

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 174/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 24 061

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. Oktober 2002 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die Eintragung der Marke 397 24 061

siehe Abb. 1 am Ende

für die Dienstleistungen

"Veranstaltung von Reisen; sportliche und kulturelle Aktivitäten;
Beherbergung von Gästen"

ist Widerspruch erhoben worden aus der prioritätsälteren Gemeinschaftsmarke 000081083

siehe Abb. 2 am Ende

die für die Waren und Dienstleistungen

- "16 Druckereierzeugnisse, insbesondere Prospekte, Kataloge, Broschüren und Bücher betreffend Reise und Touristik
- 39 Reisebüro; Veranstaltung und Organisation von Reisen; Personentransport
- 42 Verpflegung; Beherbergung von Gästen; Hotels, Gasthäuser und Restaurants; Vermittlung von Ferienwohnungen (Vermietung)"

beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt eingetragen worden ist.

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat wegen des Widerspruchs die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet. Zur Begründung hat sie ausgeführt, zwischen den Marken bestehe eine klangliche Verwechslungsgefahr i.S.d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, weil sie in klanglicher Hinsicht jeweils durch das Wort "FROSCH" geprägt würden und die beiderseitigen Waren teilweise identisch und im übrigen ähnlich seien. Die Dienstleistungen "Veranstaltung von Reisen; Beherbergung von Gästen" würden mit beiden Marken beansprucht. Die mit der angegriffenen Marke weiterhin beanspruchte Dienstleistung "sportliche und kulturelle Aktivitäten" sei den mit der Widerspruchsmarke beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 39 und 42 ähnlich, weil Unternehmen der Tourismusbranche, beispielsweise im Rahmen von Club-Urlauben, nicht nur die Reise sowie Unterkunft und Verpflegung anböten, sondern zu ihrem Leistungsumfang zugleich auch sportliche und kulturelle Betätigungsmöglichkeiten

gehörten. Wie groß die Ähnlichkeit der Dienstleistungen konkret sei, brauche nicht entschieden zu werden, weil angesichts der klanglichen Identität der Vergleichsmarken bereits eine entfernte Ähnlichkeit der Dienstleistungen ausreiche, um die Gefahr von Verwechslungen zu begründen. Der klangliche Gesamteindruck der angegriffenen Marke werde durch das mit der Widerspruchsmarke identische Wort "FROSCH" geprägt, da sich die Bildbestandteile weniger zur Benennung einer Marke eignen und das weitere, in der angegriffenen Marke enthaltene Wort "Sportreisen" eine rein dienstleistungsbeschreibende Angabe sei, der der Verkehr keine die Marke mitprägende Bedeutung zumesse.

Hiergegen wendet sich die Inhaberin der angegriffenen Marke mit der Beschwerde. Sie macht geltend, dass die Widerspruchsmarke wegen einer Fusion der Widersprechenden mit einem britischen Touristikkonzern schon seit geraumer Zeit nicht mehr benutzt werde und es schon deshalb nicht mehr zu Kollisionen der Marken im Verkehr kommen könne.

Demgegenüber macht die Widersprechende geltend, dass sie nicht umfirmiert habe, sondern lediglich Geschäftsanteile ihrer Firma an ein britisches Touristikunternehmen veräußert habe. Sie werde die Widerspruchsmarke jedoch auch in Zukunft weiter verwenden.

II

Die zulässige Beschwerde der Markeninhaberin ist unbegründet.

Soweit die Markeninhaberin die Benutzung der Widerspruchsmarke in Abrede stellt, kann sie mit diesem Vorbringen auch dann, wenn es als Nichtbenutzungseinrede i.S.d. § 43 Abs. 1 MarkenG gewertet wird, keinen Erfolg haben, weil die Widerspruchsmarke erst am 29. Oktober 1998 in das Markenregister eingetragen

worden ist und somit gemäß § 43 Abs. 1 S. 1 MarkenG noch nicht dem Benutzungszwang unterliegt.

Zwischen den beiderseitigen Marken besteht zumindest in klanglicher Hinsicht die Gefahr von Verwechslungen i.S.d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG. Auch wenn sie sich in ihrer Gesamtheit hinreichend unterscheiden, weisen sie doch in ihrem maßgeblichen Gesamteindruck (BGH GRUR 1996, 198, 199 – Springende Raubkatze) eine erhebliche Ähnlichkeit auf. Wie die Markenstelle insoweit zutreffend festgestellt hat, wird der klangliche Gesamteindruck der angegriffenen Marke durch das in ihr enthaltene Wort "FROSCH" geprägt, weil der weitere Begriff "Sportreisen" einerseits nur eine Bezeichnung der offerierten Reisen darstellt und andererseits auch größtmäßig so stark hinter dem Wort "FROSCH" zurückbleibt, dass ihn der Verkehr bei einer wörtlichen Benennung der Marke vernachlässigen wird. Auch die in der angegriffenen Marke enthaltene Abbildung eines Frosches kann die klangliche Ähnlichkeit der Marken nicht entscheidungserheblich reduzieren, weil davon ausgegangen werden muss, dass dieser Bildbestandteil selbst dann, wenn er zur Benennung der angegriffenen Marke mit herangezogen werden sollte, ebenfalls nur mit dem Wort "Frosch" wiedergegeben würde. Da beide Marken zudem für identische bzw überdurchschnittlich ähnliche Dienstleistungen bestimmt sind und keine Umstände vorgetragen oder ersichtlich sind, die auf eine Schwächung der Widerspruchsmarke hindeuten könnten, konnte die Beschwerde der Markeninhaberin keinen Erfolg haben.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen gemäß § 71 Abs. 1 S. 1 MarkenG bestand keine Veranlassung.

Kraft

Eder

Reker

Bb

Abb. 1



Abb. 2

