

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 267/00

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Marke 398 27 475**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. Februar 2001 durch den Richter Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzenden, die Richterin Klante und den Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin wird der Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 15. Juni 2000 aufgehoben, soweit die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet worden ist.

Der Widerspruch aus der IR-Marke 523 095 wird insgesamt zurückgewiesen.

**G r ü n d e**

**I.**

Gegen die für 14:

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren

und Zeitmessinstrumente; 16: Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Spielkarten; Drucklettern; Druckstöcke; 18: Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; 21: Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Käämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Stahlspäne; rohes oder teilweise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit in Klasse 21 enthalten; 24: Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Bett- und Tischdecken; 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; 28: Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten; Christbaumschmuck; 34: Tabak; Raucherartikel; Streichhölzer; 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten

am 15. Mai 1998 angemeldet und am 26. Oktober 1998 eingetragene farbige schwarz, orange, blau) Wort-/Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben aus der seit 6. April 1988 für

horlogerie et autres instruments chronométriques

papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes ; articles ; articles pour reliure, à savoir fils, toile et autres matières textiles pour reliures ; papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériaux pour les artistes, à savoir articles de bureau, à savoir appareils et utensiles de bureau non électriques ; matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils), caractères d'imprimerie ; clichés

vêtements, y compris les bottes, les souliers et les pantoufles

publicité, agence de travail temporaire, travaux statistiques, comptabilité, vente aux enchères, renseignements d'affaires, étude et recherche du marché, étude et recherche du marché, négociation et conclusion de transactions commerciales pour le compte de tiers, négociation de contrats pour l'acquisition ou la vente de produits, conseils

pour l'organisation des affaires, conseils pour les questions de personnel, location de machines et d'installations de bureau, reproduction de documents

organisation de compétition sportive ; spectacles populaires

photographie ; exploitation de droits de propriété intellectuelle et industrielle ; établissement de plans rapport avec la conduite des affaires

für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland geschützten IR-Marke 523 095

## **L I O N S .**

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die angegriffene Marke teilweise und zwar hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen

"Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse, Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 ent-

halten; Spielkarten; Drucklettern; Druckstöcke; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Bett- und Tischdecken; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten"

gelöscht und im übrigen den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, daß die gelöschten Waren und Dienstleistungen und die der Widerspruchsmarke identisch bis durchschnittlich ähnlich seien. Bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke reiche der Abstand der angegriffenen Marke nicht aus, da sich eine beachtliche akustische Ähnlichkeit daraus ergebe, daß "LIONS" in der angegriffenen Marke prägend sei.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin. Sie ist der Auffassung, daß "LIONS" kennzeichnungsschwach sei, da zahlreiche Vereine und Sportler sich als "Löwen" bezeichneten. "FRANKFURT LIONS EISHOCKEY" sei folglich als Einheit zu betrachten, so daß sich die gegenüberstehenden Marken nicht ähnlich seien.

Dem tritt die Widersprechende mit den von der Markenstelle herangezogenen Argumenten entgegen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet, da eine Gefahr von Verwechslungen nicht besteht.

Nach §§ 9 Absatz 1 Nr 2, 42 Absatz 2 Nr 1 MarkenG ist die Eintragung einer

Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfaßten Waren und Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (vgl BGH MarkenR 2000, 359, 360 - Bayer/BeiChem).

Die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen sind zum Teil identisch und zum Teil mehr oder weniger ähnlich. Zugunsten der Widersprechenden wird davon ausgegangen, daß die Widerspruchsmarke durchschnittlich kennzeichnungskräftig ist. Wird schließlich berücksichtigt, daß sich die Waren und Dienstleistungen zum Teil an breiteste Verkehrskreise richten, die erfahrungsgemäß Kennzeichnungen keine besondere Aufmerksamkeit entgegenbringen, reicht gleichwohl der Markenabstand aus, um Verwechslungen zu vermeiden.

Visuell besteht wegen des Bildbestandteils des angegriffenen Zeichens ohnehin keine Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken. Eine klangliche Ähnlichkeit wäre nur dann anzunehmen, wenn "LIONS" die angegriffene Marke alleine prägen würde (vgl. BGH Mitt 2000, 65, 66 "Rausch/Elfi Rauch"). Hierfür gibt es jedoch keinen tatsächlichen Anhaltspunkt. Auch der Bestandteil "FRANKFURT" wird - insbesondere im Bereich der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen - nicht vernachlässigt werden. Es gibt mehrere Sportvereine, die sich "LIONS" oder "Löwen" ("Revierlöwen") nennen, so daß der Ortsangabe durchaus eine Unterscheidungsfunktion zukommt. Zum anderen berücksichtigt die Argumentation der Markenstelle, "LIONS" sei deshalb prägend, weil die Namen von Sportvereinen mit dem Zusatz zur Ortsbezeichnung benannt werden, nicht die auf dem Sportsektor herrschenden tatsächlichen Verhältnisse. Ein Blick in die Sportbericht-

erstattung zeigt vielmehr, daß bei einer beliebigen Berichterstattung etwa über ein Eishockeyspiel der "Adler Mannheim" gegen die "München Barons" der vollständige Vereinsname, mit Ortsbezeichnung genannt wird. Zudem sind Begriffe wie "Lions", "Löwen", "Bulls" und "Haie" schlichte Namensbildungselemente von Eishockeyvereinen, so daß der Verkehr grundsätzlich darauf angewiesen ist, den lokalisierenden Zusatz mitzubenennen, um eine Unterscheidung von ähnlich gebildeten Vereinsnamen zu gewährleisten, wie dies vorliegend schon wegen der Vereinsbezeichnung "Revierlöwen" geboten erscheint. Dementsprechend kommt eine Vernachlässigung des Bestandteils "Frankfurt" auch bei Benennung der angegriffenen Marke nicht in Betracht, so daß die Beschwerde Erfolg hat.

Eine Kostenauflegung ist nicht veranlasst (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Dr. Fuchs-Wisseemann

Klante

Sekretaruk

Br/wf

Abb. 1

