

SCHLUSSANTRÄGE DES GENERALANWALTS  
FRANCIS G. JACOBS

vom 29. Oktober 1998 \*

1. In der vorliegenden Rechtssache hat das Landgericht München I den Gerichtshof ersucht, über den Begriff „Gefahr von Verwechslungen“ in Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe b der Ersten Richtlinie des Rates zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (im folgenden: Richtlinie)<sup>1</sup> zu entscheiden.

2. Die Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH (im folgenden: Lloyd) ist eine Schuhherstellerin, die seit 1927 Schuhe unter der Markenbezeichnung „Lloyd“ vertreibt. Sie ist Inhaberin einer Reihe von Marken mit dem Wortbestandteil „Lloyd“.

3. Die Klijsen Handel BV (im folgenden: Klijsen) produziert und vertreibt seit 1991 in Deutschland (und seit 1970 in den Niederlanden) Schuhe unter der Marke „Loint's“. Diese Schuhe werden in Schuhgeschäften, die sich auf Komfortschuhe spezialisiert haben, abgesetzt und zu mehr als 90 % als Damenschuhe verkauft. Klijsen erwirkte am 24. August 1994 die internationale Eintragung der Marke „Loint's“ und beantragte die Schutzerstreckung auf Deutschland. Sie ist außerdem Inhaberin einer am 26. Februar 1996 eingetragenen Wort-Bildmarke „Loint's“ mit Schutzerstreckung auf Deutschland.

4. Im Verfahren vor dem vorlegenden Gericht hat Lloyd u. a. beantragt, die Benutzung des Zeichens „Loint's“ für Schuhe und Schuhwaren in Deutschland zu verbieten. Lloyd macht geltend, es bestehe die Gefahr, daß „Loint's“ und „Lloyd“ wegen der klanglichen Ähnlichkeit der beiden Marken und wegen der erhöhten Kennzeichnungskraft der Marke „Lloyd“, die sich daraus ergebe, daß beschreibende Elemente fehlten und die Marke einen hohen Bekanntheitsgrad aufweise, miteinander verwechselt würden. Im Vorlagebeschluß ist ausgeführt, daß der Bekanntheitsgrad der Markenbezeichnung „Lloyd“ in einer im November 1995 durchgeführten Verbraucherumfrage unter der Gesamtbevölkerung von 14 bis 64 Jahren mit 36 % und in einer Umfrage von April 1996 in der männlichen Bevölkerung ab 14 Jahren mit 10 % ermittelt worden sei.

5. Das vorlegende Gericht hat festgestellt, daß bei den von den beiden Marken erfaßten Erzeugnissen von identischen Waren auszugehen sei, und das Vorbringen von Klijsen zurückgewiesen, daß sich die Waren dadurch unterschieden, daß die Marke „Loint's“ ausschließlich für Komfortschuhe benutzt werde und daß Lloyd auf diesem Markt nicht nennenswert tätig sei. Das vorlegende Gericht ist sich jedoch im unklaren darüber, ob zwischen den beiden Marken eine Verwechslungsgefahr im Sinne von Artikel 5 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie besteht.

\* Originalsprache: Englisch.

1 — Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 (Abl. 1989, L 40, S. 1).

6. Artikel 5 Absatz 1 der Richtlinie bestimmt:

„Eine Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen oder unterliegt im Falle der Eintragung der Ungültigerklärung,

a) ...

b) 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 besteht, die die Gefahr einschließt, daß die Marke mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.“

7. Das vorliegende Gericht vertritt die Auffassung, daß nach geltendem deutschem Recht und geltender deutscher Rechtspraxis eine Verwechslungsgefahr wahrscheinlich bejaht werde. Es hat jedoch Zweifel, ob dieser Ansatz mit der Richtlinie im Einklang steht. Es räumt zwar ein, daß die klangliche Ähnlichkeit eine Verwechslung möglich mache, bezweifelt jedoch, ob, wie Lloyd behaupte, das durchaus auffällige „s“ im Zeichen „Loint's“ unberücksichtigt bleiben könne. Es hat ferner Zweifel an der Behauptung von Lloyd, daß ihre Marke aufgrund des Bekanntheitsgrades von 36 % erhöhte Kennzeichnungskraft besitze, und es verweist darauf, daß nach der vorgenannten Verbraucherumfrage von November 1995 33 Schuhmarken einen Bekanntheitsgrad von über 20 %, 13 einen Be-

kanntheitsgrad von 40 % und mehr und 6 einen Bekanntheitsgrad von 70 % und mehr aufgewiesen hätten. Das Gericht hat daher dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorgelegt:

1. Genügt es zur Gefahr der Verwechslung wegen Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und Identität der durch die Marke und das Zeichen erfaßten Waren oder Dienstleistungen, wenn die Marke und das Zeichen jeweils nur aus einer Silbe bestehen, klanglich am Anfang, so auch in der einzigen Vokalkombination am Anfang identisch sind und der — einzige — Endkonsonant der Marke im Zeichen ähnlich (t statt d) in einer Konsonantengruppe aus drei Buchstaben einschließlich s wiederkehrt; konkret: kollidieren die Bezeichnungen Lloyd und Loints<sup>2</sup> für Schuhwaren?

2. Welche Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem Wortlaut der Richtlinie zu, wonach die Verwechslungsgefahr die Gefahr einschließt, daß das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird?

<sup>2</sup> — Anders als in den schriftlichen Erklärungen von Lloyd und Klijsen wird im Vorlagebeschluß „Loint's“ ohne Apostroph geschrieben.

3. Ist bei einer Bekanntheit von 10 % bei den maßgebenden Verkehrskreisen bereits von einer besonderen Kennzeichnungskraft und deshalb von einem erweiterten sachlichen Schutzzumfang einer Kennzeichnung auszugehen?

Wäre dies bei einer Bekanntheit von 36 % der Fall?

Würde ein so erweiterter Schutzzumfang zu einer anderen Beantwortung der Frage 1 führen, wenn diese vom Gerichtshof verneint werden sollte?

4. Ist bereits deshalb bei einer Marke eine erhöhte Kennzeichnungskraft anzunehmen, weil sie keine beschreibenden Elemente hat?

8. Bevor ich diese Fragen prüfe, muß, wie die Kommission in ihren schriftlichen Erklärungen vorträgt, an die jeweilige Aufgabe des Gerichtshofes und der nationalen Gerichte nach Artikel 177 des Vertrages erinnert werden. Der Gerichtshof hat stets die Auffassung vertreten, daß seine Aufgabe nach diesem Artikel darauf beschränkt sei, dem nationalen Gericht die Kriterien für die Auslegung der maßgebenden gemeinschaftsrechtlichen Vorschriften anzugeben, die es zur Entscheidung des bei ihm anhängigen Rechtsstreits benötigt. Es ist Sache des nationalen Gerichts, diese Vorschriften, wie sie vom Gerichtshof aus-

gelegt worden sind, auf den konkreten Fall anzuwenden<sup>3</sup>.

9. Der Gerichtshof hat allerdings gelegentlich auf Veranlassung nationaler Gerichte Entscheidungen erlassen, die sich eingehend mit dem Sachverhalt bestimmter Rechtssachen beschäftigt haben. Die Unterscheidung zwischen Auslegung und Anwendung ist nicht trennscharf — tatsächlich kann die Auslegung als Bestandteil des Verfahrens der Anwendung einer Rechtsvorschrift angesehen werden. Fast jede Frage, wie spezifisch sie im Hinblick auf einen bestimmten Sachverhalt auch sein mag, läßt sich in Gestalt einer abstrakten Auslegungsfrage formulieren. Dies wird durch die erste Frage des vorliegenden Gerichts veranschaulicht, die sowohl als abstrakte Auslegungsfrage als auch als ausdrückliche Frage nach dem möglichen Konflikt zwischen den Marken „Lloyd“ und „Loint's“ formuliert ist.

10. Meiner Ansicht nach ist es gleichwohl möglich, zwischen der Angabe allgemeiner Auslegungskriterien, die so beschaffen sind, daß sie für andere, die Anwendung der gleichen Kriterien betreffende Fälle maßgebend sein können, und einer detaillierten Würdigung des Sachverhalts der bestimmten Rechtssache zu unterscheiden. In der vorliegenden Rechtssache ist klar, daß der Gerichtshof ersucht wird, die letztgenannte Aufgabe zu erfüllen, d. h., letztlich den Streit vor dem nationalen Gericht dadurch zu beenden, daß er entscheidet, ob aufgrund des Sachverhalts eine Verwechslungsgefahr zwischen den beiden Marken besteht.

3 — Vgl. z. B. Urteil in der Rechtssache C-320/88 (Shipping and Forwarding Enterprise Safe, Slg. 1990, I-285).

11. In einem Bereich wie diesem scheint es mir eine Reihe von Gründen zu geben, die den Gerichtshof veranlassen sollten, besonders strikt auf eine saubere Trennung zwischen seinen Aufgaben und denen der nationalen Gerichte zu achten. Die Entscheidung darüber, ob eine Verwechslungsgefahr zwischen einer Marke und einem Zeichen besteht, bringt eine besonders eingehende Würdigung sämtlicher dem nationalen Gericht vorgelegten Beweise mit sich. Daher obliegt diese Entscheidung naturgemäß eher dem nationalen Gericht.

12. Außerdem ist die Richtlinie zwar so auszulegen, daß einheitliche Kriterien für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr festgelegt werden, doch kann es sein, daß diese Kriterien in den Mitgliedstaaten u. a. wegen sprachlicher Unterschiede unterschiedlich angewandt werden. Während beispielsweise „Lloyd“ und „Loint's“ für einen Englischsprachigen wohl nur geringe klangliche oder visuelle Ähnlichkeit haben, ist dies vielleicht für einen Deutschsprachigen nicht der Fall, da der Buchstabe t und die Endung d im Deutschen ähnlich ausgesprochen werden. Folglich erscheint es angebracht, daß die nationalen Gerichte eines Mitgliedstaats beurteilen, ob im Bewußtsein des Publikums in diesem Staat eine Verwechslungsgefahr besteht.

13. Es sei ferner darauf hingewiesen, daß im vorliegenden Bereich relativ wenige rechtliche Kriterien aus der Richtlinie abzuleiten sind und sie außerdem auf eine fast unbeschränkte Zahl von Sachverhalten angewandt werden können. Unter solchen Umständen kann der Gerichtshof zur einheitlichen Anwendung der Richtlinie und zur Rechtssicherheit effektiver dadurch beitragen, daß er die allgemeinen Kriterien und insbesondere den Maßstab für die Be-

urteilung der Verwechslungsgefahr eindeutig festlegt, als durch den Erlaß von Entscheidungen, die zu sehr auf die tatsächlichen Umstände des Einzelfalls eingehen.

14. Vor diesem Hintergrund können die Fragen des nationalen Gerichts umformuliert werden in Fragen danach,

- welche Kriterien bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr anzuwenden sind und insbesondere welche Bedeutung der klanglichen Ähnlichkeit zwischen der Marke und dem Zeichen zukommt,
- welche Bedeutung dem Umstand zukommt, daß die Verwechslungsgefahr die „Gefahr der gedanklichen Verbindung“ einschließt,
- unter welchen Umständen einer Marke Kennzeichnungskraft zuzuerkennen ist und insbesondere welche Bedeutung dem Bekanntheitsgrad der Marke und dem Fehlen beschreibender Elemente zukommt und
- welche Bedeutung der Kennzeichnungskraft einer Marke für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr zukommt.

15. Nachdem das nationale Gericht das Ersuchen in der vorliegenden Rechtssache eingereicht hatte, hat der Gerichtshof seine Entscheidung in der Rechtssache Sabèl<sup>4</sup> erlassen. Ich habe den Eindruck, daß diese Entscheidung viele Hinweise gibt, nach denen das vorliegende Gericht gefragt hat.

Für diese Auslegung spricht auch die zehnte Begründungserwägung der Richtlinie, aus der hervorgeht, daß ‚die Verwechslungsgefahr... die spezifische Voraussetzung für den Schutz dar[stellt]‘.<sup>5</sup>

16. Zur Bedeutung des Begriffes „Gefahr der gedanklichen Verbindung“, um den es in der zweiten Frage des vorliegenden Gerichts geht, hat der Gerichtshof in der Rechtssache Sabèl ausgeführt:

17. Was die übrigen in der vorliegenden Rechtssache vorgelegten Fragen angeht, so hat der Gerichtshof in der Rechtssache Sabèl folgende Hinweise zu der Art und Weise gegeben, wie das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr zu beurteilen ist:

„Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie ist nur dann anwendbar, wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit sowohl der Marken als auch der erfaßten Waren oder Dienstleistungen ‚für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, die die Gefahr einschließt, daß die Marke mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird‘. Aus diesem Wortlaut ergibt sich, daß der Begriff der Gefahr der gedanklichen Verbindung keine Alternative zum Begriff der Verwechslungsgefahr darstellt, sondern dessen Umfang genauer bestimmen soll. Bereits nach ihrem Wortlaut ist diese Bestimmung daher nicht anwendbar, wenn für das Publikum keine Verwechslungsgefahr besteht.

„Wie bereits in Randnummer 18 festgestellt, ist Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe b nicht anwendbar, wenn für den Verkehr keine Verwechslungsgefahr besteht. Insofern geht aus der zehnten Begründungserwägung der Richtlinie hervor, daß das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ‚von einer Vielzahl von Umständen ab[hängt], 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 oder Dienstleistungen‘. Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ist also unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen.

Bei dieser umfassenden Beurteilung ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der betreffenden Marken im Bild, im Klang oder in der Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichti-

4 — Rechtssache C-251/95 (Sabèl, Slg. 1997, I-6191).

5 — Urteil Sabèl (Randnrn. 18 und 19).

gen sind. Aus dem Wortlaut des Artikels 4 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie, wonach ‚für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht‘, geht nämlich hervor, daß es für die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr entscheidend darauf ankommt, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher dieser Art von Waren oder Dienstleistungen wirkt. Der Durchschnittsverbraucher nimmt eine Marke aber normalerweise als Ganzes wahr und achtet nicht auf die verschiedenen Einzelheiten.

Die Verwechslungsgefahr ist um so größer, je größer sich die Kennzeichnungskraft der älteren Marke darstellt. Daher kann bei einer Ähnlichkeit in der Bedeutung, die sich daraus ergibt, daß bei zwei Marken Bilder benutzt werden, die in ihrem Sinngehalt übereinstimmen, eine Verwechslungsgefahr dann bestehen, wenn der älteren Marke entweder von Hause aus oder kraft Verkehrsgeltung eine besondere Kennzeichnungskraft zukommt.

Unter Umständen, wie sie im Ausgangsfall vorliegen, in dem die ältere Marke keine besondere Verkehrsgeltung hat und aus einem Bild besteht, das wenig verfremdende Phantasie aufweist, reicht die bloße Ähnlichkeit in der Bedeutung nicht aus, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen.

Daher ist auf die zur Vorabentscheidung vorgelegte Frage zu antworten, daß die rein assoziative gedankliche Verbindung, die der Verkehr über die Übereinstimmung des Sinngehalts zweier Marken zwischen diesen herstellen könnte, für sich genommen keine ‚Gefahr von Verwechslungen...‘, die die

Gefahr einschließt, daß die Marke mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird‘, im Sinne des Artikels 4 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie begründet.“<sup>6</sup>

18. Im Kontext der vorliegenden Rechtsache kann folgende Ergänzung nützlich sein. Erstens geht in bezug auf die erste Frage aus dem Urteil Sabèl eindeutig hervor, daß das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr im Licht aller relevanten Umstände umfassend zu beurteilen ist. Entgegen der von Lloyd vorgetragenen Ansicht kann es daher je nach den Umständen von Bedeutung sein, nicht nur den Grad der klanglichen Ähnlichkeit zwischen der Marke und dem Zeichen zu prüfen, sondern auch den Grad (oder das Fehlen) einer visuellen und begrifflichen Ähnlichkeit. Bei Fehlen einer solchen Ähnlichkeit müßte geprüft werden, ob unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Art der Waren und der Bedingungen, unter denen sie in den Verkehr gebracht worden sind, der Grad der klanglichen Ähnlichkeit allein eine Verwechslungsgefahr begründen könnte.

19. Wie die zehnte Begründungserwägung der Richtlinie verdeutlicht, sind „Bestimmungen über die Art und Weise der Feststellung der Verwechslungsgefahr, insbesondere über die Beweislast,... Sache nationaler Verfahrensregeln, die von der Richtlinie nicht berührt werden“. Somit wird das nationale Gericht bei der Beur-

6 — Urteil Sabèl (Randnrn. 22 bis 26).

teilung der Verwechslungsgefahr nationale Beweisregeln anwenden.

20. Der Maßstab und die Kriterien, die bei dieser Beurteilung anzuwenden sind, sind jedoch Sache des Gemeinschaftsrechts. Wie Klijsen vorträgt, muß die Verwechslungsgefahr exakt begründet werden und wirklich bestehen — sie darf nicht nur hypothetisch oder vage sein. Im Urteil Sabèl ist der Gerichtshof zu dem Ergebnis gelangt, daß eine Marke eher als Ganzes als unter Bezugnahme auf ihre verschiedenen Bestandteile wahrgenommen werde, und hat dies am Durchschnittsverbraucher der bestimmten Waren oder Dienstleistungen geprüft. Entgegen dem Vorbringen von Lloyd in der Sitzung steht eine solche Prüfung im Einklang mit den Entscheidungen des Gerichtshofes in anderen Rechtssachen, in denen er geprüft hat, ob eine Beschreibung, eine Handelsmarke oder werbende Angaben geeignet waren, den Verbraucher irreführen. In diesen Rechtssachen hat der Gerichtshof die mutmaßlichen Erwartungen eines angemessen informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen berücksichtigt<sup>7</sup>. Ich halte das gleiche Kriterium hier für anwendbar. Wie ich in den Nummern 50 und 51 meiner Schlußanträge in der Rechtssache Sabèl erläutert habe, würde ein übermäßig hohes Schutzniveau die Integration der nationalen Märkte behindern, indem es dem freien Verkehr von Waren und Dienstleistungen zwischen Mitgliedstaaten

ungerechtfertigte Beschränkungen auferlegte und tatsächlich das eigentliche Ziel der Richtlinie verfehlte.

21. Im Hinblick auf die dritte Frage geht aus dem Urteil Sabèl klar hervor, daß einer Marke entweder per se oder kraft Verkehrsgeltung eine besondere Kennzeichnungskraft zukommt und daß „[d]ie Verwechslungsgefahr... um so größer [ist], je größer sich die Kennzeichnungskraft der... Marke darstellt“. Das nationale Gericht möchte wissen, ob es eine Schwelle gibt, oberhalb deren einer Marke aufgrund ihres Bekanntheitsgrades eine besondere Kennzeichnungskraft zukommt und sie „einen erweiterten sachlichen Schutzzumfang“ genießt. Die Richtlinie hat jedoch nicht den Zweck, eine solche Schwelle festzulegen. Der Bekanntheitsgrad ist ein Faktor, dem bei der umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr für einen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen zusammen mit anderen Faktoren Rechnung zu tragen ist. Es gibt keine spezifische Schwelle, jenseits deren dem Bekanntheitsgrad entscheidendes Gewicht beigemessen werden sollte.

22. Im Hinblick auf die vierte Frage ergibt sich aus dem Urteil Sabèl<sup>8</sup> eindeutig, daß die Verwechslungsgefahr größer sein kann, wenn die Marke per se besondere Kennzeichnungskraft besitzt. Das wird der Fall sein, wenn sie bestimmte klangliche, visuelle oder begriffliche Merkmale aufweist, die sie in besonderer Weise von anderen Zeichen unterscheiden. Dies mag auf den ersten Blick seltsam erscheinen, da man meinen könnte, daß die Verwechslungsgefahr um so geringer ist, je stärker eine

7 — Vgl. zuletzt Urteil vom 16. Juli 1998 in der Rechtssache C-210/96 (Gut Springenheide, Slg. 1998, I-4637, Randnrn. 30 und 31). Vgl. außerdem Rechtssache C-362/88 (GB-INNO-BM, Slg. 1990, I-667), Rechtssache C-238/89 (Pall, Slg. 1990, I-4827), Rechtssache C-126/91 (Yves Rocher, Slg. 1993, I-2361), Rechtssache C-315/92 (Verband Sozialer Wettbewerb, Slg. 1994, I-317), Rechtssache C-456/93 (Langguth, Slg. 1995, I-1737) und Rechtssache C-470/93 (Mars, Slg. 1995, I-1923). Vgl. ferner Schlußanträge von Generalanwalt Fennelly vom 29. September 1998 in der Rechtssache C-303/97 (Verbraucherschutzverein/Sektellerie G. C. Kessler, insbesondere Nrn. 29 ff.).

8 — Vgl. auch Urteil vom 29. Oktober 1998 in der Rechtssache C-39/97 (Canon, Randnrn. 17 und 18).

Marke wirklich kennzeichnend ist. Es ist jedoch klar, daß eine größere Verwechslungsgefahr zwischen einer Marke und einem Zeichen besteht, deren Ähnlichkeit daherrührt, daß beide durch bestimmte ungewöhnliche oder originelle Merkmale gekennzeichnet sind, als zwischen einer Marke und einem Zeichen, die ähnliche, jedoch weniger kennzeichnende Merkmale haben. Die Tatsache, daß eine Marke und ein Zeichen beide ohne weiteres von anderen Marken zu unterscheiden sind, weil sie die gleichen originellen oder ungewöhnli-

chen Merkmale aufweisen, erhöht das Verwechslungsrisiko.

23. Mir scheint, daß das völlige Fehlen beschreibender Elemente ein Faktor bei der Beurteilung der Kennzeichnungskraft einer Marke sein kann, für sich allein jedoch eine Marke nicht in besonderer Weise kennzeichnet; trotz des Fehlens beschreibender Elemente können einer Marke immer noch originelle Merkmale fehlen, oder sie kann in dem betreffenden Mitgliedstaat alltäglich sein.

## Ergebnis

24. Daher bin ich der Meinung, daß die vom Landgericht München I vorgelegten Fragen wie folgt beantwortet werden sollten:

1. Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr für die Zwecke des Artikels 5 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie 89/104/EWG des Rates zwischen einer Marke und einem Zeichen, die für gleiche Waren benutzt werden, hat das nationale Gericht zu prüfen, ob für einen Durchschnittsverbraucher der bestimmten Warenart in dem betreffenden Mitgliedstaat eine wirkliche, ordnungsgemäß begründete Verwechslungsgefahr besteht. Bei dieser Beurteilung hat das Gericht sämtliche relevanten Faktoren, insbesondere den Grad der klanglichen, visuellen oder begrifflichen Ähnlichkeit zwischen der Marke und dem Zeichen, sowie die Kennzeichnungskraft, die der Marke entweder per se oder aufgrund ihres Bekanntheitsgrades zukommt, umfassend zu würdigen.

2. Der Begriff der Gefahr der gedanklichen Verbindung im Sinne des Artikels 5 Absatz 1 Buchstabe b stellt keine Alternative zum Begriff der Verwechslungsgefahr dar, sondern dient dazu, dessen Umfang genauer zu bestimmen.
  
3. Die Richtlinie legt keine Schwelle fest, oberhalb deren einer Marke aufgrund ihres Bekanntheitsgrades ohne weiteres eine besondere Kennzeichnungskraft zukommt und sie einen erweiterten Schutz genießt. Der Bekanntheitsgrad einer Marke ist ein Faktor, dem bei der umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr Rechnung zu tragen ist. Je größer der Bekanntheitsgrad einer Marke ist, desto größer ist die Gefahr der Verwechslung mit einem ähnlichen Zeichen.
  
4. Der Umstand, daß eine Marke keine beschreibenden Elemente enthält, kann ein Faktor bei der Beurteilung der Kennzeichnungskraft der Marke sein, erhöht jedoch für sich allein nicht die Verwechslungsgefahr.