



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 60/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

gegen

...

betreffend die Marke 300 13 596

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Richter Schwarz am 30. März 2004

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden 2 wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. Januar 2003 aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Gemeinschaftsmarke 698720 zurückgewiesen worden ist.
2. Die Löschung der Marke 300 13 596 wird aufgrund des Widerspruchs aus der Gemeinschaftsmarke 698720 angeordnet.
3. Das Verfahren hinsichtlich des Widerspruchs aus der Gemeinschaftsmarke 1098375 wird für zur Zeit gegenstandslos erklärt.

Gründe

I.

Gegen die farbige Eintragung (rot, schwarz, weiß) der Wort-Bildmarke
300 13 596

siehe Abb. 1 am Ende

für die Waren

„Leder und Lederimitationen sowie alle Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten, insbesondere Taschen, Koffer, Börsen, Brieftaschen, Schreibmappen, Taschenkalender und Kleinlederwaren aller Art; Bekleidung, Kopfbedeckungen und Schuhe, soweit in Klasse 25 enthalten, Spiel- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten“

ist Widerspruch erhoben worden aus

1. der u.a. für

„18: Lederwaren, nämlich Koffer, Reisetaschen, Brieftaschen und Schlüsseltaschen mit Autoabbildungen oder Bootsabbildungen; Regenschirme und Sonnenschirme als Produkte zur Verkaufsförderung von Kraftfahrzeugen und Booten; 25: Baseballmützen; Reisebekleidung, nämlich Jacken für Autofahrer; Bekleidung für Rennbootfahrer und Sport-Bootschiffe; Bootsschuhe; 28: Modellautos, Modellboote“

eingetragenen Gemeinschaftsmarke 1098375

siehe Abb. 2 am Ende

2. der Gemeinschaftsmarke 698720

Red Bull

eingetragen u.a. für die Waren

„18: Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten), insbesondere Taschen und andere, nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepaßte Behältnisse sowie Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen, Handtaschen, Aktentaschen, Einkaufstaschen, Schulranzen, Packsäcke, Umhängeriemen (Schulterriemen); Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Reisenecessaires (Lederwaren); Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen,

Pferdegeschirre und Sattlerwaren; 25: Bekleidungsstücke, Schuwaren, Kopfbedeckungen; 28: Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten)“.

Die Markenstelle für Klasse 18 hat beide Widersprüche zurückgewiesen. Hinsichtlich der Gemeinschaftsmarke 698 720 hat sie ausgeführt, dass trotz der hohen Anforderungen, die wegen der Identität oder engsten Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren an den Abstand der Marken zu stellen seien, keine Verwechslungsgefahr bestehe, denn der Gesamteindruck der jüngeren Marke werde durch den Wortbestandteil „REDBULLS“ nicht geprägt. Ungeachtet der beschreibenden Bedeutung des Wortteils „BAG“ wirke die Wortbildung „REDBULLSBAG“ als einheitlicher Gesamtbegriff, den der Verkehr nicht in seine Einzelemente aufgliedern und auf „REDBULLS“ verkürzen werde. Einen weiteren Unterschied zur Widerspruchsmarke wiese die jüngere Marke auch aufgrund ihrer grafischen Gestaltung auf. Da der Wortteil „REDBULLS“ in der jüngeren Marke nicht eigenständig hervortrete und damit keine selbständige betriebliche Kennzeichnungsfunktion besitze, bestehe auch keine Gefahr mittelbarer Verwechslungen mit der älteren Marke.

Die Gefahr von Verwechslungen der angegriffenen Marke mit der Gemeinschaftsmarke 1 098 375 hat die Markenstelle verneint, weil die in beiden Marken enthaltenen Stierdarstellungen in ihrer bildlichen Gestaltung deutlich voneinander abwichen. Dies werde dem Verkehr auch nicht entgehen, weil die Verwendung von Tiermotiven zur gängigen Werbepaxis gehöre und er daher gewöhnt sei, auf Unterschiede genauer zu achten. Im übrigen werde sich der Verkehr bei der aus Wort- und Bildbestandteil kombinierten angegriffenen Marke in der Regel an dem Wort orientieren und die Marke danach benennen. Da dieses nicht die ungezwungene erschöpfende Benennung des Bildmotivs der Widerspruchsmarke sei, bestehe auch keine begriffliche Verwechslungsgefahr. Eine assoziative Verwechslungsgefahr wegen der Verwendung desselben Bildmotivs sei zu verneinen, weil

die Stierdarstellung der jüngeren Marke nicht wie eine Serienfortsetzung oder Modernisierung der älteren Bildmarke wirke.

Gegen den Beschluss wenden sich beide Widersprechende mit der Beschwerde und dem Antrag, den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die Widersprechende 2 hat zur Begründung vorgetragen, dass der Wortbestandteil der angegriffenen Marke vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher ohne weiteres im Sinne von „Redbull's Tasche“ gesehen werde, wobei er in „REDBULL“ das allein kennzeichnende Element sehe. Daran könne auch die Auffassung der Markenstelle, „REDBULLSBAG“ sei ein Gesamtbegriff, nichts ändern, denn es führe kein Weg daran vorbei, dass dieser ebenfalls nur „Taschen des Roten Bullen“ bedeute. Selbst wenn eine unmittelbare Verwechslungsgefahr zu verneinen sein sollte, bestehe jedenfalls die Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht würden, denn die ältere Marke sei identisch in der jüngeren Marke enthalten, lediglich ergänzt um den Gattungsbegriff „BAG“. Der Verkehr sehe in der angegriffenen Marke daher eine zur Kennzeichnung einer bestimmten Warenart dienende Abwandlung des kennzeichnenden Stammworts „REDBULL“.

Der Inhaber der angegriffenen Marke beantragt die kostenpflichtige Zurückweisung der Beschwerde. Er ist der Ansicht, dass der Bildbestandteil gleichrangig neben dem Wortbestandteil stehe und mit diesem eine Einheit bilde. Er dürfe bei der Beurteilung des Gesamteindrucks daher nicht vernachlässigt werden. Außerdem sei „REDBULLSBAG“ eine Wortneuschöpfung, die vom Verkehr nicht in ihre Einzelteile zerlegt werde. Die theoretisierenden Ausführungen der Beschwerdeführerin hätten nichts mit der tatsächlichen Wahrnehmung der angegriffenen Marke durch den flüchtigen Durchschnittsverbraucher zu tun. Es treffe auch nicht zu, das „REDBULLS“ eine Genitivform sei, denn diese werde mit einem Apostroph vor

dem „S“ gebildet. In ihrer Gesamtheit seien die Marken daher so verschieden, dass eine Gefahr von Verwechslungen nicht bestehe.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden 2 ist zulässig und begründet, denn zwischen der angegriffenen Marke und der Gemeinschaftsmarke 698720 besteht die Gefahr von Verwechslungen gemäß §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

In Anbetracht der Identität der durch die Marken erfassten Waren und der normalen Kennzeichnungskraft der älteren Marke, die aus dem originellen und sich leicht und nachhaltig einprägenden Begriff „Red Bull“ besteht, bedarf es nach ständiger Rechtsprechung (vgl. BGH GRUR 2003, 1044, 1045 – Kelly – m.w.Nachw) in Wechselbeziehung dazu eines großen Abstands der Marken, um die Gefahr auszuschließen, dass das Publikum glauben könnte, die damit gekennzeichneten Waren stammten aus demselben oder gegebenenfalls wirtschaftlich oder organisatorisch verbundenen Unternehmen (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 924, tz. 29, 30 – Canon).

Dieser Abstand ist hier nicht gewahrt. Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr der Marken in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht mag zwar zu verneinen sein, einerseits wegen des zusätzlichen Bildbestandteils in der jüngeren Marke und andererseits wegen der Schreibweise von „REDBULLSBAG“ als einheitliches Wort, die der mündlichen Benennung der angegriffenen Marke allein mit „REDBULLS“ trotz des glatt beschreibenden Charakters des Wortteils „BAG“ möglicherweise entgegensteht.

Auf jeden Fall ist aber damit zu rechnen, dass ein beachtlicher Teil des Verkehrs die Marken im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 Halbs. 2 MarkenG gedanklich miteinander in Verbindung bringt. Diese Art der Verwechslungsgefahr kommt in Betracht, wenn der Verkehr die Unterschiede der Marken zwar erkennt, aber wegen Über-

einstimmungen in einzelnen Bestandteilen oder aus anderen Gründen auf die Ursprungsidentität der mit den Marken gekennzeichneten Waren schließt oder zumindest annimmt, es bestünden wirtschaftliche oder organisatorische Verbindungen zwischen den Herstellern oder Anbietern (vgl. EuGH aaO – Canon). Im vorliegenden Fall ist die Widerspruchsmarke „Red Bull“ in dem Wortbestandteil „REDBULLSBAG“ praktisch identisch enthalten, lediglich ergänzt um den englischen Gattungsbegriff „BAG“ für „Tasche“. Auch wenn nicht jeder flüchtige Betrachter den Sinngehalt dieser relativ langen Wortkombination erfassen mag, wird doch ein erheblicher Teil der angesprochenen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher, von denen bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr auszugehen ist (vgl. EuGH GRUR Int. 1999, 734, 736 Tz. 26 – Lloyd; BGH GRUR 2000, 506, 508 – ATTACHÉ/TISSERAND; 2001, 158, 160 – Drei-Streifen-Kennzeichnung), bei der Betrachtung von „REDBULLSBAG“ ohne weiteres erkennen, dass es sich um die Kombination des Phantasiebegriffs „REDBULL“ mit dem zum einfachsten englischen Grundwortschatz gehörenden Wort „BAG“ handelt, wobei das dem Bestandteil „REDBULLS“ angefügte „S“ den nächstliegenden Gedanken einer Genitivform hervorruft im Sinne von „REDBULLS Tasche“ bzw. „Tasche von REDBULL“.

Das Fehlen des bei der Genitivbildung üblichen Apostrophs steht dieser Annahme nicht entgegen. Bei der akustischen Wahrnehmung fällt es ohnehin nicht auf und auch der Leser wird das Apostroph wegen der einheitlichen Schreibweise von „REDBULLSBAG“ kaum vermissen. Im übrigen tritt der mit der Widerspruchsmarke „Red Bull“ begrifflich übereinstimmende und schriftbildlich wesensgleiche Wortteil „REDBULL“ in der Kombination „REDBULLSBAG“ derart dominierend hervor, dass der Verkehr ganz unabhängig von dem zusätzlichen „S“ selbstverständlich annehmen wird, es handele sich um das Stammzeichen der Widersprechenden, ergänzt durch den Begriff „Tasche“ zur Kennzeichnung der von ihr vertriebenen Lederwaren und sonstigen Artikel. Diese gedankliche Verbindung liegt umso näher, als es sich bei „Red Bull“ um den Firmennamen der Widersprechenden handelt, der durch das von ihr umfangreich vertriebene gleichnamige Ener-

giegetränk große Bekanntheit erlangt hat (vgl dazu LG Frankfurt LRE 39, 205 ff). Der Zuordnung der angegriffenen Marke zu dem Unternehmen der Inhaberin der Marke „Red Bull“ steht auch der Bildbestandteil nicht entgegen, weil dieser den Sinngehalt des Wortteils „REDBULL“ farblich und bildlich wiedergibt und daher nur den Eindruck einer üblichen werbemäßigen Hervorhebung erweckt.

Nach alledem war die Löschung der angegriffenen Marke in vollem Umfang anzuordnen. Damit ist das Verfahren hinsichtlich des Widerspruchs aus der weiteren Gemeinschaftsmarke 1098375 derzeit gegenstandslos (vgl Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 70 Rdn 8). Es wird weitergeführt, wenn die Löschanordnung aufgrund der Marke 698720 nicht rechtskräftig wird.

Für eine Abweichung von dem Grundsatz, dass jeder Verfahrensbeteiligte seine Kosten selbst trägt (§ 71 Abs. 1 MarkenG), sind keine Gründe ersichtlich.

Dr. Schermer

Schwarz

Dr. van Raden

Na

Abb. 1

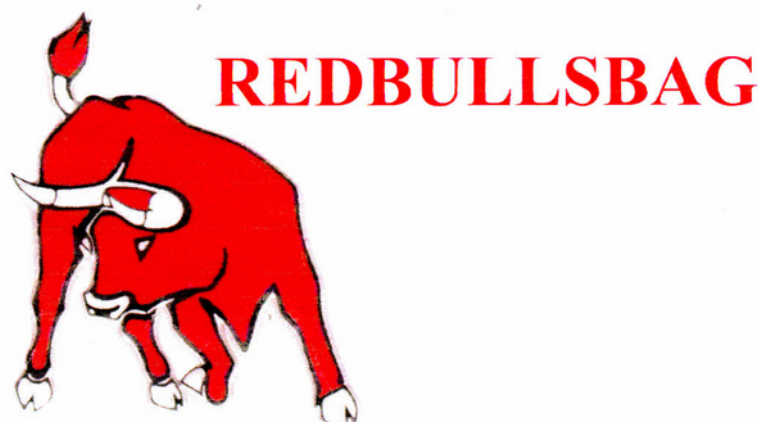


Abb. 2

