

# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 172/99

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 397 31 615.1**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. März 2001 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. Juli 1999 aufgehoben.

Die Löschung der Marke 397 31 615.1 wird wegen des Widerspruchs aus der Marke 1 155 072 angeordnet.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Gegen die für die Waren

"Reinigungstücher, nämlich Microfasertücher"

unter der Nummer 397 31 615.1 eingetragene Wort-Bild-Marke

**siehe Abb. 1 am Ende**

ist Widerspruch eingelegt worden aus der Marke 1 155 072

**"microclin",**

die für die Waren

"Wasch- und Bleichmittel, Putz- und Poliermittel, chemische Mittel zum Reinigen von Holz, Metall, Kunststoff, Glas, Gummi, Porzellan, Stein und Textilien"

geschützt ist.

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß zwischen den Waren der Vergleichsmarken keine Ähnlichkeit bestehe. Die Waren "Reinigungstücher, nämlich Microfasertücher" der angegriffenen Marke würden nämlich regelmäßig gerade nicht von Unternehmen der chemischen Grundstoffindustrie, die die Waren der Widerspruchsmarke produzierten, hergestellt. Dies gelte besonders, wenn – wie im vorliegenden Fall – diese Reinigungstücher keine chemischen Reinigungssubstanzen enthielten. Abgesehen von den gleichen Vertriebsstätten und dem gleichen Einsatzzweck wiesen damit die Vergleichswaren keine engen Berührungspunkte auf.

Gegen diese Entscheidung hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt. Die Waren "Reinigungstücher, nämlich Microfasertücher" seien insbesondere den "Putz-, Poliermitteln" der Widerspruchsmarke ähnlich. Die Produkte richteten sich an die gleichen Verbraucherkreise und unterschieden sich nicht nach Anwendungsweise und Zweckbestimmung. Vertriebswege und Verkaufsstätten seien identisch. Wegen der hochgradigen Ähnlichkeit der Vergleichswaren seien an den zeichenrechtlichen Abstand hohe Anforderungen zu stellen, denen die jüngere Marke nicht genüge. Die Vergleichszeichen stimmten in dem Wort "microclin" bzw

"microclean" klanglich und schriftbildlich überein. Die jüngere Marke werde von dem Wort "microclean" geprägt, da das Wort "Mikrofasertuch" lediglich beschreibend sei und optisch in den Hintergrund trete.

Die Widersprechende beantragt,

den angegriffenen Beschluß der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. Juli 1999 aufzuheben.

Der Markeninhaber hat sich zur Beschwerde nicht geäußert.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Zwischen der angegriffenen jüngeren Marke 397 31 615.1 und der Widerspruchsmarke 1 155 072 besteht die Gefahr einer markenrechtlichen Verwechslung gemäß § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr zweier Kennzeichnungen ist nicht nur die Ähnlichkeit der zu beurteilenden Marken zu bewerten. Vielmehr ist auch die Ähnlichkeit der Waren sowie die Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu berücksichtigen, wobei zwischen diesen Faktoren eine Wechselwirkung besteht, so daß ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Zeichen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH GRUR 2000, 506, 508 - ATTACHÉ/TISSERAND; BIPMZ 1999, 112, 114 - LIBERO mwN). Die miteinander zu vergleichenden Waren sind jedoch entgegen der Markenstelle ähnlich.

Die Waren "Wasch- und Bleichmittel, Putz- und Poliermittel, chemische Mittel zum Reinigen von Holz, Metall, Kunststoff, Glas, Gummi, Porzellan, Stein und Textilien" der Widerspruchsmarke einerseits und die Waren "Reinigungstücher, nämlich

Microfasertücher" der jüngeren Marke andererseits wurden zwar nach der Rechtsprechung zum Warenzeichengesetz regelmäßig als nicht gleichartig erachtet (vgl Richter, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 11. Aufl, S 272 reSp, S 273 liSp). Diese zur Warengleichartigkeit des Warenzeichengesetzes ergangenen Entscheidungen können jedoch nicht ohne weiteres unter den Begriff der Warenähnlichkeit subsumiert werden. Vielmehr ist es erforderlich, den Begriff der Ähnlichkeit auch bezüglich der Waren im Hinblick auf die Verwechslungsgefahr auszulegen. Dies hat der Bundesgerichtshof in Folge der sog "CANON"-Entscheidung des EuGH (GRUR 1998, 922) wiederholt entschieden und vor allem in den Entscheidungen LIBERO (BIPMZ 1999, 112 ff) und TIFFANY (BIPMZ 1999, 191) mehrfach ausgeführt. Danach sind bei der Beurteilung der Warenähnlichkeit alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren kennzeichnen; hierzu gehören insbesondere die Art der Waren, ihr Verwendungszweck und ihre Nutzung sowie ihre Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Waren; dabei kann auch die Ergänzung der Waren untereinander bei der Verwendung als ein nicht völlig zu vernachlässigender Gesichtspunkt gesehen werden (BGH aaO - LIBERO). Davon ausgehend ist die Ähnlichkeit der vorgenannten Waren zu bejahen. Zwar sind Putz- und Poliermittel einerseits und Reinigungstücher andererseits aus unterschiedlichen Materialien und dürften deshalb regelmäßig auch von unterschiedlichen Herstellern produziert werden. Die Vertriebswege und -orte stimmen aber ebenso wie Verwendungszweck und Nutzung überein. Hinzu kommt, daß die Reinigungstücher und die Putz- und Poliermittel einander ergänzen, denn in der Regel wird das eine nur zusammen mit dem anderen gebraucht. Diejenigen modernen Mikrofasertücher, die wegen ihrer dichten und saugfähigen Faserstruktur auch die Putz- und Poliermittel ersetzen, weil sie allein mit Wasser ihre Reinigungsaufgabe erfüllen, sind den Putz- und Poliermitteln in ihrer Zielsetzung gleich.

Allerdings ist der Grad der Ähnlichkeit der Vergleichswaren nicht allzu hoch. Hier nämlich ist zu berücksichtigen, daß die Vergleichswaren in unterschiedlichen Produktionsstätten hergestellt werden und eine unterschiedliche stoffliche Beschaf-

fenheit haben. Wegen der mangels anderer Anhaltspunkte mittleren Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sind insgesamt nicht allzu strenge Anforderungen an den von der jüngeren Marke einzuhaltenden Abstand zu stellen. Diesen wird sie aber nicht gerecht.

Zwar sind die Vergleichszeichen in ihrer Gesamtheit wegen ihrer markanten Unterschiede nicht verwechselbar. Bei der angegriffenen Marke handelt es sich nämlich um eine kombinierte Wort-Bild-Marke, der die Widerspruchsmarke als reine Wortmarke gegenübersteht (BGH GRUR 1996, 198 - Springende Raubkatze; EuGH GRUR Int. 1998, 56 - Springende Raubkatze II).

Der in der jüngeren Marke für eine mögliche Verwechslungsgefahr in Betracht kommende Zeichenteil "microclean" besitzt jedoch eine den Gesamteindruck der jüngeren Marke prägende und damit selbständig kollisionsbegründende Wirkung. Als prägend wird ein Bestandteil im allgemeinen erachtet, wenn er im Verhältnis zu den weiteren Zeichenbestandteilen eine selbständig kennzeichnende Stellung einnimmt und der Verkehr den weiteren Markenbestandteilen daneben keinen besonderen Hinweis auf die Betriebsstätte der mit dem Gesamtzeichen versehenen Waren entnimmt (BGH WRP 2000, 173 - RAUSCH/ELFI RAUCH; Mitt 1996, 285 - Sali Toft; GRUR 1989, 264 - REYNOLDS R1/EREINTZ). Bei dem Wort "Microfasertuch" handelt es sich aber um eine beschreibende Angabe, nämlich den eindeutigen Hinweis auf die Zusammensetzung des beanspruchten Reinigungstuches aus sog "Mikrofasern" (vgl Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 2000, S 872; Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl, 1999, S 2584). Damit ist prägender und für eine Kollision in Betracht kommender Bestandteil der jüngeren Marke das Wort "microclean".

Das Wort "microclean" jedoch, das in der Regel wie "mikroclin" gesprochen wird, und die Widerspruchsmarke "microclin" sind klanglich identisch und damit verwechselbar.

Gründe dafür, einer der Beteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs 1 MarkenG), sind nicht ersichtlich.

Kraft

Reker

Eder

prä

**Abb. 1**

