



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 515/16

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2012 043 168

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 2. März 2016 durch die Vorsitzende Richterin Klante, den Richter Hermann und die Richterin kraft Auftrags Seyfarth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der für die Waren

Klasse 14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte und damit plattierte Waren, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Uhren

Klasse 18: Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, Reise- und Handkoffer

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

am 7. August 2012 angemeldet und am 8. November 2012 eingetragenen



Wort-/Bildmarke 30 2012 043 168

ist am 14. März 2013 aus den jeweils für die Waren

Klasse 09: Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente

Klasse 14: Uhren und Zeitmessinstrumente; Uhrenarmbänder; Uhrenzubehör, soweit dies nicht in anderen Klassen enthalten ist; Uhrenarmbänder, Uhrenetuis sowie Uhrenzubehör aus Leder; Uhrenetuis, sowie Uhrenzubehör aus Lederimitaten

eingetragenen Wortmarken

306 77 163 **STRELA** (eingetragen am 6. März 2007,
veröffentlicht am 5. April 2007)

und

EM 008 843 641 **STRELA** (eingetragen am 26. Juni 2010,
veröffentlicht in 2010)

Widerspruch erhoben worden.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 14, hat mit Beschluss vom 17. Januar 2014 - beiden Beteiligten zugestellt am 27. Januar 2014 - die angegriffene Marke für die Waren

Klasse 14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte und damit plattierte Waren, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Uhren

gelöscht und die Widersprüche im Übrigen zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, im Umfang der Löschung bestehe zwischen den Vergleichszeichen eine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr.


Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken sei als durchschnittlich zu beurteilen. Bei der Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit sei von der Registerlage auszugehen, zwischen den beiderseitigen Waren bestehe teilweise Identität, die für sich betrachtet in den entsprechenden Bereichen einen deutlichen Abstand der Marken erfordere, um die Gefahr von Verwechslungen ausschließen zu können. Die angegriffenen Waren „Uhren“ seien identisch mit den wortidentischen Widerspruchswaren, im Übrigen bestehe zwischen den Waren der Klasse 14 mittlere und engere Ähnlichkeit. Bei der Beurteilung der Markenähnlichkeit sei der jeweilige Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Marken zu berücksichtigen. Nach den einschlägigen rechtlichen Beurteilungsgrundsätzen sei im vorliegenden Fall eine die markenrechtliche Verwechslungsgefahr begründende Ähnlichkeit der beiderseitigen Marken nicht zu verneinen.

Eine zur Verwechslungsgefahr führende unmittelbare Ähnlichkeit in begrifflicher wie schriftbildlicher Hinsicht sei zwar zwischen den Wortmarken „STRELA“ und



dem als Wortbildzeichen ausgestalteten jüngeren Zeichen auszuschließen. In schriftbildlicher Hinsicht spreche schon die Eigenschaft der angegriffenen Marke als Wortbildzeichen gegen eine Ähnlichkeit. Auch begrifflich reiche der Abstand des überwiegend als Phantasiewort aufgefassten „STRELA“ zum jüngeren Kombinationszeichen aus, um ein hinreichend sicheres Auseinanderhalten zu gewährleisten, was auch gelte, wenn die jüngere Marke mit ihrem Wortelement „(S)tela“ aufgefasst und erinnert werden sollte. Allerdings bestehe eine nicht nur geringe phonetische Ähnlichkeit der Vergleichszeichen. Bei mündlicher Wiedergabe der jüngeren Marke ergebe sich das Klangbild „tela“ bzw. - bei genauerer Betrachtung - „Stela“. Durch die besondere Farbgebung des am Zei-



chenanfang befindlichen Zeichenbestandteils  liege es nicht fern, hierin den Buchstaben „S“ zu erkennen und in Verbindung mit dem deutlich erkennbaren „tela“ zum Wort „Stela“ zu ergänzen, welches sprachlich dem durch die Bildelemente „Stern(e)“ versinnbildlichten Wort „stella“ sehr nah komme. Sowohl „tela“ als auch „Stela“ wiesen in klanglicher Hinsicht Ähnlichkeiten zur den widersprechenden Wortmarken „STRELA“ auf. Die Klangfolge der jeweils zweisilbigen Vergleichszeichen werde vorliegend insbesondere durch die identische Abfolge der Vokale „E - A“ geprägt, die im Übrigen durch den ebenfalls identischen Konsonanten „L“ verbunden seien. Zudem wiesen beide Marken in ihren Wortanfängen die hart ausgesprochenen Konsonanten „T“ auf, wobei die Unterschiede durch das vorangestellte „S“ und den eher klangschwachen Rachenlaut „R“ in „STRELA“ hier eine Ähnlichkeit zum Wort „tela“ bzw. „Stela“ nicht entscheidungserheblich minderten.

Es sei daher eine Verwechslungsgefahr in Hinblick auf die mit den Widerspruchswaren „Uhren und Zeitmessinstrumente; Uhrenarmbänder“ identischen bzw. hochgradig ähnlichen jüngeren Waren „Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte und damit plattierte Waren, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Uhren“ festzustellen und insoweit die Löschung des angegriffenen Zeichens anzuordnen.

Hiergegen richtet sich die am 24. Februar 2014 erhobene Beschwerde des Inhabers des angegriffenen Zeichens, der schon aufgrund der grafischen Gestaltung die Zeichen für ausreichend beabstandet hält. Jedenfalls würden die Wortbestandteile tela und strela nicht verwechselt. Er beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 14, vom 17. Januar 2014 aufzuheben, soweit die Marke gelöscht worden sei und den Widerspruch auch insoweit zurückzuweisen.

Demgegenüber beantragt der Widersprechende,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er verteidigt den angefochtenen Beschluss und verweist auf den Umstand, dass der Beschwerdeführerin seine Marke ursprünglich selbst zutreffend mit Stela bezeichnet habe, da die Grafik als ein S zu lesen sei.

II.

Da kein Antrag auf Anberaumung einer mündlichen Verhandlung vorliegt und der Senat eine mündliche Verhandlung nicht für erforderlich erachtet, kann im schriftlichen Verfahren entschieden werden, nachdem beide Seiten ausreichend Gelegenheit hatten, ihre Standpunkte zu begründen (§ 69 MarkenG).

Die statthafte und auch sonst zulässige Beschwerde des Inhabers des angegriffenen Zeichens hat in der Sache keinen Erfolg.

Die Eintragung einer Marke ist auf den Widerspruch aus einer prioritätsälteren Marke nach § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG u. a. zu löschen, wenn zwischen beiden Zeichen wegen Zeichenidentität oder -ähnlichkeit und Warenidentität oder -ähnlichkeit unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der älteren Marke die Gefahr von Verwechslungen besteht.

Ob Verwechslungsgefahr vorliegt, ist nach der Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofes als auch des Bundesgerichtshofes unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen (vgl. z. B. EuGH GRUR 2013, 923, Nr. 34 – Specsavers-Gruppe/Asda; GRUR 2010, 1098, Nr. 44 - Calvin Klein/HABM; GRUR 2010, 933, Nr. 32 - BARBARA BECKER; BGH GRUR 2015, 176, Nr. 9 – ZOOM/ZOOM; GRUR 2014, 488, Nr. 9 – DESPERADOS/DESPERA-

DO; GRUR 2013, 833 Rn. 30 - Culinaria/Villa Culinaria). Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit die Identität oder Ähnlichkeit der zum Vergleich stehenden Marken sowie der von diesen erfassten Waren (oder Dienstleistungen). Darüber hinaus ist die Kennzeichnungskraft der älteren Marke und - davon abhängig - der dieser im Einzelfall zukommende Schutzzumfang in die Betrachtung mit einzubeziehen. Dabei impliziert der Begriff der Verwechslungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren (st. Rspr., z. B. BGH GRUR 2015, 176, Nr. 9 – ZOOM/ZOOM; GRUR 2014, 488, Nr. 9 – DESPERADOS/DESPERADO; GRUR 2014, 382, Nr. 14 – REAL-Chips). Nach diesen Grundsätzen ist zwischen den Vergleichsmarken eine markenrechtlich relevante Gefahr von Verwechslungen zu besorgen.

Bei einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke hält das angegriffene Zeichen im Bereich der identischen und ähnlichen Waren den zu fordernden deutlichen Markenabstand nicht ein, um betriebliche Herkunftsverwechslungen auszuschließen, wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat.

Die Widerspruchsmarke ist durchschnittlich kennzeichnungskräftig. Anhaltspunkte für eine Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sind ebenso wenig ersichtlich wie für eine Schwächung.

Die streitgegenständlichen Waren liegen unstreitig im Identitäts- und engeren Ähnlichkeitsbereich.

Bei der durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke reichen die Unterschiede in den Marken im Bereich der identischen und ähnlichen Waren nicht aus, um eine klangliche Verwechslungsgefahr im markenrechtlichen Sinn zu verhindern.

Maßgebend für die Beurteilung der Markenähnlichkeit ist der Gesamteindruck der Vergleichsmarken, wobei von dem allgemeinen Erfahrungssatz auszugehen ist, dass der Verbraucher eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterwerfen (vgl. EuGH GRUR Int. 2004, 843 - Matrazen; BGH GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder; EuGH Mitt. 2005, 511 ff. - Thomson Life).

Beim Zusammentreffen von Wort- und Bildbestandteilen misst das Publikum beim klanglichen Vergleich in der Regel, so auch hier, dem Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform eine prägende Bedeutung zu.

Der Wortbestandteil „Stela“ (als der er entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin wegen des ausgestalteten „S“ am Anfang gelesen werden wird) und „Strela“ der Widerspruchsmarken stimmen bei der Aussprache in der wesentlichen Laut- und Buchstabenfolge „St - ela“ überein.

Zwar handelt es sich um kurze, zweisilbige Wörter, aber der Sprech- und Betonungsrhythmus ist gleich. Angesichts dieser deutlichen Gemeinsamkeiten kann die verbleibenden Abweichungen im Konsonanten r nicht für eine ausreichende Differenzierung sorgen, zumal der Verbraucher die Wörter in der Regel nicht gleichzeitig nebeneinander wahrnimmt und miteinander vergleicht, sondern seine Auffassung meist aufgrund eines undeutlichen Erinnerungsbildes gewinnt.

Die angegriffene Marke weist zwar eine grafische Gestaltung auf, die den Widerspruchsmarken fehlt. Diese ist allerdings nicht so markant, dass sie den klanglichen Gesamteindruck beeinflussen könnte, zumal sie, wie auch die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, als „S“ lesbar ist und damit als ‚stella‘ / Stern beschreibend vernachlässigt wird. Das angesprochene Publikum wird die Marke mit dem im Vordergrund stehenden Worтеlement „stela“ benennen.

Für die Feststellung der Verwechslungsgefahr ist die gegebene klangliche Nähe entgegen der Annahme der Inhaberin des angegriffene Zeichens ausreichend.

Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist grundsätzlich vom jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Zeichen auszugehen (vgl. z. B. BGH GRUR 2014, 382, Nr. 14 - REAL-Chips; GRUR 2013, 833, Nr. 30 - Culinaria/Villa Culinaria). Dabei ist von dem allgemeinen Erfahrungssatz auszugehen, dass der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterwerfen. Die Frage der Ähnlichkeit sich gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit in Klang, (Schrift-)Bild und Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken (vgl. EuGH GRUR 2006, 413, Nr. 19 - ZIRH/SIR; GRUR 2005, 1042, Nr. 28 - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2015, 1009, Nr. 24 - BMW-Emblem; GRUR 2010, 235 Nr. 15 - AIDA/AIDU). Dabei genügt für die Annahme einer Verwechslungsgefahr regelmäßig bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Wahrnehmungsrichtung (st. Rspr. vgl. z. B. BGH GRUR 2015, 1009, Nr. 24 - BMW-Emblem; GRUR 2014, 382, Nr. 25 - REAL-Chips; GRUR 2010, 235, Nr. 18 - AIDA/AIDU; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl., § 9 Rn. 254 m. w. N.).

Es besteht auch keine Veranlassung, eine unterschiedliche Gewichtung der ähnlichen bzw. unterschiedlichen Bestandteile der Zeichen, die die klangliche Verwechslungsgefahr verdrängen könnte, anzunehmen.

Weder „Stela“ noch „Strela“ sind geeignet, einen (inneren) Zusammenhang zu den relevanten Waren herzustellen. Es bestehen auch keine auffälligen Unterschiede im Sinngehalt. Zwar kann ein erkennbarer Begriffsinhalt die Unterscheidbarkeit von Marken erleichtern (vgl. BGH GRUR 1992, 130 - Bally / Ball). Hier handelt es sich jedoch gleichermaßen um Zeichen, die keinen erkennbaren bzw. auffällig abweichenden Begriffsinhalt aufweisen.

In der Gesamtabwägung führt dies vorliegend zu dem Ergebnis, dass die angegriffene Marke im Bereich identischer und ähnlicher Waren wegen der nur geringfügigen Unterschiede in den prägenden Elementen der Vergleichsmarken den notwendigen Abstand zur Widerspruchsmarke nicht mehr einhält und jedenfalls in klanglicher Hinsicht Verwechslungsgefahr besteht (vgl. BGH GRUR 2008, 714, 717, Nr. 37 - idw).

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

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Klante

Hermann

Seyfarth

Hu