

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 464/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 397 29 517

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. Februar 2001 durch Richter Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzendem, die Richterin Klante und den Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 26. Juni 1997 für

"Planung und Durchführung von kulturellen und/oder gastronomischen Veranstaltungen, Sport- und sonstigen Freizeitveranstaltungen; Biere; alkoholische Getränke"

angemeldete und am 13. Oktober 1997 eingetragene Wortmarke

HIP - HANNOVER ISST PHANTASTISCH

ist Widerspruch erhoben worden aus der seit 28. April 1971 u.a. für "alkoholfreie Getränke" eingetragenen Bildmarke 880 602



Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die angegriffene Marke hinsichtlich der Waren "Biere; alkoholische Getränke" gelöscht und den Widerspruch im übrigen zurückgewiesen. Diese Zurückweisung hat sie damit begründet, daß die Dienstleistungen der angegriffenen Marke und die Waren der Widerspruchsmarke allenfalls geringe Ähnlichkeiten aufwiesen. Auch bei vorliegend durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke reichten aufgrund des erheblichen Waren- und Dienstleistungsabstandes die ganz geringen Unterschiede der Marken aus, um Verwechslungen zu vermeiden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem (sinngemäßen) Antrag,

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke insgesamt anzuordnen.

Die Markeninhaberin hat im Beschwerdeverfahren keinen Antrag gestellt.

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 ein-

getragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden.

Hier fehlt es bereits an der Ähnlichkeit der jeweils beanspruchten Waren bzw Dienstleistungen. Es stehen sich die Dienstleistungen der "Planung und Durchführung von kulturellen und/oder gastronomischen Veranstaltungen, Sport- und sonstigen Freizeitveranstaltungen" auf seiten der angegriffenen Marke und - am ehesten verwechslungsrelevant - "alkoholfreie Getränke" auf seiten der Widerspruchsmarke gegenüber. Eine Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen kann nur dann angenommen werden, wenn besondere Umstände die Feststellung der Ähnlichkeit nahelegen. Maßgeblich ist dabei in diesem Zusammenhang, ob bei den beteiligten Verkehrskreisen der Eindruck aufkommen kann, Waren und Dienstleistungen unterlägen der Kontrolle des selben Unternehmens, sei es, daß das Dienstleistungsunternehmen sich auch mit der Herstellung bzw dem Betrieb der Waren befaßt, sei es, daß der Warenhersteller oder -vertreiber sich auch auf dem entsprechenden Bereich selbständig gewerblich betätigt (vgl Althammer/ Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 9 Rdn 67). Solche Berührungspunkte sind nicht vorgetragen und konnten auch vom Senat nicht festgestellt werden. Es ist kein Fall bekannt, bei dem ein Freizeitveranstalter sich daneben noch mit dem selbständigen Vertrieb von alkoholfreien Getränken betätigt oder umgekehrt. Es konnte lediglich festgestellt werden, daß etwa der Hauptvertreter im Bereich der "alkoholfreien Getränke", der Konzern Coca-Cola als Sponsor verschiedener Veranstaltungen, nicht jedoch als Veranstalter selbst auftritt. Dies reicht jedoch zur Annahme einer Waren/Dienstleistungsähnlichkeit nicht aus.

Eine Kostenauflegung ist nicht veranlaßt.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Klante

Sekretaruk

Mü/Ko