



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 20/01

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
14. Mai 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 395 29 219

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. Mai 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 32 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 24. Oktober 2000 und vom 14. Januar 1999 aufgehoben.

Die angegriffene Marke ist wegen des Widerspruchs aus der Marke 805 906 zu löschen.

Gründe:

I.

Gegen die für die Waren

"Alkoholische Getränke (ausgenommen Bier), insbesondere Wein, Spirituosen; Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken"

unter der Nummer 395 29 219 eingetragene Wort-Bild-Marke

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben worden aus der Marke 805 906

SCHLOSS HERRENCHIEMSEE,

die für die Waren

"Weine, Schaumweine und Spirituosen"

eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 32 hat diesen Widerspruch zurückgewiesen; denn die Widersprechende habe die (zulässigerweise bestrittene) Benutzung der Widerspruchsmarke nicht glaubhaft gemacht. Insbesondere für den Zeitraum von fünf Jahren vor der Entscheidung über den Widerspruch fehle es an einer ausreichenden Darlegung konkreter Umsatzzahlen.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit der Beschwerde. Sie legt weitere Benutzungsunterlagen für die Zeit bis einschließlich 2000 vor. Wegen der an Identität grenzenden Übereinstimmung der Vergleichszeichen sowie der Identität bzw

Ähnlichkeit der gegenüberstehenden Waren sei eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

Die Widersprechende beantragt, die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die Inhaberin der jüngeren Marke beantragt, die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält die Einrede der mangelnden ernsthaften Benutzung aufrecht, ohne sich zu Einzelheiten zu äußern.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Zwischen der jüngeren Marke und der Widerspruchsmarke besteht jedenfalls die Gefahr begrifflicher Verwechslungen im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Widersprechende hat die Benutzung der Widerspruchsmarke glaubhaft gemacht. Damit war bei der Beurteilung der Waren auf seiten der Widerspruchsmarke von "Schaumwein" auszugehen. Die hierfür von der Widersprechenden vorgelegten Unterlagen belegen nämlich eine Benutzung ihrer Marke für die Zeiträume des § 43 Abs 1 Satz 1 MarkenG und des § 43 Abs 1 Satz 2 MarkenG in hinreichendem Umfang. Bezüglich des nach § 43 Abs 1 Satz 1 MarkenG maßgeblichen Zeitraums vom 20. April 1991 bis 20. April 1996 liegen eine eidesstattliche Versicherung, Weinpreislisten, Rechnungskopien und Etiketten vor. Diese Unterlagen sind ergänzt worden durch eine weitere eidesstattliche Versicherung. Danach ergibt sich die Art der Benutzung aus den eingereichten Etiketten. Die dort bezeichnete Weinvertriebsgesellschaft ist eine mit der Widersprechenden wirtschaftlich verbundene Firma, deren Benutzung der Widersprechenden zurechenbar ist (§ 26 Abs 2 MarkenG). Daß das Wort "SCHLOSS" auf den Etiketten in der

Regel kleiner als das Wort "HERRENCHIEMSEE" gehalten wurde, berührt den kennzeichnenden Charakter nicht. Auch die geltend gemachte Höhe der Umsätze läßt an der Ernsthaftigkeit der Benutzung nicht zweifeln. Zwar sind die vorgetragenen Umsätze nicht hoch, geben aber keinerlei Anlaß zu der Annahme einer bloßen Scheinhandlung. Dies gilt um so mehr, als die Benutzung für einen fortlaufenden Zeitraum dargetan wurde. Als Benutzungsunterlagen für den nach § 43 Abs 1 Satz 2 MarkenG maßgeblichen Zeitraum von Mai 1998 bis Mai 2003 liegen eine eidesstattliche Versicherung, Etiketten, Preislisten, Rechnungskopien und Umsatzangaben vor. Mit diesen Angaben sind Art, Umfang und Dauer einer ernsthaften Benutzung auch für diesen Zeitraum glaubhaft dargetan. Daß die vorgelegten Unterlagen nicht den gesamten Zeitraum ausfüllen, ist unschädlich, denn maßgeblich für die Annahme einer rechtserheblichen Benutzungshandlung ist - zusammen mit dem Umfang der Benutzung - lediglich der Beleg einer wirtschaftlich sinnvollen Markenverwendung.

Die miteinander zu vergleichenden Waren "Schaumwein" der Widerspruchsmarke und die Waren der angegriffenen, jüngeren Marke befinden sich in einem mittleren bis teilweise etwas entfernteren Abstand (vgl auch Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 12. Aufl, S 290 miSp). Dieser Umstand erfordert bei weiterer Berücksichtigung der von Haus aus normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in jeder maßgeblichen Richtung einen mittleren bis deutlichen Abstand der Marken, um eine Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG verneinen zu können. Diesen Abstand hält die angegriffene Marke nicht ein, weil die Marken jedenfalls in ihrem Begriffsgehalt füreinander gehalten werden können.

Eine begriffliche Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn Wortmarken ihrem Sinn nach vollständig oder doch im wesentlichen übereinstimmen (BGH Mitt 1968, 196 - Jägerfürst/Jägermeister), also Synonyme darstellen (vgl Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl, § 9 Rdnr 215), oder bei Wort- und Bildmarken der Verkehr den Wortbegriff im Bild wiederfindet und beim Anblick des Bildes an das Wort erinnert

wird oder umgekehrt (vgl Ströbele/Hacker, aaO, § 9 Rdnr 245). Dabei entsprechen einander im vorliegenden Fall die Wörter "Herrenchiemsee", die übereinstimmend in beiden Zeichen enthalten sind. Das in der Widerspruchsmarke zusätzlich enthaltene Wort "SCHLOSS" findet in den Wortbestandteilen der angegriffenen Marke zwar keine Entsprechung, der größtmäßig jedoch deutliche Bildbestandteil dieser Marke stellt ebendieses Schloß dar und läßt zusammen mit dem darübergeschriebenen Wort "Herrenchiemsee" insgesamt auch kein anderes Verständnis zu. Unabhängig also von der Überlegung, daß bereits maßgebliche Verkehrskreise nicht trennen werden zwischen den Begriffen "Herrenchiemsee" in der jüngeren Marke und "SCHLOSS HERRENCHIEMSEE" der Widerspruchsmarke, entsprechen die beiden Zeichen einander in den maßgeblichen Wort- bzw Bildbestandteilen und geben insgesamt ein- und denselben Begriffsgehalt wieder.

Damit mußte die Beschwerde der Widersprechenden zum Erfolg führen.

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

Albert

Reker

Eder

Fa

Abb. 1

