



# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 240/04

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 302 37 755**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 9. November 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 24. Juni 2004 aufgehoben.

Wegen des Widerspruchs aus der Marke 300 09 606 wird die Löschung der angegriffenen Marke 302 37 755 angeordnet.

## **Gründe**

### **I.**

In das Markenregister eingetragen wurde unter der Rollenummer 302 37 755 die Marke

### **LIDER**

als Kennzeichnung für die Waren „Rind- und Lammfleisch; Hähnchen- und Putenfleisch“.

Die Inhaberin der rangälteren Marke 300 09 606

### **LIDL**

hat dagegen Widerspruch erhoben. Diese Marke ist unter anderem für „Fleisch, Geflügel“ eingetragen.

Die Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts hat eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Zwar seien die Waren identisch und wirtschaftlich nahe stehend und die Widerspruchsmarke besitze als bekannte Marke eine erhöhte Kennzeichnungskraft, der Abstand der beiden Marken sei aber in klanglicher und schriftbildlicher Hinsicht ausreichend.

Die Widersprechende hat hiergegen Beschwerde eingelegt, denn nach ihrer Ansicht fällt beim Vergleich der Marken insbesondere deren Übereinstimmung in der ersten Silbe ins Gewicht. Demgegenüber seien die Abweichungen in den Worten, die ohnehin weniger beachtet würden, eher untergeordnet. Bei einem erhöhten Schutzzumfang der Widerspruchsmarke müsse dies zur Verwechslungsgefahr führen.

Der Markeninhaber hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss sowie auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig (§ 66 Abs 1 und Abs 2 MarkenG) und hat in der Sache Erfolg, denn zwischen den Marken besteht Verwechslungsgefahr iSv § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Rechtsfrage, ob eine Verwechslungsgefahr vorliegt, ist unter Berücksichtigung des Einzelfalls nach Abwägung insbesondere der Faktoren Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen, Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und Ähnlichkeit der Marken zu entscheiden (ständige Rechtsprechung zB EuGH MarkenR 1999, 20 - Canon; BGH MarkenR 2004, 478 - CompuNet/ComNet II). Diese Faktoren stehen zueinander in Wechselwirkung, so dass ein geringerer

Grad eines der Faktoren ausgeglichen werden kann durch den höheren Grad eines anderen Merkmals.

Im Streitfall zeigt der Vergleich der beiden Marken LIDER und LIDL eine völlige Übereinstimmung in der am Wortanfang stehenden und auch betonten Lautfolge „LID“. Die Abweichung an den Wortenden ER und L ist dann lautlich kaum mehr wahrnehmbar, wenn die Widerspruchsmarke LIDL wie „Liedel“ ausgesprochen wird, was in einem entscheidungserheblichen Umfang nicht ausgeschlossen werden kann. Zudem handelt es sich jeweils um Phantasieworte, so dass der Verbraucher keinerlei Bedeutungsanklang hat, der ihm eine bestimmte Aussprache nahe legt oder eine Merkhilfe bietet. Aus der Erinnerung heraus wird ihm ein sicheres Auseinanderhalten der Marken wegen deren klanglicher Nähe nicht mehr möglich sein. Wegen der Warenidentität und der Klangähnlichkeit tangiert die jüngere Marke deshalb den Schutzbereich der Widerspruchsmarke.

Für die Entscheidung kann deshalb dahinstehen, ob dieser Schutzbereich erweitert ist, weil es sich bei der Widerspruchsmarke um den Namen eines der führenden Discount-Handelsunternehmen handelt. Voraussetzung hierfür wäre, dass der Verbraucher die Marke nicht nur als Unternehmenskennzeichen sieht, sondern darüber hinaus zumindest auch als Herkunftshinweis für die hier in Frage stehenden Produkte, wofür nach dem bisherigen Sachvortrag keine Anhaltspunkte bestehen (vgl. BGH v. 21. Juli 2005, AZ: I ZR 293/02 - OTTO).

Damit hat die Beschwerde Erfolg.

Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst, § 71 Abs 1 Satz 2 Markengesetz.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Ju