



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 46/11

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 307 20 103

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. Juni 2012 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde der Inhaberin des angegriffenen Zeichens wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die am 23. März 2007 angemeldete und am 7. September 2007 u. a. für die Waren

„18: Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke;

25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

eingetragene farbige (orange, türkis) Wort-/Bildmarke 307 20 103



hat die Widersprechende aus ihrer am 4. Juli 2005 angemeldeten und am 3. Juli 2006 u. a. für die Waren

„18: Leder und Lederimitationen; Rucksäcke, Einkaufstaschen; Einkaufstaschen mit Rollen, Rucksäcke für Bergsteiger; Campingtaschen; Strandtaschen; Schultaschen, Schulranzen; Handtaschen, Abendtaschen, Sporttaschen, ausgenommen solche mit spezieller Zweckbestimmung, Reisetaschen, Dokumentenmappen, Beutel, Brieftaschen, Taschen für Kreditkarten, Geldbörsen, Schulranzen, Reise- und Handkoffer; Regen- und Sonnenschirme; Hundeleinen, Peitschen;

25: Bekleidungsstücke, insbesondere Wäsche, Unterwäsche, Hemden, T-Shirts, Sweatshirts, Blusen, Pullover, Freizeithosen, Röcke, Kleider, Bermuda-Shorts, Shorts, Socken, Strümpfe, Strumpfhosen, Gürtel, Krawatten, Stolen und Halstücher, Jacken, Mäntel, Anoraks, Regenmäntel, Parkas, Gürtel; Schuhwaren, Pantoffeln, Hausschuhe, Stiefel; Kopfbedeckungen, insbesondere Hüte, Mützen und Baskenmützen“

eingetragenen Gemeinschaftsmarke 004 525 788

COMPLICES

Widerspruch eingelegt. Der Widerspruch richtet sich gegen alle vorgenannten Waren des angegriffenen Zeichens der Klassen 18 und 25.

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch zwei Beschlüsse vom 22. Mai 2009 und vom 16. März 2011, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, dem Widerspruch stattgegeben und die Löschung des jüngeren Zeichens angeordnet, weil die Marken klanglich und begrifflich verwechselbar seien. Dabei ist die Erinnerungsprüferin von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ausgegangen. Für die von der Markeninhaberin im Erinnerungsverfahren geltend gemachte geringe Kennzeichnungskraft sei nichts ersichtlich, da der Begriff „COMPLICES“, französisch für „Komplizen“, für die hier in Frage stehenden Waren nicht beschreibend sei.

Klanglich unterschieden sich die Marken einzig durch den bestimmten Artikel „die“ der angegriffenen Marke, der häufig weggelassen werde, und das Wortende. Das Publikum, das des Französischen kaum mächtig sei, werde die Widerspruchsmarke möglicherweise „Komplizes“ aussprechen, so dass sich nur die letzten Buchstaben unterschieden, was leicht überhört werden könne.

Es liege ferner eine begriffliche Verwechslungsgefahr vor, da „Komplizen“ (auch mit dem bestimmten Artikel „die“) und „COMPLICES“ aus dem Französischen eine identische Bedeutung hätten. Selbst wer die französische Sprache nicht beherrsche, dem erschließe sich aufgrund der Ähnlichkeit die Bedeutung des Wortes.

Die von der Inhaberin des angegriffenen Zeichens zitierte Entscheidung „il Padrone/Il Portone“ habe insoweit anders gelegen, als dort beide Marken über den bestimmten Artikel verfügten. Bei der im vorliegenden Fall angegriffenen Marke werde dieser nicht unbedingt stets mitgesprochen und trage somit nicht zur Unterscheidbarkeit bei.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Inhaberin des angegriffenen Zeichens, die die Marken weder visuell noch phonetisch oder begrifflich für verwechselbar hält. Visuell unterschieden sie sich durch ihren gänzlich verschiedenen Gesamteindruck. Bei französischer Aussprache unterschieden sich die Marken durch ihren unterschiedlichen Klang am Wortende. Während die Widerspruchsmarke am Ende vergleichbar mit dem deutschen „ß“ ausgesprochen werde, laute die Schlussilbe des angegriffenen Zeichens „zen“. Auch bei einer deutschen Aussprache der Widerspruchsmarke als „KOMPLIKES“ bestehe ein gravierender phonetischer Unterschied. Hinzu komme der Artikel „die“ in dem jüngeren Zeichen, der nicht zu vernachlässigen sei.

Begrifflich scheitere eine Verwechslungsgefahr an fehlenden französischen Sprachkenntnissen der von dem jüngeren Zeichen angesprochenen Kreise, bei denen es sich um Kinder und Jugendliche handle. Wie sich aus einer Umfrage des Allensbach-Instituts ergebe, könnten nur 18 % der deutschen Bevölkerung Französisch gut sprechen und verstehen. Außerdem gehe der französische Einfluss in Deutschland immer mehr zurück.

Selbst wenn man aber annehmen würde, dass allen angesprochenen Verbrauchern die Übersetzung von „COMPLICES“ in „Komplizen“ gelingen würde, so bedeute dies nicht, dass die Verbraucher allein aufgrund dieser Tatsache bei der Begegnung mit dem angegriffenen Zeichen irrtümlich annehmen würden, es handle sich dabei um die Widerspruchsmarke. Vielmehr spreche gerade die Tatsache, dass die beiden Markenwörter erkennbar unterschiedlichen Sprachen angehörten, gegen eine mittelbare begriffliche Verwechslung der Marken, wie sich

aus einer Entscheidung des 26. Senats vom 18. Oktober 2007 in dem Verfahren 26 W (pat) 310/03 - LA POSTE/POST/Post/Deutsche Post ergebe.

Die Inhaberin des angegriffenen Zeichens beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Mai 2009 und vom 16. März 2011 aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die in Frankreich ansässige Widersprechende hat im Beschwerdeverfahren keinen Antrag gestellt und sich zur Sache nicht geäußert.

II.

Die zulässige Beschwerde hat keinen Erfolg. Der Senat teilt die Auffassung der Markenstelle, dass zwischen den beiden Marken gemäß § 42 Abs. 2, § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 125b Nr. 1 MarkenG Verwechslungsgefahr besteht.

1. Da die Beteiligten keinen Antrag auf mündliche Verhandlung gestellt haben und diese nach Wertung des Senats auch nicht geboten ist, kann im schriftlichen Verfahren entschieden werden. Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG) ohne jede zeitliche Bindung.

Das Gebot des rechtlichen Gehörs verlangt lediglich, den Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben und ihre eigene Auffassung zu den entsprechenden Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerdebegründung vom Juni 2011 datiert, bestand hierzu ausreichend Gelegenheit.

2. Die Eintragung einer Marke ist auf den Widerspruch aus einer prioritätsälteren Marke nach § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zu löschen, wenn unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalls zwischen beiden Zeichen wegen Zeichenidentität oder -ähnlichkeit unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der älteren Marke die Gefahr von Verwechslungen, einschließlich der Gefahr, dass die Marken miteinander gedanklich in Verbindung gebracht werden, besteht. Dabei ist von einer Wechselwirkung in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH GRUR 2010, 883 - Malteserkreuz II; EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE).

3. Nach diesen Grundsätzen hat die Markenstelle zutreffend die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken angenommen.

a) Die angegriffenen Waren des jüngeren Zeichens in den Klassen 18 und 25 sind mit den zugunsten der Widerspruchsmarke in diesen Klassen eingetragenen Waren teilweise identisch und im Übrigen hochgradig ähnlich.

b) Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist mangels entgegenstehender Anhaltspunkte durchschnittlich.

c) Den danach erforderlichen weiten Abstand halten die jeweils als Wort-/Bildmarken angemeldeten Zeichen schriftbildlich bereits durch ihre jeweils unterschiedliche graphische Ausgestaltung ein.

Ob der klangliche Abstand insbesondere wegen des Artikels „die“, aber auch wegen der phonetischen Unterschiede von „Komplizen“ und „COMPLICES“ ausreichend ist, kann dahingestellt bleiben. Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit kollidierender Marken kann der Artikel „die“ nicht ganz vernachlässigt werden (vgl. BGH GRUR 2005, 326, 327 - il Padrone/Il Portone in Bezug auf den bestimmten

Artikel „il“ der italienischen Sprache). Die Unterschiede des Wortes „Komplizen“ zu der Widerspruchsmarke „COMPLICES“ sind bei einer französischen Aussprache der Widerspruchsmarke als „com-pliß“ zwar deutlich, aber eine deutsche Aussprache der Widerspruchsmarke als „Komplizes“ muss ebenfalls berücksichtigt werden.

Kein ausreichender Abstand besteht zwischen den Vergleichsmarken jedenfalls in begrifflicher Hinsicht. Das französische Wort „COMPLICES“ ist nämlich der Plural des deutschen Wortes „Komplize“ und bedeutet demnach „Komplizen“. Begrifflich sind die Marken daher hochgradig ähnlich.

Daran ändert es auch nichts, dass es sich bei der Widerspruchsmarke um ein französisches Wort und bei dem jüngeren Zeichen um zwei deutsche Wörter handelt. Dass beide Marken erkennbar unterschiedlichen Sprachen angehören, spricht entgegen der vom 26. Senat in einer Entscheidung vom 18. Oktober 2007 (BPatG 26 W (pat) 310/03, Rn. 62 - LA POSTE/POST/Post/Deutsche Post) vertretenen Auffassung nicht gegen eine unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr, da ein identischer Sinngehalt in unterschiedlichen Sprachen ausgedrückt werden kann.

Die Anforderungen an eine begriffliche Ähnlichkeit werden zwar verstärkt, wenn ein deutsches Wort mit einem fremdsprachigen Begriff zu vergleichen ist. Da Verwechslungen hier lediglich nach einem Übersetzungsvorgang möglich sind, kommen sie in der Regel nur bei den dem angesprochenen Publikum geläufigen Ausdrücken gängiger Fremdsprachen in Betracht (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rn. 256). Dies ist bei dem französischen Wort „COMPLICES“ der Fall, da es zum Grundwortschatz der französischen Sprache gehört und dem deutschen Wort „Komplizen“ so ähnlich ist, dass es sogar Verbraucher ohne Französischkenntnisse verstehen.

Entgegen der Auffassung der Markeninhaberin scheidet eine begriffliche Verwechslungsgefahr auch nicht an fehlenden Sprachkenntnissen der relevanten Kreise. Hierbei ist nicht, wie die Markeninhaberin meint, auf das Sprachverständnis von Kindern und Jugendlichen abzustellen, da sich die Widerspruchsmarke an den Durchschnittsverbraucher richtet. Abgesehen davon, dass Französisch zu den Weltsprachen gehört und in Deutschland an den Gymnasien regelmäßig als zweite Fremdsprache angeboten wird, ist das französische Wort „COMPLICES“ hier weiten Teilen des inländischen Publikums auch wegen seiner Ähnlichkeit mit dem deutschen Wort „Komplize“ verständlich.

Ausgehend von teilweiser Warenidentität und im Übrigen hochgradiger -ähnlichkeit, durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und einer hochgradigen begrifflichen Markenähnlichkeit besteht zwischen den Zeichen daher eine Verwechslungsgefahr.

4. Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeit besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Br/Cl