



BUNDESPATEENTGERICHT

32 W (pat) 193/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
5. Februar 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 55 776.4

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 5. Februar 2003 durch den Richter Sekretaruk als Vorsitzenden, Richterin Sredl und Richterin Bayer

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 3. April 2002 aufgehoben.

Die Marke 398 55 776 wird gelöscht.

Gründe

I.

Gegen die für

"aus Kunststoff, Steingut, Porzellan, Metall, Holz, Glas, bestehende sanitäre Anlagen, wasserführende Armaturen; Bade- und Duschwannen; Möbel, insbes. Badezimmer- und Schwimmbadeinrichtungen sowie Trennwände; Behälter für Haushalt und Küche, insbes. für das Bad, nicht aus Edelmetall oder plattiert und soweit in Klasse 21 enthalten"

am 29. September 1998 angemeldete und am 21. Juni 1999 eingetragene Wortmarke

ORTEGA

ist Widerspruch erhoben aus der für

Beleuchtungs-, Heizungs-, Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen; Baumaterialien, insbesondere Fliesenbeläge und Kacheln für Bauzwecke (nicht aus Metall); Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke; Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall); Denkmäler (nicht aus Metall); Möbel, Spiegel, Rahmen; Waren, soweit in Klasse 20 enthalten, aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Horn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt, Bernstein, Perlmutter, Meerscham und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen, insbesondere Badeanlagen und -einrichtungen; Armaturen und Ausstattungsteile, soweit in Klasse 21 enthalten, insbesondere Handtuchhalter, Badetuchhalter, Papierhalter, Gläser und Glashalter, Seifenschalen; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Stahlspäne; Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit in Klasse 21 enthalten

am 5. Juni 1998 angemeldeten und seit 20. August 1998 eingetragenen Kollektiv-Wortmarke

ARTEGA.

Die Markenstelle für Klasse 7 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass die Anfangsbuchstaben verschieden und auch die

unterschiedlichen Vokale an exponierter Stelle stünden. Dies reiche für die Unterscheidung der Marken in klanglicher als auch in bildlicher Hinsicht.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie sieht eine schriftbildliche und klangliche Ähnlichkeit der Marken mit der Gefahr von Verwechslungen und beantragt,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er ist der Auffassung, dass sich die Marken ohne weiteres gut unterscheiden, zumal der Verbraucher den Begriff ORTEGA als Weinsorte oder einen spanischen Schriftsteller kenne, was der Gefahr von Verwechslungen entgegenwirke.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet; die angegriffene Marke ist wegen des Widerspruchs zu löschen.

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 Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles vorzunehmen. Dabei besteht

eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH, GRUR 2002, 626, 627 - IMS). Die Waren sind teilweise identisch und teilweise hochgradig ähnlich. Soweit die angegriffene Marke aus Kunststoff, Porzellan, Metall, Holz, Glas bestehende sanitäre Anlagen, wasserführende Armaturen, Möbel, insbesondere Badezimmer- und Schwimmbadeinrichtungen sowie Trennwände und Behälter für Haushalt und Küche beansprucht, finden sich die Waren identisch im Verzeichnis der Widerspruchsmarke. Die Bade- und Duschwannen der angegriffenen Marke haben im Verzeichnis der Widerspruchsmarke keine direkte Entsprechung. Sie sind jedoch mit sanitären Anlagen zumindest hochgradig ähnlich, da gerichtsbekannt alle großen Hersteller sanitäre Anlagen und Bade- und Duschwannen in ihrem Sortiment haben, die teilweise aus den gleichen Werkstoffen bestehen, über denselben Fachhandel bzw. dieselben Fachabteilungen der Baumärkte und Kaufhäuser vertrieben werden und bei der Ausstattung eines Bades zusammen verwendet werden.

Die Widerspruchsmarke ist - mangels entgegenstehender Anhaltspunkte - durchschnittlich kennzeichnungskräftig.

Die Marken sind schriftbildlich ähnlich, wenn man sie mit üblichen kleinen Druckbuchstaben schreibt. Bei dieser Schreibweise sind die unterschiedlichen Buchstaben "A" und "O" sehr ähnlich. Die Wortlänge und die Ober- und Unterlängen der beiden Markenworte sind identisch, so dass die Gefahr von Verwechslungen nicht ausgeschlossen werden kann.

Auch in klanglicher Hinsicht kommen sich die Marken zu nahe. Die Abweichung am Wortanfang in den Vokalen O bzw. A fällt im Vergleich zu der Übereinstim-

mung in den weiteren Lauten zu gering aus, was auf die klangliche Verwandtschaft dieser Vokale zurückzuführen ist. Insoweit käme ein eventuell von den Verbrauchern erkannter Sinngehalt nicht mehr zum Tragen, weil die Wörter insgesamt verwechselt werden können.

Für eine Auferlegung von Kosten (§ 73 Abs 1 MarkenG) besteht kein Anlass.

Sekretaruk

Sredl

Bayer

br/Fa