



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 13/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
2. März 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 300 78 052

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. März 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. November 2003 und vom 1. August 2002 dahingehend geändert, dass die angegriffene Marke wegen des Widerspruchs aus der Marke 397 02 216 für die Waren "alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)" zu löschen ist.

G r ü n d e

I.

Gegen die Eintragung der Marke 300 78 052

Country Club

für verschiedene Waren und Dienstleistungen, darunter (Klasse 33) "alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)" ist Widerspruch erhoben worden aus der Marke 397 022 16

COUNTRY LODGE

die für "alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)" geschützt ist.

Die Markenstelle hat den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die beiderseitigen Waren seien zwar teilweise identisch. Obwohl der Widerspruchsmarke eine normale Kennzeichnungskraft zukomme, halte die angegriffene Marke den erforderlichen überdurchschnittlichen Abstand ein. In ihrer Gesamtheit seien die beiden Wortmarken offensichtlich hinreichend klanglich und schriftbildlich verschieden. Auch inhaltlich wiesen die Gesamtmarken keine hinreichende Ähnlichkeit auf, denn es handele sich jeweils nicht um geläufige Gesamtbegriffe. Während für die jüngere Marke ein Verständnis im Sinne von "ländlicher Klub" oder "ländliches Klubhaus" naheliege, werde der inländische Verkehr der Widerspruchsmarke die Bedeutungen "ländliche Hütte, ländliches Ferienhotel, ländliche Ferienanlage" beimessen, so dass die Vergleichszeichen in jedem Fall deutlich verschiedene Sinngehalte vermittelten. Eine etwaige Prägung der Zeichen durch den gemeinsamen Bestandteil "Country" komme nicht in Betracht, weil er jeweils mit den weiteren Wortbestandteilen eine erkennbare begriffliche Einheit bilde. Eine gedankliche Verbindung scheide mangels einer entsprechenden Zeichenserie der Widersprechenden oder sonstiger Hinweise ebenfalls aus.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit der Erklärung, dass ihr Widerspruch nur die Waren der Klasse 33 betreffe. Sie verweist auf die insoweit bestehende Warenidentität sowie auf die normale Kennzeichnungskraft ihrer Widerspruchsmarke, die einen überdurchschnittlichen Zeichenabstand erforderten, den die angegriffene Marke jedoch nicht einhalte. Ihrer Ansicht nach wird der angesprochene Verkehr den beiden Marken die Bedeutungen "Haus auf dem Lande" und "Unterkunft auf dem Lande" beimessen. Damit ähnelten sich die Sinngehalte der beiden Marken so sehr, dass sie vom Verkehr nicht hinreichend unterschieden werden könnten. Jedenfalls sei eine assoziative Verwechslungsgefahr anzunehmen, zumal die Zeichen in den nicht beschreibenden Anfangsbestandteilen (Country) übereinstimmten und es sich um Waren des täglichen Bedarfs handele. Sie beantragt, die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und die angegriffene Marke in entsprechendem Umfang zu löschen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke stellt den Antrag, die Beschwerde zurückzuweisen. Ihrer Ansicht nach sind die englischen Begriffe "Club" und "Lodge" keine Synonyme, weshalb eine unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr ausscheide. Ebenso wenig bestehe eine mittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr, weil sich im vorliegenden Fall wegen der erforderlichen Übersetzungsvorgänge die gedankliche Verbindung nicht aufdränge.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist begründet, soweit sich ihr Widerspruch gegen die Waren der Klasse 33 "alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)" richtet, denn insoweit besteht die Gefahr, dass die sich gegenüberstehenden Kennzeichnungen iSd § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden.

Die Gefahr markenrechtlich erheblicher Verwechslungen ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (EuGH GRUR 1998, 387 – Sabèl/Puma). Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (EuGH GRUR 1998, 922 – Canon).

Bei der Beurteilung der Warenähnlichkeit ist im vorliegenden Fall von Warenidentität auszugehen, denn die jüngere Marke ist für Waren eingetragen, für die die Widerspruchsmarke geschützt ist ("alkoholische Getränke"). Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist mangels entgegenstehender Anhaltspunkte als durchschnittlich anzunehmen. Die danach an den Abstand der sich gegenüberstehenden Kennzeichnungen zu stellenden überdurchschnittlichen Anforderungen werden hinsichtlich der identischen Waren von der angegriffenen Marke nicht gewahrt.

In ihrer Gesamtheit unterscheiden sich die Vergleichsmarken "Country Club" und "COUNTRY LODGE" klanglich und schriftbildlich offensichtlich deutlich. Ob möglicherweise unmittelbare begriffliche Verwechslungen der beiden fremdsprachigen Kennzeichnungen zu befürchten sind und ob etwa eine Prägung beider Marken durch den übereinstimmenden Bestandteil "Country" in Betracht kommt, kann dahinstehen, weil jedenfalls in Bezug auf die identischen Waren eine mittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr besteht.

Hiervon ist auszugehen, wenn trotz der erkannten begrifflichen Unterschiede wegen einer Ähnlichkeit der Sinngehalte und einer einander entsprechenden Markenbildung auf eine Zusammengehörigkeit iSv Serienmarken geschlossen werden kann. Dies gilt insbesondere bei Marken, die denselben charakteristischen Aufbau aufweisen, wobei sich die gedankliche Verbindung aufdrängen muß (vgl. BPatGE 35, 212

– QUEEN'S CLUB/QUEEN'S GARDEN; Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdnr 497 mwN).

Die Marken "Country Club" und "COUNTRY LODGE" zeigen einen übereinstimmenden Zeichenaufbau und Sinngehalt insoweit, als ein "Club" mit einer "Lodge" in Verbindung gebracht werden kann, denn beide Begriffe stehen auch für (Club-)Häuser, Unterkünfte oder (Ferien-)Resorts. Beide Kennzeichen haben darüber hinaus ein englischsprachiges Flair und den gemeinsamen Bestandteil "Country". Es kommt hinzu, dass es sich bei den jeweiligen ländlichen Unterkünften um Lokalitäten handelt, in denen alkoholische Getränke konsumiert werden, die als Artikel des täglichen Bedarfs zudem häufig ohne besondere Aufmerksamkeit gekauft werden.

Da die Widersprechende ihren Widerspruch in der mündlichen Verhandlung auf die Waren der Klasse 33 einschränkt hat, erübrigt sich eine Erörterung der Frage, inwieweit eine Verwechslungsgefahr hinsichtlich der übrigen Waren besteht, für die die jüngere Marke eingetragen ist.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs. 1 MarkenG) bestand kein Anlaß.

Albert

Eder

Kraft

Hu