

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 139/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 395 37 718

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 6. Juni 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dipl.-Ing. Hellebrand sowie der Richter Albert und Viereck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Darstellung

siehe Abb. 1 am Ende

ist für "Leder und Lederimitationen sowie Waren aus Leder, soweit in Klasse 18 enthalten, insbes Damen- und Herrentaschen ...; Schmuckwaren, insbes ...; Bekleidungsstücke, einschließlich Bekleidungsstücke aus Leder, Lederimitationen oder aus Pelz; Sportbekleidung, Sportschuhe, Schuhwaren, Gürtel für Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen, Handschuhe, Schals" als Marke eingetragen worden. Hiergegen hat die Inhaberin der für "Bekleidungsstücke, nämlich Damenoberbekleidungsstücke" eingetragenen Marke 1 038 780 "TWICE" Widerspruch eingelegt.

Die Markeninhaberin hat die Benutzung der Widerspruchsmarke bestritten. Nachdem die Widersprechende verschiedenes Material zur Glaubhaftmachung eingereicht hatte, hat sie lediglich erklärt, daß die Nichtbenutzungseinrede aufrechterhalten werde.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Patentamts hat durch einen Beamten des höheren Dienstes den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen, wobei sie die Frage der Benutzung offengelassen hat. Zur Begründung ist ausgeführt, daß trotz einer möglichen Warengleichheit der Abstand der Vergleichsmarken für ein sicheres Auseinanderhalten ausreiche. Grundsätzlich sei bei einem Markenvergleich vom Gesamteindruck auszugehen. Insoweit seien die Wörter "TWICE" bzw "Twice As Nice" (die die Anmeldemarke prägten) deutlich verschieden, was im einzelnen dargelegt wurde. Der Widersprechenden könne nicht gefolgt werden, wenn sie meine, die Markenwörter "As Nice" seien zu vernachlässigen, weil sie die jüngere Marke nicht prägten. Selbst beschreibende Bestandteile einer Marke dürften beim Zeichenvergleich nicht einfach außer acht gelassen werden. Im vorliegenden Fall bestehe dafür überhaupt keine Veranlassung, weil diese Wortfolge auch optisch (durch einheitliche Schreibweise und Hervorhebung in einem Kästchen) als Einheit aus gleichgewichtigen Elementen erscheine; schon deshalb seien keine Gründe für eine Verkürzung der Marke bzw ein Herausgreifen einzelner Teile erkennbar. Erst recht komme dies nicht in Frage für jemanden, der den Sinngehalt der Wortfolge ("doppelt so nett") erkenne und sie daher auch begrifflich als Einheit werte. Auch die Gefahr assoziativer Verwechslungen bestehe nicht, da der in beiden Marken vorhandene Bestandteil "Twice" in der jüngeren in dem Sinngehalt des Gesamtbegriffes aufgehe, so daß ihm hier keine eigenständige betriebskennzeichnende Funktion beigemessen werde.

Hiergegen hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt. Sie hat zunächst auf die nach ihrer Meinung bestehende Warengleichheit verwiesen. Unter Hinweis auf ihrer Ansicht nach einschlägige Rechtsprechung (BGH GRUR 1996, 404 "Blendax Pep"; 1996, 977 "Drano") trägt sie zum wiederholten Male vor, daß die Worte "As Nice" die Anmeldemarke nicht prägten, weil sie für den Verkehr so etwas wie eine produktbezogene Bezeichnung darstellten. Außerdem handele es sich bei der Widerspruchsmarke "TWICE" um eine sehr bekannte Kennzeichnung, bei deren Auftauchen für den Verkehr ein "sofortiger Wiedererkennungseffekt" eintrete. Im übrigen müsse sie sich auch gegen eine "Markenverwässerung" wehren.

Die Markeninhaberin ist dem entgegengetreten und verweist auf den nach ihrer Ansicht zutreffenden Beschluß des Patentamts. Die von der Widersprechenden genannten Entscheidungen hält sie für nicht einschlägig, da es sich vorliegend um einen ganz anderen Sachverhalt handele. Einen erhöhten Bekanntheitsgrad der Widerspruchsmarke bestreitet sie, desgleichen eine Verwässerungsabsicht ihrerseits, die im Widerspruchsverfahren ohnehin keine Rolle spielen könne.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde mußte in der Sache erfolglos bleiben, da die Vergleichsmarken nicht verwechselbar im Sinne des Markengesetzes (§ 9 Abs 1 Nr 2) sind.

Trotz möglicher Warengleichheit (die Widersprechende hat im Laufe des Verfahrens immer nur die Anmeldewaren der Klasse 25 genannt, ohne allerdings ihren Widerspruch ausdrücklich hierauf zu beschränken) reicht der Abstand der Vergleichsmarken für ein sicheres Auseinanderhalten aus. Bei der Widerspruchsmarke ist höchstens von einer normalen Kennzeichnungskraft auszugehen. Ein erhöhter Bekanntheitsgrad ist von der Widersprechenden zwar be-

hauptet, aber auch nicht ansatzweise belegt worden. Darüber hinaus hat die Markeninhaberin (die überdies die Einrede der Nichtbenutzung weiterhin aufrechterhält) dies ausdrücklich bestritten, so daß bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr nur von einem normalen Schutzzumfang ausgegangen werden kann (vgl auch Althammer/Ströbele, MarkenG, 5. Aufl § 9 Rdn 116).

Die Markenstelle hat die Unterschiede der Vergleichsmarken zutreffend gewürdigt: Die Anmeldemarke erscheint vom Schriftbild, der optischen Aufmachung und - soweit vom Verkehr erkannt - vom Sinngehalt her als Einheit, bei der der Verkehr keine Veranlassung hat, sie auf das erste Wort zu verkürzen. Versteht er die Bedeutung der Wörter nicht, so müssen sie ihm dennoch schon vom äußeren Aussehen und der (einheitlichen) graphischen Gestaltung her als gleichgewichtig erscheinen (vgl zB BGH GRUR 1996, 774 "falke-run"; 777 "Foot-Joy"; Mitt 1996, 285 "Sali Toft"), erkennt er die Aussage ("doppelt so nett"), so wird er die Wortfolge erst recht nicht verkürzen. Für eine mittelbare Verwechslungsgefahr - worauf die Widersprechende wohl mit ihrem Hinweis auf den angeblichen "Wiedererkennungseffekt" abzielt - bestehen ebenfalls keine ausreichenden Anhaltspunkte. In der jüngeren Marke wirkt das Wort "Twice" überhaupt nicht wie ein Serienstammbestandteil, ganz abgesehen davon, daß die Widersprechende ähnlich gebildete Marken (in Art einer Zeichenserie) offenbar nicht besitzt und auch sonst kein Anlaß ersichtlich ist, der ausnahmsweise zur Gefahr assoziativer Verwechslungen führen könnte. Eine mögliche "Verwässerungsgefahr", die im übrigen eine sehr bekannte ältere Marke voraussetzen würde (vgl Althammer/Klaka aaO § 14 Rdn 16) und auch ansonsten andere tatbestandliche Voraussetzungen hätte (vgl MarkenG § 9 Abs 1 Nr 3), kann jedenfalls im patentamtlichen Widerspruchsverfahren nicht berücksichtigt werden (MarkenG § 42 Abs 2 Nr 1).

Die Beschwerde war deshalb zurückzuweisen.

Wegen der Kosten wird auf MarkenG § 71 Abs 1 verwiesen.

Vors. Richter Dipl.-Ing.
Hellebrand kann wg. Ur-
laubs nicht unterschreiben
Albert

Viereck

Albert

Wf

Abb. 1

