



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 24/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 304 11 180

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. November 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Der Widersprechende hat gegen die Eintragung der am 28. Februar 2004 angemeldeten, für „Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; CDs, CD-ROMs, DVDs, Computerprogramme, Computersoftware; Bekleidungsstücke, Merchandisingartikel in Form von Kopfbedeckungen, Baseballcappies, T-Shirts, Trikotkleidung, Westen; Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Filmproduktion; Fotografieren; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Herausgabe von Texten; Musikdarbietungen (Orchester); online angebotene Spieldienstleistungen; Sportveranstaltungen, Veranstaltungen von sportlichen Wettkämpfen, Veranstaltung von Unterhaltungsshows, Produktion von Shows, Rundfunkunterhaltung, Platzreservierungen für Unterhaltungsveranstaltungen“ geschützten Marke Nr. 304 11 180

Street Nationals

Widerspruch eingelegt aus seiner am 7. Oktober 2003 angemeldeten und seit 28. Januar 2004 für „Druckereierzeugnisse, nämlich Bücher, Zeitungen, Zeit-

schriften, Magazine, Plakate, Poster, Bilder; Organisation und Durchführung von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und gewerbliche Zwecke; Organisation und Durchführung von Ausstellungen und Veranstaltungen für kulturelle und sportliche Zwecke sowie Unterhaltungs- und Unterrichtszwecke“ eingetragenen Marke Nr. 303 50 914



Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 21. Dezember 2005 den Widerspruch zurückgewiesen, weil die Unterschiede zwischen den Marken trotz teilweise identisch beanspruchter Waren zum Ausschluss einer Verwechslungsgefahr ausreichen. Die jüngere Marke werde nicht allein durch den Bestandteil „Street“ geprägt, weil es sich bei der Wortkombination „Street Nationals“ um einen Gesamtbegriff handele. Dies gelte selbst dann, wenn man der Ansicht des Widersprechenden folge, derzufolge der Bestandteil „Nationals“ die - lexikalisch nicht nachweisbare - Bedeutung „Ausstellung, Veranstaltung“ habe, denn dann komme der Wortfolge in der angegriffenen Marke die Bedeutung „Straßenveranstaltung“ zu, aus welcher der Verkehr keine Veranlassung habe, das Wort „Street“ herauszuheben. Auch die Gefahr eines gedanklichen Inverbindungbringens bestehe nicht, denn der Widersprechende habe nicht dargelegt, dass er eine mit der angegriffenen Marke vergleichbare Markenserie besitze.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Widersprechenden. Er hält schon auf der Grundlage der THOMSON LIFE-Entscheidung des EuGH eine Verwechslungsgefahr für gegeben. Ungeachtet dessen werde die jüngere Marke allein von dem übereinstimmenden Bestandteil „Street“ geprägt, weil mit dem Begriff „Nationals“ auf eine landesweite Veranstaltung im Gegensatz zu einer nur

lokalen hingewiesen werde; damit komme diesem beschreibenden Bestandteil keine kennzeichnende Funktion zu.

Der Widersprechende beantragt,

den Beschluss des DPMA aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke zu beschließen.

Der Markeninhaber beantragt sinngemäß,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er hält eine Verwechslungsgefahr für ausgeschlossen, weil der Gesamteindruck beider Zeichen verschieden sei. Die jüngere Marke werde dabei nicht allein von dem Bestandteil „Street“ geprägt; auch treffe es nicht zu, dass aus der THOMSON LIFE-Entscheidung des EuGH etwas Anderes folge.

II

A. Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, den Widerspruch wegen mangelnder Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd/Loints), wobei ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen größeren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl.

EuGH GRUR 1998, 387, 389 Tz. 23 f. - Sabèl/Puma; EuGH GRUR 1998, 922, 923 Tz. 16 f. - Canon; BGH GRUR 1999, 241, 243), sind die Unterschiede zwischen den beiden Marken trotz teilweiser Warenidentität und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ausreichend, eine Verwechslungsgefahr auszuschließen.

1. Von ihrem Gesamteindruck, auf den bei der Beurteilung der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr unabhängig vom Prioritätsalter der sich gegenüberstehenden Zeichen grundsätzlich abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042, 1044 [Rz. 28] - THOMSON LIFE; GRUR 1998, 397, 390 Tz. 23 - Sabèl/Puma; BGH GRUR 2000, 233 f. - Rausch/Elfi Rauch), unterscheiden sich beide Zeichen sowohl schriftbildlich als auch klanglich und begrifflich ohne Weiteres durch den in der Widerspruchsmarke nicht enthaltenen Zusatz „Nationals“.

2. Eine Verwechslungsgefahr kann auch nicht daraus hergeleitet werden, dass der Begriff „Street“ den durch die angegriffene Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägt (vgl. EuGH, a. a. O. [Rz. 29] - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2006, 60 [Tz. 17] - coccodrillo; WRP 2006, 1227, 1230 [Tz. 18] - MALTESERKREUZ). Selbst wenn der Verkehr den Bestandteil „Nationals“ nämlich nur in dem vom Widersprechenden behaupteten Sinn verstünde, ergäbe sich der Gesamtbegriff „Straßenveranstaltung“, aus dem der Verkehr keine Veranlassung hat, dem Bestandteil „Street“ eine größere Beachtung zu schenken. Dem steht nicht entgegen, dass der Gesamtbegriff in dieser Bedeutung möglicherweise für die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 41 beschreibend sein kann, denn bei beschreibender Bedeutung aller Markenbestandteile scheidet eine Prägung der Marke nur durch einen (beschreibenden) Bestandteil als Grundlage einer Verwechslungsgefahr von Vornherein aus (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl. 2006, § 9 Rn. 276 m. w. N.).

Sofern der Verkehr die Bedeutung des Bestandteils „Nationals“ nicht kennt, ist der Gesamteindruck der Marke für ihn ohne Weiteres durch beide Bestandteile gleichgewichtig geprägt.

3. Entgegen der Auffassung der Widersprechenden ergibt sich eine Verwechslungsgefahr auch nicht aus der THOMSON LIFE-Entscheidung des EuGH (GRUR 2005, 1042; vgl. im Anschluss hieran auch BGH GRUR 2006, 859 - MALTESERKREUZ). Zwar hat dieser hierin festgestellt, dass eine Verwechslungsgefahr bestehen kann, wenn ein Zeichen aus der Aneinanderreihung (vgl. EuGH a. a. O. [Rz. 34] - THOMSON LIFE) einer älteren Marke und einer bekannten Marke oder einem Handelsnamen zusammengesetzt wird und die übernommene ältere Marke in der komplexen Zeichen eine selbständige kennzeichnende Stellung behält (vgl. EuGH a. a. O. [Rz. 30 und 34] - THOMSON LIFE). Wie sich aus der Formulierung der Entscheidungsgründe („jenseits des Normalfalls“) ergibt, handelt es sich hierbei aber um Ausnahmefälle, die einer Verallgemeinerung unzugänglich sind (so bereits 27 W (pat) 60/05 - Drillisch ALPHATEL/ALCATEL, Beschluss vom 6. Juli 2006, noch nicht veröffentlicht). Zudem ist jedenfalls bei Vorliegen eines Gesamtbegriffs keine Verwechslungsgefahr gegeben. Hier verbinden sich „street“ und „nationals“ zu einem einheitlichen Begriff, wie dies die Verbraucher aus anderen Kombinationen (streetworker, street football etc.) gewöhnt sind. Auch wenn sie bei „street nationals“ keine konkrete Bedeutung erkennen, werden sie diese doch vermuten und „street nationals“ nicht so aufgliedern, dass „streets“ eine selbständig kennzeichnende Stellung erhält.

4. Zutreffend hat die Markenstelle auch festgestellt, dass eine Verwechslungsgefahr aus dem Gesichtspunkt eines gedanklichen Inverbindungbringens (§ 9 Abs. 1 Nr. 2 a. E. MarkenG) ausscheidet. Hiergegen hat der Widersprechende in seiner Beschwerdebeurteilung auch keine Einwendungen erhoben, so dass es weiterer Ausführungen hierzu nicht bedarf.

5. Da die Markenstelle den Widerspruch des Widersprechenden somit zu Recht zurückgewiesen hat, war der hiergegen gerichteten Beschwerde der Erfolg zu versagen.

B. Da Gründe für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen nach § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG weder vorgetragen noch anderweitig ersichtlich sind, hat es dabei zu verbleiben, dass beide Beteiligte ihre jeweiligen außergerichtlichen Kosten selbst zu tragen haben (§ 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG).

gez.

Unterschriften