, weil auch insoweit Natur und Verwendungszweck abweichend voneinander sind. Darüber hinaus werden sie üblicherweise auch nicht von den gleichen Herstellern produziert und gelangen daher über abweichende Vertriebswege in den Verkauf (Entscheidung der Beschwerdekammer R 0988/2004-1 vom 20. Juni 2005, „US BASIC/basics“).

In Klasse 28 sind bzw. fallen *Spiele (einschließlich Videospiele), ausgenommen als Zusatzgeräte für externen Bildschirm oder Monitor; Spielzeug* der angefochtenen Marke unter *Spiele; Spielzeug*. Sie sind daher identisch. Zwischen *Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind* und den Waren der älteren Marke der gleichen Klasse 28 besteht keine Ähnlichkeit. Der angesprochene Verbraucher geht nicht davon aus, dass Spielzeughersteller etwa auch Turn- und Sportgeräte produzieren. Dafür sind wesentlich andere Kenntnisse und Fertigkeiten erforderlich. Daher stimmen auch die Vertriebswege zu den Endverbrauchern nicht überein. Auch innerhalb der Verkaufsstätten werden sie an unterschiedlichen Stellen angeboten. Es besteht auch weder ein Ergänzungs- und/oder Konkurrenzverhältnis. Zu den weiteren Waren der älteren Marke bestehen noch weitergehende Abweichungen.

In Klasse 41 sind *Erziehung; Ausbildung* ähnlich zu *Druckereierzeugnisse, insbesondere Bücher*. Der Grund liegt darin, dass es für die *Dienstleistungen* nützlich und üblich ist, *Druckereierzeugnisse* zu verwenden. So überlassen Unternehmen, die Kurse aller Art anbieten, den Schülern diese Waren häufig als begleitendes Lehrmaterial. Angesichts der engen Verbindung zwischen den fraglichen Waren und Dienstleistungen in Bezug auf ihren Verwendungszweck sowie der Ergänzungsfunktion der Waren gegenüber den Dienstleistungen sind die betreffenden Waren und Dienstleistungen ähnlich. Mit dieser Argumentation begründete das Gericht erster Instanz sein Urteil vom 23. Oktober 2002 in der Rechtssache T-388/00, Institut für Lernsysteme GmbH/HABM, (ELS/ILS), Slg. 2002, Seite II-4301, Rn. 54 bis 56. Entsprechendes gilt für *Unterhaltung*, weil die Bücher Komik- und/oder Kinderbücher sein können und sich daher auf den gleichen thematischen Inhalt beziehen. Die Waren und Dienstleistungen sind daher von gleicher Natur, befriedigen dieselben Bedürfnisse und können von gleichen Herstellern an entsprechende Endverbraucher angeboten werden. Im Bereich der *Unterhaltung* ist es üblich, dass ein Anbieter dieser Leistungen entsprechende Waren zu Informationszwecken verteilt. Die restlichen Dienstleistungen dieser Klasse *kulturelle Aktivitäten* sind zu einem geringen Grade zu den Waren der älteren Marke der Klasse 16 ähnlich. Die Waren und Dienstleistungen ergänzen sich, können von gleichen Unternehmen angeboten werden und richten sich an gemeinsame Verbraucher. Außerdem sind gerade Bücher oft Gegenstand von kulturellen Veranstaltungen und Aktivitäten (Entscheidung der Beschwerdekammer R 1445/2005-4 vom 21. September 2006, „KRYPTONITE POWER OF DANCE/KRYPTONITE“). Keine Ähnlichkeit besteht dagegen zwischen *sportlichen Aktivitäten* der angefochtenen Anmeldung und den Waren in Klasse 16 der älteren Marke. Zweck und Natur dieser Waren und Dienstleistungen unterscheiden sich ebenso wie die Anbieter und angesprochenen Verkehrskreise. Auch ergänzen sich diese Waren und Dienstleistungen nicht oder stehen miteinander in Konkurrenz.

b) Vergleich der Zeichen

KNUD	KNUT - DER EISBÄR
Ältere Marke	Angefochtene Marke

Das relevante Gebiet ist Deutschland.

In schriftbildlicher Hinsicht ist zunächst einmal festzustellen, dass es sich bei der älteren Marke um eine Einwortmarke handelt, während die angefochtene Marke ein Zeichen aus mehreren Wörtern ist. Dabei sind die Bestandteile „KNUD“ und „KNUT“ bis auf die letzten Buchstaben „D“ und „T“ identisch. Der Zusatz in der angefochtenen Marke „DER EISBÄR“ ist deutlich erkennbar. Daher besteht eine entfernte schriftbildliche Zeichenähnlichkeit aufgrund der Identität der ersten drei Buchstaben „KNU-“.

In klanglicher Hinsicht werden die Wörter „KNUT“ und „KNUD“ identisch ausgesprochen. Auch insoweit führt die weitere Wortfolge in der angefochtenen Marke zu einer hörbaren Abweichung. Aufgrund der phonetisch identischen Anfangsbestandteile besteht eine entfernte phonetische Zeichenähnlichkeit.

In begrifflicher Hinsicht wird das Wort „KNUT“ im relevanten Gebiet als Vorname verstanden. Der Zusatz „DER EISBÄR“ verweist ergänzend auf den Vornamen des Tieres. Im Gegensatz dazu ist die ältere Marke eine bedeutungslose Phantasiebezeichnung. Es besteht daher keine begriffliche Zeichenähnlichkeit.

Aufgrund der (gewissen) Übereinstimmungen in schriftbildlicher und klanglicher Hinsicht besteht daher eine entfernte Zeichenähnlichkeit.

c) Gesamtbeurteilung

Gemäß der einschlägigen Rechtsprechung des Gerichtshofs bezüglich der Feststellung einer bestehenden Verwechslungsgefahr müssen Marken durch eine Gesamtbetrachtung der bildlichen, klanglichen und begrifflichen Ähnlichkeit der Marken verglichen werden. Der Vergleich „ist auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind“ (siehe Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-251/95, Sabèl BV/Puma AG, Rudolf Dassler Sport, Slg. 1997, ABl. HABM 1/98, S. 91, Rn. 22 ff.).

Eine Verwechslungsgefahr muss umfassend beurteilt werden, unter Berücksichtigung aller Umstände des jeweiligen Falles. Eine Verwechslungsgefahr impliziert eine gewisse Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen. So kann ein geringer Grad der Ähnlichkeit der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt. Außerdem ist die Verwechslungsgefahr umso größer, je größer sich die Kennzeichnungskraft der älteren Marke darstellt. Somit genießen Marken, die, von Haus aus oder wegen ihrer

Bekanntheit auf dem Markt eine hohe Kennzeichnungskraft besitzen, einen umfassenderen Schutz als die Marken, deren Kennzeichnungskraft geringer ist. (siehe Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Rechtssache C-39/97 Canon Kabushiki Kaisha/Metro Goldwyn Mayer Inc., Slg. 1998, ABl. HABM 12/98, S. 1419, Rn. 17 ff.).

Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr hängt von einer Vielzahl von Umständen ab, insbesondere dem Bekanntheitsgrad der Marke im Markt, der gedanklichen Verbindung, die das benutzte oder eingetragene Zeichen zu ihr hervorrufen kann, sowie dem Grad der Ähnlichkeit zwischen der Marke und dem Zeichen und zwischen den damit gekennzeichneten Waren. Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ist also unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen (vgl. Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-251/95 vom 11. November 1997, *Sabél BV gegen PUMA AG, Rudolf Dassler Sport*, Rdnr. 22).

Die Verwechslungsgefahr zweier Marken ist umso größer, je höher sich die Kennzeichnungskraft der älteren Marke darstellt. Marken, die von Haus aus oder wegen ihrer Bekanntheit auf dem Markt eine hohe Kennzeichnungskraft besitzen, genießen einen umfassenderen Schutz als Marken, deren Kennzeichnungskraft geringer ist (vgl. Canon S. 1419, Rdnr. 18). Die Widersprechende hat keine erhöhte Kennzeichnungskraft des älteren Rechts geltend gemacht. Daher ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen.

Schriftbildlich und klanglich steht der mit der älteren Marke weitgehend übereinstimmende Bestandteil „KNUT“ am Wortanfang der angefochtenen Marke und wird daher als erstes wahrgenommen. In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass der Verkehr in der Regel dazu neigt, dem Wortanfang einer Marke größere Beachtung zu schenken als dem Wortende (Urteil des Gerichts erster Instanz vom 27. Oktober 2005 in der Rechtssache T-336/03 Les Editions Albert René/HABM („Mobilix“) Slg. 2005, II-4667, Randnr. 75). Der weiteren Wortfolge „DER EISBÄR“ der angefochtenen Marke kommt deshalb bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr eher eine nachrangige Rolle zu.

Die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen sind teilweise identisch, teilweise ähnlich und teilweise unähnlich.

Unter Abwägung aller Umstände besteht aufgrund der entfernten Zeichenähnlichkeit bei weitgehend übereinstimmenden Wortanfang und teilweiser Waren-/Dienstleistungsidentität bzw. -ähnlichkeit teilweise Verwechslungsgefahr in dem relevanten Gebiet, in dem die ältere Marke Schutz genießt, nämlich in Deutschland.

Der Widerspruch ist daher bezüglich Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV teilweise begründet.

III. KOSTEN

Gemäß Artikel 85 Absatz 1 GMV trägt die im Widerspruchsverfahren unterliegende Partei die der anderen Partei entstandenen Gebühren und Kosten. Gemäß Artikel 85 Absatz 2 GMV beschließt die Widerspruchsabteilung eine andere Kostenteilung, soweit die Beteiligten jeweils in einem oder mehreren Punkten unterliegen oder soweit es die Billigkeit erfordert.

Da der Widerspruch nur für Teile der angefochtenen Waren Erfolg hat, sind beide Beteiligten jeweils in einem oder mehreren Punkten unterlegen. Daher trägt jede Partei ihre eigenen Kosten.

DAS HARMONISIERUNGSAMT FÜR DEN BINNENMARKT
(MARKEN, MUSTER UND MODELLE)

ENTSCHEIDET:

1. Dem Widerspruch **B 1 260 381** wird für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 28 und 41 stattgegeben:

Klassen 9 (vollständig)

Klasse 16

Druckereierzeugnisse; Bücher und Zeitschriften, Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist.

Klasse 28

Spiele (einschließlich Videospiele), ausgenommen als Zusatzgeräte für externen Bildschirm oder Monitor; Spielzeug.

Klasse 41

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten.

2. Die Anmeldung **Nr. 5 865 845** wird für alle oben genannten Waren und Dienstleistungen der Klasse 35 zurückgewiesen. Die Anmeldung kann für folgende übrigbleibende Waren der Klassen 16, 25, 28 und 41 fortfahren:

Klasse 16

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind.

Klasse 25 (vollständig)

Klasse 28

Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind.

Klasse 41

Sportliche Aktivitäten.

3. Beide Parteien tragen ihre eigenen Kosten.



Die Widerspruchsabteilung

Martin LENZ

Peter QUAY

André POHLMANN

Rechtsmittelbelehrung:

Gemäß Artikel 59 GMV kann jeder Beteiligte, der durch diese Entscheidung beschwert ist, gegen diese Entscheidung Beschwerde einlegen. Gemäß Artikel 60 GMV ist die Beschwerde innerhalb von zwei Monaten nach der Zustellung dieser Entscheidung einzulegen; innerhalb von vier Monaten nach Zustellung dieser Entscheidung ist die Beschwerde schriftlich zu begründen. Die Beschwerde gilt nur als eingelegt, wenn die Beschwerdegebühr von 800 Euro entrichtet wurde.