

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 204/99

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am:

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 396 43 854

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 13. Dezember 2000 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Fuchs Wissemann und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die Wort-/Bildmarke 396 43 854



die ua eingetragen ist für

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

wurde Widerspruch erhoben aus der prioritätsälteren Wortmarke 2 912 672

H.I.S.,

die eingetragen ist für die Waren

Jeansbekleidungsstücke.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat den Widerspruch mit Beschluß vom 24. November 1998 mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit ihrer Beschwerde. Sie vertritt die Auffassung, bei aus mehreren Wörtern zusammengesetzten Marken merke sich der Verbraucher in aller Regelung nur den prägenden Bestandteil. Dies sei im Fall der Anmelderin der Bestandteil "KISS", der dem Wort "H.I.S." gegenüberstehe. Beide Bestandteile seien einsilbig und wiesen die Endung "is" auf. Der Unterschied zwischen den Anfangskonsonanten "K" bzw "H" falle demgegenüber nicht mehr ins Gewicht, insbesondere bei undeutlicher Aussprache oder ungünstigen Übermittlungsbedingungen.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 24. November 1998 aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen im Umfang: Bekleidungsstücke-Kopfbedeckung.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie führt aus, Bekleidungsstücke würden auf Sicht gekauft. Der bildliche Eindruck der sich gegenüberstehenden Marken stehe im Vordergrund. Bei "KISS" einerseits und H.I.S. andererseits handele es sich um Kurzwörter, bei denen schon geringe Unterschiede ausreichen.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig (§ 66 Abs 2 und 5). In der Sache ist sie unbegründet, da keine Verwechslungsgefahr der Vergleichsmarken im Sinne von § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz besteht.

Nach § 9 Absatz 1 Nr 2, 42 Absatz 2 Nr 1 Markengesetz ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer älteren Marke und der Ähnlichkeit der durch die Vergleichsmarken erfaßten Waren und Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles zu beurteilen (EuGH WRP 1998, 39, 41 – Sabèl/Puma).

Die jeweiligen Waren sind ersichtlich identisch, teils sehr ähnlich. Um eine Gefahr von Verwechslungen zu vermeiden, ist deshalb ein erheblicher Abstand der Marken erforderlich (BGH GRUR 1995, 216, 219 - "Oxygenol II"). Diesen Anforderungen wird die angegriffene Marke gerecht.

Bei der Prüfung der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr ist auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen abzustellen (BGH GRUR 2000, 233 - Rausch/Elfi Rauch). Schriftbildlich weisen die sich gegenüberstehenden Marken unübersehbare Unterschiede auf. Die Wort-/Bildmarke "KISS FM" besteht aus deutlich mehr Großbuchstaben als die aus drei Buchstaben bestehende Wortmarke "H.I.S.". Diese optischen Unterschiede werden durch unterschiedliche Assoziationen verstärkt. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, weisen beide Zeichen dem inländischen Verkehr völlig geläufige Begriffe des englischen Grundwortschatzes und einen griffigen Sinngehalt auf ("kiss" = Kuß; "his" = sein). Diesen wird das Publikum ohne weiteres erkennen und sich hieran erinnern. Solche leicht faßbaren Sinngehalte wirken einer Verwechslungsgefahr entgegen, da sich der Verkehr an ihnen orientiert und die Un-

terschiede zwischen den Marken dadurch wesentlich schneller und besser erfaßt, so daß es nicht zu Verwechslungen kommt (vgl. BGH GRUR 1992, 130 - Bally/Ball). Auch in klanglicher Hinsicht besteht ein hinreichend deutlicher Unterschied zwischen den beiden Marken. Selbst wenn man das angegriffene Zeichen auf "Kiss" reduziert, ist der klangstarke Buchstabe "K" nicht zu überhören, während der Buchstabe "H" eher als gehaucht und gedehnt wahrgenommen wird. Beide unterschiedlichen Buchstaben befinden sich zudem am Wortanfang. Diese bestehenden klanglichen Unterschiede werden durch die oben ausgeführten unterschiedlichen Assoziationen noch verstärkt.

Von einer Kostenauflegung gemäß § 71 Absatz 1 Markengesetz wird abgesehen.

Winkler

Dr. Fuchs-Wisseemann

Sekretaruk

br/Ko