BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 174/06

Verkündet am:
5. Februar 2009
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 20. November 2008 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Pokrant, Prof. Dr. Büscher, Dr. Schaffert und Dr. Koch

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg, 3. Zivilsenat, vom 14. September 2006 unter Zurückweisung des Rechtsmittels im Übrigen im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als die Berufung der Klägerin gegen die Abweisung der Klage mit dem Klageantrag zu I 1 b mit Ausnahme der Dienstleistung "Personennahverkehr" und im Klageantrag zu I 2 hinsichtlich der Marken Nr. 304 41 369 "BVG MetroBus", Nr. 304 41 371 "BVG MetroLinien" und Nr. 304 41 370 "BVG MetroTram" mit Ausnahme des Dienstleistungssektors "Personennahverkehr" zurückgewiesen worden ist.

Im Umfang der Aufhebung wird die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Klägerin ist eine Gesellschaft der Metro-Unternehmensgruppe, die zu den weltweit größten Handelsunternehmen gehört. Im Metro-Konzern ist die Klägerin für die Verwaltung und Durchsetzung der Kennzeichenrechte zuständig und von der Metro AG ermächtigt, die Rechte an dem Unternehmenskennzeichen wahrzunehmen.

2 Die Klägerin ist Inhaberin der mit Priorität vom 15. April 1995 unter anderem für "Veranstaltung und Vermittlung von Reisen, Vermittlung von Verkehrsleistungen" eingetragenen farbigen (gelb/schwarz) Wort-/Bildmarke Nr. 395 16 389

und der mit Priorität vom 22. September 2003 für "Transportwesen" eingetragenen farbigen (blau/gelb) Wort-/Bildmarke Nr. 303 48 717

3 Die Klägerin ist weiterhin Inhaberin der Wortmarke Nr. 301 27 034 "METRORAPID", die mit Priorität vom 27. April 2001 für "Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung zu Lande, in der Luft und auf dem Wasser; Werbung; Geschäftsführung; Transportwesen; Veranstaltung von Reisen" eingetragen ist.

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS

4 Die Metro-Unternehmensgruppe betreibt sogenannte Cash&Carry-Märkte, in denen Gewerbetreibende einkaufen können. In den Märkten wurden früher auch Urlaubsreisen angeboten. Gegenwärtig bietet der Metro-Konzern in Zusammenarbeit mit dem Reiseveranstalter Reisen über Fernabsatzmedien an.

5 Die Beklagte, eine Anstalt des öffentlichen Rechts, bietet im Großraum Berlin Leistungen des öffentlichen Personennahverkehrs an. Sie ist Inhaberin der Wortmarke Nr. 300 05 182 "BVG Metrocard", die mit Priorität vom 26. Januar 2000 für die aus dem Klageantrag zu I 1 a ersichtlichen Waren und Dienstleistungen eingetragen ist, sowie der weiteren Wortmarke Nr. 300 05 183 "Metrocard", die mit derselben Priorität für die im Klageantrag zu I 1 a kursiv gesetzten Waren und Dienstleistungen Schutz beansprucht. Die Bezeichnung "BVG Metrocard" hatte die Beklagte für eine Monatskarte zur Benutzung öffentlicher Nahverkehrsmittel zusammen mit der Teilnahme an einem Carsharing-Programm verwandt.

6 Die Beklagte ist weiterhin Inhaberin der mit Priorität vom 16. Juli 2004 für die aus dem Klageantrag zu I 1 b ersichtlichen Waren und Dienstleistungen eingetragenen Wortmarken Nr. 304 41 369 "BVG MetroBus", Nr. 304 41 371 "BVG MetroLinien" und Nr. 304 41 370 "BVG MetroTram".

7 Die Klägerin hat geltend gemacht, die von der Beklagten verwendeten Bezeichnungen und eingetragenen Marken verletzten ihre Markenrechte und das Unternehmenskennzeichen "Metro". Die Marken und das Unternehmenskennzeichen seien bekannte Kennzeichen.

8 Die Klägerin hat beantragt,

I. die Beklagte zu verurteilen,

1. es zu unterlassen,

a) im geschäftlichen Verkehr *mit Dienstleistungen auf dem Gebiet des Transportwesens, insbesondere Personennahverkehr sowie Vermietung/Bereitstellung von Kraftfahrzeugen oder Vermittlung von Kraftfahrzeugen oder Fahrdienstleistungen*; mit Dienstleistungen auf dem Gebiet des Finanzwesens, insbesondere Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Herausgabe oder Vermittlung oder Abrechnung einer Kunden-, Geld-, Kredit- oder Service-Karte für den bargeldlosen Zahlungsverkehr; *mit Datenverarbeitungsgeräten und Computern, insbesondere Magnetaufzeichnungsträgern, Speicherbausteinen, sowie mit Speicher-, Memory-, Flash- oder Chipkarten zur Aufzeichnung und Speicherung von Daten*, die Bezeichnung

"Metrocard" und/oder
"BVG Metrocard"

zu verwenden und/oder verwenden zu lassen, insbesondere wenn dies wie in der nachfolgend eingeblendeten Form geschieht:

b) im geschäftlichen Verkehr für Drucksachen, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Veröffentlichungen (Schriften) aller Art, Pläne, Ansichtskarten, Fahrscheine, Eintrittskarten; Fahrscheinhefte; Fahrpläne, Werbeplakate, Werbung, insbesondere Werbung in Schaufenstern; Vermietung von Reklameflächen und Leuchtelementen zu Werbezwecken innerhalb von Fahrzeugen, besonders in Omnibussen, Straßenbahnwagen, U-Bahnwagen, Triebwagen und Waggons; Dienstleistungen auf dem Gebiet des Transportwesens, insbesondere des Personennahverkehrs und der Vermietung/ Bereitstellung/Vermittlung von (Kraft-)Fahrzeugen, Omnibussen, Straßenbahn- und U-Bahnfahrzeugen sowie Fahrdienstleistungen die Bezeichnung

"BVG MetroBus" und/oder
"BVG MetroLinien" und/oder
"BVG MetroTram"

zu verwenden und/oder verwenden zu lassen,

c) im geschäftlichen Verkehr für die Personenbeförderung mit Bussen und/oder Straßenbahnen die Bezeichnung

"MetroBus" und/oder
"MetroTram" und/oder
"MetroNetz" und/oder
"MetroLinien"

zu verwenden und/oder verwenden zu lassen;

2. in die vollständige Löschung der beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragenen Marken Nr. 300 05 183 "Metrocard", Nr. 300 05 182 "BVG Metrocard", Nr. 304 41 369 "BVG Metro-Bus", Nr. 304 41 371 "BVG MetroLinien" und Nr. 304 41 370 "BVG MetroTram" einzuwilligen;

3. der Klägerin Auskunft unter Angabe der erzielten Umsätze und Werbeausgaben (aufgeschlüsselt nach Vierteljahren) darüber zu erteilen, in welchem Umfang sie die oben unter 1 a bis c bezeichneten Handlungen begangen haben;

II. festzustellen, dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die im Antrag zu I 1 a bis c beschriebenen Handlungen bereits entstanden ist oder künftig noch entstehen wird.

9 Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten. Sie hat vorgetragen, die Klagemarken seien in den in Rede stehenden Waren- und Dienstleistungssektoren nur schwach kennzeichnungskräftig und nicht bekannt. Eine Verwechslungsgefahr zwischen den Kollisionszeichen bestehe nicht.

10 Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Auf die Berufung der Klägerin hat das Berufungsgericht die Beklagte zur Unterlassung der Benutzung der Bezeichnungen "BVG Metrocard" und "Metrocard"

> für Dienstleistungen auf dem Gebiet der Vermietung/Bereitstellung von (Kraft-)Fahrzeugen oder Vermittlung von Fahrzeugen oder Fahrdienstleistungen (es sei denn, dies geschieht im Rahmen von Kombinationsangeboten mit Zeitkarten für die Benutzung von Bussen und Bahnen der Beklagten); Datenverarbeitungsgeräte und Computer, insbesondere Magnetaufzeichnungsträger; Speicherbausteine; Speicher-, Memory-, Flash- oder Chipkarten zur Aufzeichnung und Speicherung von Daten,

und der Bezeichnung "BVG Metrocard" darüber hinaus

> für Dienstleistungen auf dem Gebiet des Finanzwesens, insbesondere Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Herausgabe oder Vermittlung oder Abrechnung einer Kunden-, Geld-, Kredit- oder Service-Karte für den bargeldlosen Zahlungsverkehr

verurteilt. In diesem Umfang hat das Berufungsgericht die Beklagte auch zur Einwilligung in die Löschung der entsprechenden Marken verurteilt. Im Übrigen ist die Berufung der Klägerin ohne Erfolg geblieben.

11 Mit der vom Berufungsgericht zugelassenen Revision verfolgt die Klägerin ihr Klagebegehren in vollem Umfang weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

12 I. Das Berufungsgericht hat die von der Klägerin geltend gemachten Ansprüche nur im Hinblick auf einen Unterlassungsanspruch gegen die Benutzung der Bezeichnungen "BVG Metrocard" und "Metrocard" und einen Anspruch auf Löschung der gleichlautenden Marken für die näher bezeichneten Waren und

Dienstleistungen aufgrund der Klagemarken Nr. 395 16 389 und Nr. 303 48 717 und des Unternehmenskennzeichens der Metro AG nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 und Abs. 5, § 15 Abs. 2 und 4 MarkenG für begründet erachtet. Dazu hat es ausgeführt:

13 Zwischen den Klagemarken "METRO" einerseits und den kollidierenden Marken der Beklagten "BVG Metrocard" und "Metrocard" bestehe Verwechslungsgefahr i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für nahezu alle Waren und Dienstleistungen, für die die angegriffenen Marken eingetragen seien. Ausgenommen seien nur Dienstleistungen auf dem Gebiet des Transportwesens und Fahrdienstleistungen, soweit diese im Rahmen von Kombinationsangeboten mit Zeitkarten für die Benutzung von Bussen und Bahnen angeboten würden. In einem entsprechenden Umfang seien auch Ansprüche wegen Verwechslungsgefahr i.S. von § 15 Abs. 2 MarkenG mit dem Unternehmenskennzeichen "Metro" gegeben.

14 Die Klage sei dagegen nicht begründet, soweit die Benutzung der Marke "BVG Metrocard" für Dienstleistungen auf dem Gebiet des Personennahverkehrs drohe. Der Bestandteil "BVG" sei in dem zusammengesetzten Zeichen prägend. Er weise erkennbar nicht nur auf das Unternehmen, sondern auch auf das Nahverkehrsnetz hin. Das Publikum habe deshalb keine Veranlassung, die angebotenen Leistungen einem anderen Unternehmen als dem Nahverkehrsunternehmen zuzuordnen oder auf eine Zusammenarbeit zwischen der Metro-Gruppe und der Beklagten zu schließen.

15 Die gegen die Bezeichnungen "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und "BVG MetroTram" gerichtete Klage sei wegen fehlender Verwechslungsgefahr mit den Klagemarken und dem Unternehmenskennzeichen "Metro" unbegrün-

det. Der Bestandteil "Metro" habe in den angegriffenen Zeichen keine selbständig kennzeichnende Stellung. Die Kollisionszeichen würden auch nicht gedanklich mit den Kennzeichen der Klägerin in Verbindung gebracht. Der Unterlassungsanspruch ergebe sich auch nicht aus dem Schutz des bekannten Unternehmenskennzeichens "Metro" nach § 15 Abs. 3 und 4 MarkenG, weil das Publikum keinen Anlass habe, die Kollisionszeichen auf dem in Rede stehenden Dienstleistungssektor gedanklich miteinander zu verknüpfen.

16 Die Klage sei schließlich auch unbegründet, soweit sie sich gegen die Benutzung der Bezeichnungen "MetroBus", "MetroTram", "MetroNetz" und "MetroLinien" für die Personenbeförderung mit Bussen und Straßenbahnen richte. Es fehle an einer kennzeichenmäßigen Benutzung dieser Bezeichnungen. Diese würden nur beschreibend in der Art eines Bestellzeichens verwendet.

17 II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision der Klägerin hat nur zum Teil Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des Berufungsurteils und zur Zurückverweisung der Sache, soweit das Berufungsgericht einen Unterlassungsanspruch nach dem Klageantrag zu I 1 b auch außerhalb des Dienstleistungssektors "Personennahverkehr" und einen entsprechenden Anspruch auf Einwilligung in die Löschung der Marken Nr. 304 41 369 "BVG MetroBus", Nr. 304 41 371 "BVG MetroLinien" und Nr. 304 41 370 "BVG MetroTram" verneint hat (dazu nachstehend unter II 5). Im Übrigen ist die Revision unbegründet.

18 1. Die Annahme des Berufungsgerichts, ein Unterlassungsanspruch der Klägerin gegen die Beklagte aus den Klagemarken Nr. 395 16 389 und 303 48 717 "METRO" sowie Nr. 301 27 034 "METRORAPID" und dem Unter-

nehmenskennzeichen der Metro AG gemäß § 14 Abs. 5 und § 15 Abs. 4 MarkenG auf Unterlassung der Benutzung der Marken "Metrocard" und "BVG Metrocard" sowie der Marken "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und "BVG MetroTram" auf dem Gebiet des Personennahverkehrs (Klageantrag zu I 1 a und b) scheide aus, hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

19 a) Zu Recht hat das Berufungsgericht einen Unterlassungsanspruch nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 und Abs. 5 MarkenG gegen die Verwendung der hier in Rede stehenden Zeichen auf dem Gebiet des Personennahverkehrs aufgrund der Klagemarken Nr. 395 16 389 und Nr. 303 48 717 "METRO" verneint.

20 Ansprüche aus der Klagemarke Nr. 303 48 717 scheiden gegen die Verwendung der Wortmarken "Metrocard" und "BVG Metrocard" schon deshalb aus, weil die Klagemarke prioritätsjünger als die angegriffenen Marken ist (§ 6 Abs. 1 und 2 MarkenG). Im Übrigen besteht zwischen den Klagemarken "METRO" und den kollidierenden Zeichen auf dem in Rede stehenden Dienstleistungssektor des Personennahverkehrs keine Verwechslungsgefahr i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

21 aa) Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Zeichen und der 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 Zeichen oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH, Urt. v. 28.6.2007 - I ZR 132/04,

GRUR 2008, 258 Tz. 20 = WRP 2008, 232 - INTERCONNECT/T-InterConnect). 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 (EuGH, Urt. v. 12.6.2007 - C-334/05, Slg. 2007, I-4529 = GRUR 2007, 700 Tz. 35 - Limoncello; BGH, Urt. v. 3.4.2008 - I ZR 49/05, GRUR 2008, 1002 Tz. 23 = WRP 2008, 1434 - Schuhpark).

22 bb) Das Berufungsgericht ist zu Recht hinsichtlich der Klagemarke Nr. 303 48 717 von Dienstleistungsidentität und in Bezug auf die Marke Nr. 395 16 389 von Dienstleistungsähnlichkeit ausgegangen.

23 Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen sind alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren und Dienstleistungen kennzeichnen. Hierzu gehören insbesondere die Art der Waren und Dienstleistungen, ihr Verwendungszweck, ihre Nutzung sowie die Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Waren oder Dienstleistungen. In die Beurteilung einzubeziehen ist, ob die Waren oder Dienstleistungen regelmäßig von denselben Unternehmen oder unter ihrer Kontrolle hergestellt oder erbracht werden oder ob sie beim Vertrieb Berührungspunkte aufweisen. Von einer Unähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen kann nur ausgegangen werden, wenn trotz (unterstellter) Identität der Marken die Annahme einer Verwechslungsgefahr wegen des Abstands der Waren und Dienstleistungen von vornherein ausgeschlossen ist. Dabei gibt es eine absolute Waren- und Dienstleistungsunähnlichkeit, die auch bei Identität der Zeichen nicht durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke ausgeglichen werden kann (vgl. EuGH, Urt. v. 29.9.1998 - C-39/97, Slg. 1998, I-5507 = GRUR 1998, 922 Tz. 15 - Canon; BGH, Urt. v. 30.3.2006

- I ZR 96/03, GRUR 2006, 941 Tz. 13 = WRP 2006, 1235 - TOSCA BLU; Beschl. v. 28.9.2006 - I ZB 100/05, GRUR 2007, 321 Tz. 20 = WRP 2007, 321 - COHIBA).

24 Die Marke Nr. 303 48 717 ist ebenso wie die angegriffenen Marken "Metrocard", "BVG Metrocard", "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und "BVG MetroTram" für Transportdienstleistungen eingetragen, die auch die hier in Rede stehenden Leistungen des Personennahverkehrs umfassen. Die Klagemarke Nr. 395 16 389 ist für "Veranstaltung und Vermittlung von Reisen" sowie "Vermittlung von Verkehrsleistungen" eingetragen. Insoweit besteht wegen des gemeinsamen Bezugs zur Personenbeförderung eine Ähnlichkeit der Dienstleistungen.

25 Eine Dienstleistungsähnlichkeit ist auch nicht deshalb zu verneinen, weil die Beförderung im Personennahverkehr nach den Bestimmungen des Personenbeförderungsgesetzes genehmigungspflichtig ist und eine Leistung der Daseinsvorsorge darstellt. Das schließt es nicht aus, dass die angesprochenen Verkehrskreise durch den gemeinsamen Bezug zur Personenbeförderung bei der Verwendung einer einheitlichen Bezeichnung zumindest von wirtschaftlichen oder organisatorischen Verbindungen zwischen den Unternehmen ausgehen.

26 cc) Zugunsten der Klägerin ist im Revisionsverfahren von einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Klagemarken "METRO" für die in Rede stehenden Dienstleistungen auszugehen. Das Berufungsgericht hat eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft der Klagemarken von Hause aus angenommen. Es hat festgestellt, dass der gleichnamige Firmenbestandteil der Metro AG für Cash&Carry-Märkte einen hohen Bekanntheitsgrad genießt. Im Streitfall hat das

Berufungsgericht offengelassen, ob die Bekanntheit des Unternehmenskennzeichens sich auf die Klagemarken "METRO" für den Bereich der Vermittlung von Reisedienstleistungen auswirkt. Für die Revisionsinstanz ist deshalb eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Klagemarken "METRO" zu unterstellen.

27 dd) Das Berufungsgericht hat zu Recht eine unmittelbare Verwechslungsgefahr zwischen den Kollisionszeichen verneint. Auch unter Berücksichtigung einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Klagemarken ist die Zeichenähnlichkeit zu gering, um auf den in Frage stehenden Dienstleistungssektor die Gefahr einer unmittelbaren Verwechselbarkeit der Zeichen zu begründen.

28 (1) Das Berufungsgericht hat angenommen, dass der Gesamteindruck der farbigen Klagemarken von ihrem Wortbestandteil dominiert wird und die angegriffenen Marken weder von dem Wortbestandteil "Metro" geprägt werden noch dieser Bestandteil in den zusammengesetzten Zeichen eine selbständig kennzeichnende Stellung innehat. Dagegen wendet sich die Revision ohne Erfolg mit der Begründung, die Klagemarken würden auch durch die graphische Gestaltung und die Farbgebung geprägt; in den angegriffenen Zeichen habe der Bestandteil "Metro" eine selbständig kennzeichnende Stellung.

29 (2) Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist der jeweilige Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen zu berücksichtigen. Das schließt nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile einer komplexen Marke für den durch die Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein können (EuGH, Urt. v. 6.10.2005 - C-120/04, Slg. 2005, I-8551 = GRUR 2005, 1042 Tz. 28 f. = WRP 2005, 1505 - THOMSON LIFE; BGH, Beschl. v. 22.9.2005 - I ZB 40/03, GRUR 2006, 60 Tz. 17 = WRP 2006, 92 - coccodrillo). Weiterhin ist es nicht

ausgeschlossen, dass ein Zeichen, das als Bestandteil in eine zusammengesetzte Marke oder eine komplexe Kennzeichnung aufgenommen wird, eine selbständig kennzeichnende Stellung behält, ohne dass es das Erscheinungsbild der zusammengesetzten Marke oder komplexen Kennzeichnung dominiert oder prägt (EuGH GRUR 2005, 1042 Tz. 30 - THOMSON LIFE; BGH, Urt. v. 22.7.2004 - I ZR 204/01, GRUR 2004, 865, 866 = WRP 2004, 1281 - Mustang). Die Beurteilung des Gesamteindrucks zusammengesetzter Zeichen liegt im Wesentlichen auf tatrichterlichem Gebiet und kann im Revisionsverfahren nur eingeschränkt darauf überprüft werden, ob das Berufungsgericht den zutreffenden Rechtsbegriff zugrunde gelegt, bestehende Erfahrungssätze angewandt und den Sachvortrag umfassend gewürdigt hat (vgl. BGH, Urt. v. 27.11.2003 - I ZR 79/01, GRUR 2004, 514, 516 = WRP 2004, 758 - Telekom).

30 (3) Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass der Gesamteindruck der Klagemarken von ihrem Wortbestandteil geprägt wird. Die Farbgebung in gelb sowie gelb und blau und die graphische Gestaltung treten in der Wahrnehmung des Verkehrs als lediglich einfache dekorative Elemente zurück. Insoweit gilt der Erfahrungssatz, dass sich der Verkehr bei einer Wort-/Bildmarke an dem Wortbestandteil orientiert, wenn - wie vorliegend - der Bildbestandteil keine ins Gewicht fallende graphische Gestaltung aufweist (vgl. BGHZ 167, 322 Tz. 30 - Malteserkreuz; BGH GRUR 2008, 258 Tz. 23 - INTERCONNECT/T-Interconnect; vgl. auch Büscher, GRUR 2005, 802, 809). Im Übrigen würde sich im Verhältnis zu den angegriffenen Marken die Zeichenähnlichkeit bei einer Einbeziehung der graphischen Gestaltung und Farbgebung der Klagemarken weiter verringern, weil es sich bei den angegriffenen Marken um Wortmarken handelt, die keine den Klagemarken vergleichbare graphische und farbliche Gestaltung aufweisen. Aber auch im Verhältnis zu der in den Farben Blau und Gelb gehaltenen in dem Klageantrag zu I 1 a aufgeführten Auf-

machung des Zeichens "BVG metro card" führt die Farbgebung nicht zu einer entscheidungserheblichen Annäherung an die Klagemarken "METRO", weil die graphische Gestaltung deutliche Unterschiede aufweist.

31 (4) Der Gesamteindruck der angegriffenen Marken "Metrocard", "BVG Metrocard", "BVG MetroBus", "BVG MetroTram" und "BVG MetroLinien" wird im Zusammenhang mit Dienstleistungen des Personennahverkehrs nicht von dem Bestandteil "Metro" geprägt. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts kommt dem Bestandteil auch keine selbständig kennzeichnende Stellung zu. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

32 Das Berufungsgericht hat - ausgehend von den Grundsätzen der Senatsentscheidung "City Plus" (BGH, Urt. v. 13.3.2003 - I ZR 122/00, GRUR 2003, 880, 881 = WRP 2003, 1228) - angenommen, der Bestandteil "BVG" trete im Gesamteindruck der Marken nicht in den Hintergrund. Der Verkehr erblicke darin nicht nur ein Unternehmenskennzeichen, sondern zugleich einen Sachhinweis auf das von der Beklagten betriebene Nahverkehrsnetz. Der Erfahrungssatz, dass der Verkehr neben einem erkennbaren Unternehmenskennzeichen in den anderen Bestandteilen den eigentlichen Produkthinweis erblicke, finde deshalb keine Anwendung. Auf diese Überlegungen kommt es im Ergebnis nicht an. Denn unabhängig von diesen Erwägungen verfügt der Bestandteil "Metro" in den angegriffenen Bezeichnungen über keine dominierende oder selbständig kennzeichnende Stellung. Zwar ist bei der Beurteilung der Frage, ob der mit dem Klagekennzeichen übereinstimmende Bestandteil des angegriffenen Zeichens dieses prägt, eine durch Benutzung erworbene gesteigerte Kennzeichnungskraft des Klagezeichens auch dann zu berücksichtigen, wenn dieses Zeichen allein aus dem übereinstimmenden Bestandteil besteht (vgl. BGH GRUR 2003, 880, 881 - City Plus; BGH, Urt. v. 19.7.2007 - I ZR 137/04,

GRUR 2007, 888 Tz. 24 = WRP 2007, 1193 - Euro Telekom). Eine Verkürzung auf den mit der Klagemarke übereinstimmenden Bestandteil ist jedoch nicht anzunehmen, wenn durch die Einfügung des Bestandteils in das zusammengesetzte Zeichen ein Gesamtbegriff mit eigenständigem Bedeutungsgehalt entsteht. Dann tragen auch die anderen Bestandteile zum Gesamteindruck bei, selbst wenn sie beschreibend sind (vgl. BGH, Beschl. v. 5.3.1998 - I ZB 28/95, GRUR 1998, 932, 933 = WRP 1998, 868 - MEISTERBRAND; Beschl. v. 25.3.1999 - I ZB 32/96, GRUR 1999, 735, 736 = WRP 1999, 855 - MONOFLAM/POLYFLAM).

33 Die zusammengesetzten Begriffe "MetroBus" und "MetroTram" haben - unabhängig davon, ob das Buchstabenkürzel "BVG" vorangestellt ist - einen einem beschreibenden Begriff stark angenäherten Inhalt. Sie bezeichnen aus Sicht des Verkehrs ein Linienbus- oder ein Straßenbahnangebot in einer Metropole oder mit Bezügen zum U-Bahnnetz. Es liegt deshalb fern, dass der Verkehr die Gesamtbegriffe "MetroBus" und "MetroTram" in die Bestandteile "Metro" und "Bus" bzw. "Tram" aufspaltet und mit dem bekannten Unternehmenskennzeichen der Klägerin oder den entsprechenden Marken "METRO" verwechselt.

34 Der Verkehr hat auch nicht deshalb Veranlassung, die Begriffe "MetroBus" und "MetroTram" aufzuspalten oder eine gedankliche Verbindung zwischen den Klagemarken "METRO" und den Zeichen "MetroBus" und "MetroTram" herzustellen, weil derart bezeichnete Busse oder Straßenbahnen zu Handelsmärkten der Unternehmensgruppe der Klägerin fahren. Das Berufungsgericht hat keine Feststellungen dazu getroffen, dass mit "MetroBus" oder "MetroTram" bezeichnete Bus- oder Straßenbahnverbindungen zu den Han-

delsmärkten der Metro-Gruppe existieren. Die Revision hat insoweit auch keinen Vortrag der Klägerin als übergangen gerügt.

35 Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr besteht danach nicht.

36 Das Gleiche gilt für die Bezeichnungen "Metrocard" und "BVG Metrocard". Der Verkehr versteht das Wort "card" als Karte, die Zugang zu bestimmten Leistungen gewährt. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts wird der Begriff "Metrocard" im Zusammenhang mit Leistungen des Personennahverkehrs als Schlüssel zur Wahrnehmung bestimmter Nahverkehrsangebote verstanden. Der Verkehr wird deshalb den Begriff "Metro" nicht isolieren und mit dem gleichnamigen Handelskonzern in Verbindung bringen.

37 Nichts anderes gilt schließlich für die Bezeichnung "MetroLinien". Der Verkehr wird den Begriff ohne weiteres als Hinweis auf das Angebot der "MetroBusse" und "MetroTrams" auffassen.

38 ee) Ohne Erfolg macht die Revision geltend, das Berufungsgericht habe es versäumt, eine Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt des Serienzeichens zu prüfen.

39 (1) Die Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt des Serienzeichens hat unter dem Begriff des gedanklichen Inverbindungbringens Eingang in die Markenrechtsrichtlinie und das Markengesetz gefunden (vgl. EuGH, Urt. v. 13.9.2007 - C-234/06, Slg. 2007, I-7333 = GRUR Int. 2007, 1009 Tz. 63 = WRP 2007, 1322 - Il Ponte Finanziaria/HABM [BAINBRIDGE]; BGH, Beschl. v. 29.5.2008 - I ZB 54/05, GRUR 2008, 905 Tz. 33 = WRP 2008, 1349 - Pantohexal). Diese Art der Verwechslungsgefahr, die erst zu prüfen ist, wenn

die einander gegenüberstehenden Zeichen - wie im Streitfall - nicht unmittelbar miteinander verwechselbar sind, 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, Urt. v. 20.9.2007 - I ZR 6/05, GRUR 2007, 1071 Tz. 40 = WRP 2007, 1461 - Kinder II, m.w.N.).

40 (2) Die Revision hat sich zum Beleg dafür, dass die Klägerin über eine große Zeichenfamilie mit dem Bestandteil "METRO" verfügt, auf 25 Markeneintragungen bezogen, die dieses Zeichen aufweisen. Daraus folgt aber nicht, dass die Markenfamilie in einem Umfang benutzt worden ist, der dem allgemeinen Publikum, an das sich die in Rede stehenden Dienstleistungen der angegriffenen Marken richten, Veranlassung gibt, "METRO" als Stammbestandteil einer Zeichenserie aufzufassen.

41 Es fehlt zudem an der Erkennbarkeit des Bestandteils "Metro" als Serienzeichen in den angegriffenen Marken. Das Berufungsgericht hat in anderem Zusammenhang rechtsfehlerfrei festgestellt, dass das Publikum die angegriffenen Marken für die in Rede stehenden Dienstleistungen nicht zergliedernd versteht und auch nicht an die Unternehmensgruppe der Klägerin erinnert wird (hierzu oben unter II 1 a dd (4)). Der Verkehr hat danach keinen Grund, den Wortbestandteil "Metro" in den Kollisionszeichen als wesensgleichen Stamm einer Zeichenserie der Klägerin aufzufassen. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass nach dem Vortrag der Klägerin inzwischen einige Nahverkehrsunternehmen Linien des öffentlichen Nahverkehrs durch Wirtschaftsunternehmen sponsern lassen und diese Linien nach den jeweiligen Unternehmen benennen. Das Berufungsgericht hat hierzu nicht feststellen können, dass dieses neuartige

Verhalten die Verkehrsauffassung bereits zum Kollisionszeitpunkt beeinflusst hat. Entgegen der Ansicht der Revision hat das Berufungsgericht zu Recht auch auf den Kollisionszeitpunkt und nicht den Schluss der mündlichen Verhandlung in der Berufungsinstanz abgestellt, weil die Beklagte mit den angegriffenen Marken über eigene Kennzeichenrechte verfügt. Ohne Erfolg rügt die Revision in diesem Zusammenhang weiterhin, das Berufungsgericht habe keine Feststellungen zu dem von der Klägerin vorgetragenen Phänomen des "Haltestellen-Sponsoring" getroffen, bei dem eine Haltestelle mit dem Namen eines in der Nähe ansässigen Unternehmens gekennzeichnet wird. Im Streitfall geht es nicht um die Bezeichnung einer Haltestelle. Besondere Ausführungen des Berufungsgerichts waren hierzu daher nicht veranlasst.

42 b) Das Berufungsgericht hat einen Unterlassungsanspruch aus der Klagemarke Nr. 301 27 034 "METRORAPID" gegen die Benutzung der Marken "Metrocard", "BVG Metrocard", "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und "BVG MetroTram" wegen fehlender Verwechslungsgefahr verneint (§ 14 Abs. 2 Nr. 2 und Abs. 5 MarkenG). Dagegen wendet sich die Revision ebenfalls ohne Erfolg.

43 aa) Aus dieser Klagemarke kann die Klägerin ein Verbot der Benutzung der Marken "Metrocard" und "BVG Metrocard" der Beklagten schon deshalb nicht herleiten, weil die Klagemarke nach § 6 Abs. 1 und Abs. 2 MarkenG prioritätsjünger ist als die angegriffenen Marken.

44 bb) Zwischen der Klagemarke Nr. 301 27 034 "METRORAPID" und den prioritätsjüngeren Marken "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und BVG MetroTram" hat das Berufungsgericht mit Recht eine Verwechslungsgefahr verneint.

45 (1) Allerdings ist entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts nicht nur von Dienstleistungsähnlichkeit, sondern von Dienstleistungsidentität auszugehen. Die Klagemarke ist unter anderem für den Oberbegriff "Transportwesen" eingetragen. Dieser umfasst auch den Personentransport einschließlich des öffentlichen Personennahverkehrs mit Bussen und Bahnen.

46 (2) Eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Klagemarke "METRORAPID" hat das Berufungsgericht für die in Rede stehenden Dienstleistungen nicht festgestellt. Selbst wenn aber von einer gesteigerten Kennzeichnungskraft auch dieser Klagemarke ausgegangen wird, ist die Zeichenähnlichkeit zwischen dieser Klagemarke und den angegriffenen Marken zu gering, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen. Der Bestandteil "METRO" prägt entgegen der Ansicht der Revision die Klagemarke nicht. Er weist ebenso wie der Bestandteil "RAPID" für Dienstleistungen im Bereich des Transportwesens beschreibende Anklänge auf und dominiert den Gesamteindruck der Klagemarke nicht. Die angegriffenen Marken werden ebenfalls nicht durch den Wortbestandteil "Metro" geprägt; dieser Bestandteil hat auch keine selbständig kennzeichnende Stellung in den zusammengesetzten Zeichen inne (hierzu Abschn. II 1 a dd (4)).

47 c) Der Klägerin steht ein Unterlassungsanspruch gegen die Verwendung der Bezeichnungen "Metrocard", "BVG Metrocard", "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und "BVG MetroTram" für die hier in Rede stehenden Dienstleistungen schließlich auch nicht aufgrund des Unternehmenskennzeichens der Metro AG nach § 15 Abs. 2 und 4 MarkenG zu.

48 aa) Die Klägerin ist allerdings im Wege gewillkürter Prozessstandschaft wirksam ermächtigt, die Rechte an dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG geltend zu machen.

49 (1) Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann ein Dritter aufgrund einer Ermächtigung des Rechtsinhabers aus dessen Recht auf Unterlassung klagen, wenn er ein eigenes schutzwürdiges Interesse hat (BGHZ 145, 279, 286 - DB Immobilienfonds; BGH, Urt. v. 31.7.2008 - I ZR 21/06, GRUR 2008, 1108 Tz. 54 = WRP 2008, 1537 - Haus & Grund III). Das eigene schutzwürdige Interesse des Ermächtigten kann sich bei dem Anspruch aus dem Unternehmenskennzeichen aufgrund einer besonderen Beziehung zum Rechtsinhaber ergeben; dabei können auch wirtschaftliche Interessen herangezogen werden (vgl. BGH, Urt. v. 13.10.1994 - I ZR 99/92, GRUR 1995, 54, 57 = WRP 1995, 13 - Nicoline; BGH GRUR 2008, 1108 Tz. 54 - Haus & Grund III).

50 (2) Von einem eigenen schutzwürdigen Interesse der Klägerin, die von der Metro AG zur Geltendmachung der Rechte aus dem Unternehmenskennzeichen ermächtigt worden ist, ist im Streitfall auszugehen. Das Berufungsgericht hat festgestellt, dass die Klägerin im Metro-Konzern für die Verwaltung und Durchsetzung der Kennzeichenrechte zuständig ist. Die Klägerin ist Inhaberin mehrerer mit dem Wortbestandteil "Metro" des Unternehmenskennzeichens der Metro AG gebildeter Marken. Auch in der Firmierung der Klägerin ist die Bezeichnung "Metro" enthalten. Die Klägerin hat deshalb ein eigenes schutzwürdiges Interesse an der Geltendmachung der Rechte aus dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG, das über eine gesteigerte Kennzeichnungskraft verfügt.

51 bb) Ohne Rechtsfehler hat das Berufungsgericht eine Verwechslungsgefahr zwischen dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG und den angegriffenen Marken für die fraglichen Dienstleistungen verneint (§ 15 Abs. 2 und 4 MarkenG). Es ist zutreffend davon ausgegangen, dass kennzeichnungskräftiger

Bestandteil des vollständigen Unternehmenskennzeichens allein "Metro" ist, weil der Rechtsformzusatz beschreibend ist. Zudem ist "Metro" auch das Firmenschlagwort der vollständigen Firmierung der Metro AG. Zu einer fehlenden Verwechslungsgefahr zwischen dem Unternehmenskennzeichen und den angegriffenen Marken gelten die vorstehenden Ausführungen zur Klagemarke "METRO" entsprechend (II 1 a dd und ee).

52 Eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne zwischen dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG und den angegriffenen Marken kann ebenfalls nicht angenommen werden. Von dieser Art der Verwechslungsgefahr ist auszugehen, wenn der Verkehr zwar die Bezeichnungen selbst und die durch sie gekennzeichneten Unternehmen auseinanderhalten kann, aus den sich gegenüberstehenden Zeichen aber auf organisatorische oder wirtschaftliche Zusammenhänge schließt (BGH, Urt. v. 21.2.2002 - I ZR 230/99, GRUR 2002, 898, 900 = WRP 2002, 1066 - defacto). Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts wird der Verkehr bei den angegriffenen Bezeichnungen im Zusammenhang mit Transportdienstleistungen im öffentlichen Personennahverkehr aber nicht an die Handelskette des Metrokonzerns erinnert. Er gelangt deshalb auch nicht zu der Annahme, es bestünden wirtschaftliche oder organisatorische Beziehungen zwischen den Unternehmen.

53 d) Das Berufungsgericht hat einen Unterlassungsanspruch gegen die Verwendung der Bezeichnungen für die hier in Rede stehenden Dienstleistungen auch nicht aufgrund des bekannten Unternehmenskennzeichens "Metro AG" für begründet erachtet (§ 15 Abs. 3 und 4 MarkenG). Es hat dies daraus gefolgert, dass der Verkehr aufgrund der angegriffenen Marken nicht an die Handelskette des Metro-Konzerns erinnert wird. Das lässt einen Rechtsfehler nicht erkennen. Die Revision wendet sich auch nicht gegen die Verneinung des

Unterlassungsanspruchs aufgrund des Bekanntheitsschutzes des Unternehmenskennzeichens.

54 2. Die Klägerin kann kein Verbot der Benutzung der Bezeichnung "Metrocard" und "BVG Metrocard" für Dienstleistungen auf dem Gebiet der Vermietung/Bereitstellung von (Kraft-)Fahrzeugen oder Vermittlung von Fahrzeugen oder Fahrdienstleistungen beanspruchen, wenn dies im Rahmen von Kombinationsangeboten mit Zeitkarten für die Benutzung von Bussen und Bahnen der Beklagten geschieht (Klageantrag zu I 1 a).

55 a) Die Beklagte hat unter der Bezeichnung "BVG Metrocard" eine Monatskarte für ihre öffentlichen Verkehrsmittel angeboten, die mit einem Carsharing-Programm verbunden war. Das Berufungsgericht hat kennzeichenrechtliche Unterlassungsansprüche aus den Klagemarken und dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG verneint, weil die Beklagte den Begriff "BVG metro card" auf der von der Klägerin beanstandeten Musterkarte nicht zeichenmäßig benutzt habe (Klageantrag I 1 a). Im Übrigen hat es eine Verwechslungsgefahr zwischen den Kennzeichen der Klägerin und den angegriffenen Marken "Metrocard" und "BVG Metrocard" für die in Rede stehenden Dienstleistungen verneint.

56 b) Diese Beurteilung hält im Ergebnis der rechtlichen Nachprüfung stand. Dabei kann offenbleiben, ob der Begriff "BVG metro card" auf der vorgelegten Musterkarte kennzeichenmäßig benutzt wird. Denn jedenfalls liegt zwischen den Klagemarken "METRO" und "METRORAPID" und dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG einerseits und den angegriffenen Bezeichnungen "BVG metro card", "Metrocard" und "BVG Metrocard" andererseits insoweit keine Verwechslungsgefahr i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2, § 15 Abs. 2 MarkenG vor.

Nach den zutreffenden Feststellungen des Berufungsgerichts wird der Verkehr die angegriffenen Bezeichnungen weder auf "Metro" verkürzen, noch kommt diesem Bestandteil in den kollidierenden Bezeichnungen eine selbständig kennzeichnende Stellung zu, weil der Begriff wegen des erkennbaren Zusammenhangs mit den Leistungen des öffentlichen Personennahverkehrs beschreibende Anklänge aufweist. Die Zeichenähnlichkeit zwischen den kollidierenden Zeichen ist danach zu gering, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen.

57 3. Der Klägerin steht auch kein Anspruch gegen die Beklagte auf Unterlassung der Benutzung der Bezeichnungen "MetroBus", "MetroTram", "Metro-Netz" und "MetroLinien" für die Personenbeförderung mit Bussen und Straßenbahnen zu (Klageantrag I 1 c). Zwischen den Klagemarken und dem Unternehmenskennzeichen der Metro AG und den angegriffenen Bezeichnungen besteht keine Verwechslungsgefahr i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2 und § 15 Abs. 2 MarkenG.

58 a) Das Berufungsgericht hat allerdings zu Unrecht die kennzeichenmäßige Benutzung der angegriffenen Bezeichnungen verneint. Die Klägerin hat als Verletzungsform mit den Anlagen K 27 bis K 30 Prospektmaterial der Beklagten vorgelegt, in dem das "BVG Verkehrskonzept 2005 plus" vorgestellt wird. Nach Ansicht des Berufungsgerichts werden die Begriffe in Überschriften und im Fließtext der Unterlagen nach Art eines Bestellzeichens verwendet. Der Verkehr werde in Rechnung stellen, dass auch andere Nahverkehrsunternehmen so bezeichnete Leistungen anbieten. Dem kann nicht zugestimmt werden.

59 aa) Eine markenmäßige Benutzung setzt voraus, dass die Bezeichnung im Rahmen des Produkt- oder Leistungsabsatzes jedenfalls auch der Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen

anderer dient (vgl. EuGH, Urt. v. 12.11.2002 - C-206/01, Slg. 2002, I-10273 = GRUR 2003, 55 Tz. 51 ff. - Arsenal Football Club; BGH, Urt. v. 3.2.2005 - I ZR 45/03, GRUR 2005, 414, 415 = WRP 2005, 610 - Russisches Schaumgebäck; Urt. v. 30.4.2008 - I ZR 123/05, GRUR 2008, 793 Tz. 16 = WRP 2008, 1196 - Rillenkoffer). Die Rechte aus der Marke sind daher auf diejenigen Fälle beschränkt, in denen die Benutzung des Zeichens durch einen Dritten die Funktion der Marke und insbesondere deren Hauptfunktion, d.h. die Gewährleistung der Herkunft der Ware gegenüber dem Verbraucher, beeinträchtigt oder immerhin beeinträchtigen könnte (EuGH, Urt. v. 25.1.2007 - C-48/05, Slg. 2007, I-1017 = GRUR Int. 2007, 404 Tz. 21 = WRP 2007, 299 - Opel/Autec; BGHZ 171, 89 Tz. 22 - Pralinenform).

60 bb) Die Revision rügt zu Recht, dass die Begriffe "MetroBus", "MetroTram", "MetroNetz" und "MetroLinien" nicht rein beschreibend sind. Auch wenn den angesprochenen Verkehrskreisen bekannt ist, dass in Weltstädten wie Paris und New York die U-Bahn als "Metro" bezeichnet wird, erkennen sie, dass es hier gerade nicht um das Berliner U-Bahnnetz, sondern um ein Straßenbahn- und Busnetz geht. Auch aus dem Begriff "Metropole" als Synonym für Großstadt kann keine rein beschreibende Benutzung abgeleitet werden. Durch die Abkürzung auf "Metro" und die gleichzeitige Kombination mit einem weiteren Bestandteil entsteht ein neues, dem Verkehr in diesem Zusammenhang nicht geläufiges Wort. Dies gilt auch für die Bezeichnungen "MetroNetz" und "MetroLinien". Diese Begriffe sind allenfalls für U-Bahnen, nicht jedoch für Straßenbahn- und Buslinien bekannt. Das Berufungsgericht führt keine Anhaltspunkte für seine Annahme an, der Verkehr gehe davon aus, dass entsprechende Leistungen auch in anderen deutschen Städten so bezeichnet werden. Es ist daher davon auszugehen, dass die Bezeichnungen als Herkunftshinweis aufgefasst werden. Hierfür spricht auch, dass die Bezeichnungen in einer für be-

schreibende Begriffe ungewöhnlichen Schreibweise mit Majuskeln in der Wortmitte verwendet werden.

61 b) Im Streitfall liegt jedoch keine Verwechslungsgefahr i.S. von § 14 Abs. 2 Nr. 2 und § 15 Abs. 2 MarkenG vor. Zwar hat das Berufungsgericht die Verwechslungsgefahr - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - nicht geprüft. Zur Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit und zur Branchennähe ergeben sich jedoch keine Besonderheiten gegenüber den für die Beklagte als Marken eingetragenen Bezeichnungen. Dies gilt auch für die Kennzeichnungskraft der älteren Kennzeichenrechte der Klägerin. Der Senat kann aufgrund des feststehenden Sachverhalts und der Feststellungen des Berufungsgerichts zum Gesamteindruck der eingetragenen Marken der Beklagten die Zeichenähnlichkeit für die in Rede stehenden Verletzungshandlungen selbst beurteilen. Danach ist die Ähnlichkeit zwischen den Kollisionszeichen zu gering, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen. Durch die Einfügung des Bestandteils "Metro" in die Zeichen "MetroBus", "MetroTram", "MetroNetz" und "MetroLinien" entstehen Gesamtbegriffe mit eigenständigem Bedeutungsgehalt. Sie werden deshalb vom Verkehr nicht auf die Bezeichnung "Metro" verkürzt; auch kommt diesem Bestandteil keine selbständig kennzeichnende Stellung zu. Dies gilt ungeachtet der Bildung der angegriffenen Zeichen mit Majuskeln in der Wortmitte.

62 4. Zu Recht ist das Berufungsgericht auch davon ausgegangen, dass die mit den Klageanträgen zu I 3 und II verfolgten Annexansprüche nicht bestehen. Die Beklagte hat die Kennzeichen der Klägerin nicht verletzt. Soweit Ansprüche gegen die Beklagte in Betracht kommen (dazu nachstehend) beruhen sie auf der Annahme einer Erstbegehungsgefahr.

63 5. Mit Erfolg wendet sich die Revision jedoch dagegen, dass das Berufungsgericht einen Anspruch auf Unterlassung der drohenden Benutzung der Marken "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien", "BVG MetroTram" für Waren und Dienstleistungen außerhalb des Dienstleistungssektors "Personennahverkehr" verneint (Klageantrag zu I 1 b) und insoweit auch den Anspruch auf Einwilligung in die Löschung der Marken "BVG MetroBus", "BVG MetroLinien" und "BVG MetroTram" für unbegründet erachtet hat (Klageantrag zu I 2).

64 a) Entgegen der Ansicht der Revisionserwiderung steht dem Anspruch, soweit er auf die Marke Nr. 395 16 389 "METRO" gestützt wird, nicht der Einwand des Rechtsmissbrauchs entgegen. Die Beklagte macht geltend, die Markenanmeldung sei zur Umgehung des Benutzungszwangs wiederholt worden. Die Klägerin habe keinen Benutzungswillen für Beförderungsdienstleistungen im öffentlichen Personennahverkehr. Dafür fehle ihr auch die Erlaubnis. Anhaltspunkte für eine Behinderungsabsicht bestehen indessen nicht. Die Marke ist für Beförderungsdienstleistungen im öffentlichen Nahverkehr nicht eingetragen. Selbst wenn sie wie die Marke Nr. 303 48 717 "METRO" umfassend für "Transportwesen" eingetragen wäre, könnte nicht von einem fehlenden Benutzungswillen ausgegangen werden. Die Aktivitäten der Metro-Gruppe sind vielfältig. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts befassen sich Unternehmen des Konzerns mit dem Gütertransport und mit der Vermittlung von Reisen. Es liegt deshalb nicht fern, die Marke umfassend für "Transportwesen" anzumelden.

65 b) Im Streitfall ist auch von einer bestehenden Begehungsgefahr auszugehen. Das Berufungsgericht hat ausgeführt, die Marken seien zwar auch für Waren eingetragen, die nicht unbedingt mit dem Betrieb eines Nahverkehrssystems zu tun hätten wie zum Beispiel Drucksachen und Zeitungen. Die Beklagte

dürfe jedoch als Anstalt des öffentlichen Rechts nur im Rahmen ihrer satzungsgemäßen Aufgaben tätig werden. Es sei deshalb zwingend davon auszugehen, dass die Marken herkunftshinweisend für sämtliche Produkte, für die sie eingetragen seien, nur im Rahmen des Betriebs des Nahverkehrssystems verwendet werden. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung nicht stand.

66 Aufgrund der Anmeldung und Eintragung eines Zeichens als Marke ist im Regelfall zu vermuten, dass eine Benutzung für die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen in naher Zukunft bevorsteht, wenn keine konkreten Umstände vorliegen, die gegen eine solche Benutzungsabsicht sprechen (vgl. BGH, Urt. v. 15.1.2004 - I ZR 121/01, GRUR 2004, 600, 601 = WRP 2004, 763 - d-c-fix/CD-FIX; Urt. v. 13.3.2008 - I ZR 151/05, GRUR 2008, 912 Tz. 30 = WRP 2008, 1353 - Metrosex; Hacker in Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 14 Rdn. 109; Lange, Marken- und Kennzeichenrecht, Rdn. 3156). Die Markenanmeldung und -eintragung begründet damit regelmäßig einen vorbeugenden Unterlassungsanspruch, der sich auf alle angemeldeten und eingetragenen Waren und Dienstleistungen erstreckt. Davon ist auch im Streitfall auszugehen. Eine Beschränkung der zu erwartenden künftigen Benutzung folgt nicht daraus, dass die Waren und Dienstleistungen als Werbeträger und Merchandisingartikel abgesetzt oder im Zusammenhang mit dem Betrieb von Buslinien genutzt werden können. Auf die subjektiven Verwendungsabsichten des Markeninhabers kommt es nicht an (vgl. Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., Vor §§ 14-19 Rdn. 60). Diese können sich ändern und beseitigen nicht die durch die Registrierung geschaffene objektive Gefahr der Benutzung der Zeichen. Auch dem Satzungszweck der Beklagten als Anstalt des öffentlichen Rechts kommt keine entscheidungserhebliche Bedeutung zu. Diese beseitigt nicht die Gefahr einer Lizenzierung der Marken.

67 Ist aber eine Begehungsgefahr nicht ausgeschlossen, kann die Entscheidung des Berufungsgerichts insoweit keinen Bestand haben. Das Berufungsgericht hat - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - eine Verwechslungsgefahr für den hier in Rede stehenden Waren- und Dienstleistungsbereich außerhalb des Dienstleistungssektors "Personennahverkehr" nicht geprüft. Diese Beurteilung wird es im wiedereröffneten Berufungsrechtszug nachzuholen haben. Für das weitere Verfahren wird auf Folgendes hingewiesen:

68 Sollte die Verwechslungsgefahr für Waren und Dienstleistungen außerhalb des Gebiets des Personennahverkehrs zu bejahen sein, ist es der Beklagten nicht verwehrt, für ihr Nahverkehrsangebot zu werben. Wird etwa die Marke "BVG MetroBus" auf einer Werbefläche an Haltestellen oder Bahnhöfen angebracht, liegt darin keine markenmäßige Benutzung für die Ware "Werbeplakate". Denn die Bezeichnung dient nicht der Unterscheidung von Werbeplakaten

der Beklagten von solchen anderer Unternehmen. Sie dient vielmehr der Kennzeichnung der Leistung des Personennahverkehrs und stellt nur insoweit eine Benutzung i.S. des § 14 Abs. 3 Nr. 5 MarkenG dar.

Bornkamm RiBGH Pokrant ist krankheitsbedingt abwesend und kann daher nicht unterschreiben. Büscher

Bornkamm

Schaffert Koch

Vorinstanzen:
LG Hamburg, Entscheidung vom 24.05.2005 - 312 O 296/04 -
OLG Hamburg, Entscheidung vom 14.09.2006 - 3 U 138/05 -