

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 29/01

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 39 443

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. November 2001 durch Richter Dr. Albrecht als Vorsitzender, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 14. Juni 1998 für ein umfangreiches Waren- und Dienstleistungsverzeichnis, darunter auch "Tee", angemeldete und am 12. Oktober 1998 eingetragene Wort-Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben aus der am 21. Mai 1985 für

Tee und teeähnliche Erzeugnisse für Genuß und medizinische Zwecke, auch in instantisierter Form

eingetragenen Bildmarke 1 077 289

siehe Abb. 2 am Ende

und aus der am 10. Juli 1985 für

Tee und teeähnliche Erzeugnisse für Genuß und medizinische Zwecke auch in instantisierter Form

eingetragenen Wortbildmarke 1 079 299

siehe Abb. 3 am Ende

und aus der seit 15. März 1998 angemeldeten und seit 16. Juli 1998 für

Tee und teeähnliche Getränke (Kräuter- und Früchtetee) für diätetische und auch medizinische Zwecke, sämtlich auch aromatisiert und/oder vitaminisiert, auch instantisiert und/oder mineralisiert; Tee und teeähnliche Getränke (Kräuter- und Früchtetees) für Genußzwecke, sämtlich auch aromatisiert und/oder vitaminisiert, auch instantisiert und/oder mineralisiert

eingetragenen Wort-Bildmarke 398 12 126

siehe Abb. 4 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Widersprüche zurückgewiesen und zur Begründung ausgeführt, dass sich zwar teilweise identische Waren gegenüberstünden und die Widerspruchsmarken durchschnittlich kennzeichnungskräftig seien. Die zu vergleichenden Marken seien jedoch deutlich unterschiedlich.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie führt aus, dass die Waren medizinische Tees und Tees identisch seien. Die Widerspruchsmarken, insbesondere die Marke 1 077 289, könnten erhöhte Kennzeichnungskraft beanspruchen. Eine Teekanne sei für die Ware Tee nicht beschreibend, da Tee aus Pflanzen hergestellt werde. Deshalb genieße sie von Haus aus normale Kennzeichnungskraft. Durch die hohe Bekanntheit habe sich die Kennzeichnungskraft erhöht, so dass ein extremer Schutzzumfang bestehe. Dieser beziehe sich auf eine bauchige Kanne mit rundem Deckel mit rundem Knopf, einem Ausgießer links und mit einem runden Henkel rechts. Bei der Widerspruchsmarke sei der Begriff "Tee-Tempel" beschreibend, das verwendete Ornament unauffällig. Bildlich bleibe allein die Prägung durch die Teekanne. Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 20. November 2000 aufzuheben und die angefochtene Marke zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er hält eine Teekanne in Zusammenhang mit Tee für beschreibend und damit die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken von Haus aus für gering. Als Besonderheiten der Widerspruchsmarke fielen die Abhebungen und der steil nach oben ragende Ausgießer auf. Nur für diese Besonderheiten sei die Widerspruchsmarke

marke überhaupt schutzfähig. Insbesondere die Widerspruchsmarke 1 077 289 werde auf Verpackungen außen nicht verwendet. Eine Kennzeichnung finde sich nur auf Früchtetee-Beuteln. Eine erhöhte Kennzeichnungskraft für die Widerspruchsmarken ergebe sich nicht. Das vorgelegte Gutachten sei ein Parteigutachten; bei den Fragen seien keine Vergleichszeichen verwendet worden. Im übrigen sei das Gutachten von 1994, und seitdem seien am Markt Änderungen eingetreten. Auch sei zu beachten, dass die Kennzeichnung auf Teebeuteln für den Verbraucher bei der Kaufentscheidung keine Rolle spiele.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren 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 Einzelfalls zu beurteilen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (vgl. BGH MarkenR 2000, 359, 360 – Bayer/BeiChem). Die Waren der angegriffenen Marke sind im Vergleich mit den durch die Widerspruchsmarken geschützten Waren soweit Tees beansprucht werden, teilweise identisch, sonst mehr oder weniger ähnlich und zum Teil nicht ähnlich.

Der Senat geht von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken aus. Die Widerspruchsmarke 1 077 289 besteht aus dem Bild einer stilisierten Teekanne. Ein typisches Serviergefäß enthält beschreibende

Anklänge auf seinen Inhalt. Der Senat geht aber zu Gunsten der Widersprechenden davon aus, dass diese ursprüngliche Kennzeichnungsschwäche durch eine erhöhte Bekanntheit ausgeglichen ist. Eine überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft ist jedoch nicht feststellbar.

Die Widerspruchsmarken 1 079 299 und 398 12 136 bestehen aus einer Teekanne in der Mitte und dem rundherum geführten Schriftzug "AUS DEM HAUSE TEEKANNE". In ihrer Gesamtheit mögen sie überdurchschnittlich kennzeichnungskräftig sein; der Teekannendarstellung allein kommt jedenfalls aus den vorher dargestellten Gründen allenfalls durchschnittliche Kennzeichnungskraft zu.

Selbst den bei dieser Sachlage hinsichtlich der identischen Waren zur Vermeidung von Verwechslungen erforderlichen deutlichen Markenabstand hält die Widerspruchsmarke ein. Bei der Beurteilung der Markenähnlichkeit ist auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen abzustellen. Die angegriffene Marke besteht aus einem Ornament, dem Wortbestandteil "Tee-Tempel" und einer Graphik (Teetasse und Teekanne auf einem Tablett oder Tischchen). Die Widerspruchsmarke 1 077 289 besteht aus der Darstellung einer Teekanne; die Widerspruchsmarken 1 079 299 und 398 12 136 bestehen aus der Darstellung einer Teekanne mit dem rundum geführten Schriftzug aus dem Hause Teekanne. Eine (schrift-)bildliche Ähnlichkeit der Marken scheidet damit aus.

Bei der klanglichen Ähnlichkeit der Marken ist wegen der normalen Kennzeichnungskraft der Wortbestandteile der angegriffenen Marke und bei den Widerspruchsmarken 1 079 299 und 398 12 136 vom Erfahrungssatz auszugehen, dass sich der Verkehr eher an dem Wort als an dem Bildbestandteil orientiert, weil das Kennwort in der Regel die einfachste Form ist, die Ware zu bezeichnen (vgl. BGH GRUR 2000, 506, 509 – ATTACHÉ/TISSERAND). Bei der Bildmarke 1 077 289 ist davon auszugehen, dass der Verkehr das Bild als Teekanne erkennt und es auch mit diesem Wort benennt. Die Wörter "Teetempel" und "Teekanne" (und noch weniger "AUS DEM HAUSE TEEKANNE") verfügen über keine markenregister-

rechtlich relevanten Ähnlichkeiten. Dem Wortbestandteil "Tee" wird der Verkehr, da es sich um die beanspruchte Ware handelt, bei der Benennung der Zeichen kaum eine Bedeutung beimessen; die übrigen Bestandteile "Kanne" und "Tempel" weisen keinerlei Gemeinsamkeiten auf.

Ebenso bestehen keine begrifflichen Ähnlichkeiten zwischen einer Kanne und einem Tempel.

Es besteht auch nicht die Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Allein das Vorhandensein eines übereinstimmenden Elements in beiden Marken reicht nicht zur Annahme einer (mittelbaren) Verwechslungsgefahr aus. Diesem Bestandteil kommt kein Hinweischarakter auf den Inhaber der älteren Marke zu (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl., § 9 Rdn. 213). Eine Teekannendarstellung in der angegriffenen Marke allein reicht hierfür nicht aus. Weder sind die charakteristischen Teekannendarstellungselemente der Widersprechenden, wie die Absetzung des Ausgießers und des Deckels, verwendet, noch ist die Teekanne rund eingefasst. Die Stellung der Kanne - Ausgießer links, der runde Henkel, ein Deckel mit Knopf-Griff - sind keine besonderen Gestaltungselemente, deren Übernahme eine Verwechslungsgefahr begründen könnte. Vielmehr wird man eine Teekanne, regelmäßig im "Profil" darstellen, wobei der Ausgießer entweder links oder rechts erscheint. Die weiteren Elemente sind für Teekannen typisch und nicht für einen einzelnen Anbieter charakteristisch. Auch ist bei der angegriffenen Marke die Teekanne mit einer Tasse über ein Tablett oder Tischchen zu einem Set verbunden, so dass keinerlei Charakteristika festzustellen sind, die auf die Zeichen der Widersprechenden hinweisen.

Damit wirkt die Teekannendarstellung in der angegriffenen Marke auch nicht wie ein Serienbestandteil, der die Marke zu den Marken der Widersprechenden gehörend erscheinen lassen könnte.

Die Auferlegung von Kosten (§ 71 Abs 1 MarkenG) ist nicht veranlasst.

Dr. Albrecht

Klante

Sekretaruk

Fa

Abb. 1



Abb. 2



Abb. 3



Abb. 4

