



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 141/05

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
31. Januar 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 64 214

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 31. Januar 2006 durch ...

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 2. Juni 2005 aufgehoben soweit der Widerspruch aus der Marke IR 583 694 hinsichtlich der Waren „Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege“ zurückgewiesen wurde.
2. Im Umfang der Aufhebung wird die Löschung der Marke 303 64 214 hinsichtlich der vorgenannten Waren angeordnet.

Gründe

Gegen die am 5. Dezember 2003 angemeldete und am 19. Februar 2004 eingetragene Wortmarke 303 64 214

Dark Angel

für die Waren:

„Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Juwelierwaren und Schmuckwaren, Uhren und Zeitmessinstrumente; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

ist Widerspruch erhoben worden aus der seit dem Jahr 1992 für die Waren:

03 Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; dentifrices; produits de beauté.

Bleaching preparations and other substances for laundry use; cleaning, polishing, grease removing and abrasive preparations; soaps; perfumery; essential oils, cosmetics, hair lotions; dentifrices; beauty products.

international registrierten Wortmarke IR 583 694

ANGEL

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch durch Beschluss einer Mitarbeiterin des höheren Dienstes vom 2. Juni 2005 zurückgewiesen, weil die Vergleichsmarken nicht verwechselbar im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG seien. Der übereinstimmende Bestandteil „Angel“ präge den Gesamteindruck der angegriffenen Marke nicht so stark, dass der weitere Bestandteil dadurch verdrängt werde. Den Gesamtbegriff „Dark Angel“ werde das angesprochene Publikum ohne Weiteres als solchen werten, in seinem Bedeutungsgehalt „Dunkler Engel“ auch verstehen und sich folglich an der begrifflich-inhaltlichen Einheit, nicht aber an dem Bestandteil „Angel“ allein orientieren. In Klang und Schriftbild unterschieden sich die Marken ohnehin hinreichend deutlich, um dem Verkehr eine sichere Unterscheidung zu ermöglichen. Auch für ein gedankliches In-Verbindung-Bringen bestehe kein Anhaltspunkt. Die Marken seien nicht so gebildet, dass auf eine Serienmarke geschlossen werden könne; die gesamtbegriffliche Verbindung in der jüngeren Marke führe vielmehr von einer solchen Vorstellung weg.

Gegen diesen ihr am 17. Juni 2005 zugestellten Beschluss hat die Widersprechende durch Schriftsatz vom 14. Juli 2005, beim Patentamt eingegangen am gleichen Tage, Beschwerde eingelegt.

Zur Begründung verweist sie auf die teilweise Warenidentität, die bei der Bestimmung des erforderlichen Abstandes der Marken zu berücksichtigen sei, welcher im vorliegenden Fall infolge der Prägung der angegriffenen Marke durch den Bestandteil „Angel“ nicht hinreichend gewahrt sei. Die Angabe „Dark“ werde vom Verbraucher als Hinweis auf eine weitere Produktlinie der seit Jahren äußerst bekannten und daher besonders kennzeichnungsstarken Widerspruchsmarke angesehen. Als Beleg für die Verbreitung der Produktserie „Angel“ im Inland hat die Widersprechende bereits im Verfahren vor dem Patentamt eine eidesstattliche Versicherung ihres zuständigen Mitarbeiters vom 9. November 2005 nebst weiteren Unterlagen vorgelegt, die sie im Beschwerdeverfahren durch weitere Belege, u. a. Kopien von Zeitungsausschnitten, die sich mit der Produktserie „Angel“ befassen, ergänzt hat.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Marke
303 64 214 zu löschen,

wobei sie den Widerspruch auf die Waren der Warenklasse 3 beschränkt.

Die Beschwerdegegnerin beantragt demgegenüber,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht für gegeben; die diesbezüglich vorgelegten Unterlagen seien unzureichend. Unter diesen

Umständen sei der Abstand zwischen den Marken, der sich aus dem Gesamtbegriff „Dark Angel“ ergebe, ausreichend.

Wegen des weiteren Vorbringens der beteiligten und der sonstigen Einzelheiten des Verfahrens wird auf die eingereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie den Akteninhalt Bezug genommen.

In der mündlichen Verhandlung, in der auch die von der Widersprechenden eingereichten Unterlagen betreffend die Umsätze mit Produkten unter der Marke „Angel“ ausführlich erörtert worden sind, haben die Beteiligten ihre Standpunkte aufrechterhalten und vertieft.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet, da vom Widerspruch nur noch die Waren „Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege“ der jüngeren Marke betroffen sind.

In Anbetracht der markenrechtlichen Identität dieser Waren mit den Waren der infolge ihrer starken Stellung im Markt seit Jahren bekannten und daher besonders kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke kann eine Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG jedenfalls in dem Sinne nicht verneint werden, dass die jüngere Marke, wenn sie im Zusammenhang mit den genannten Waren verwendet wird, vom Verkehr mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, indem die mit der jüngeren Marke gekennzeichneten Produkte fälschlich der bekannten Inhaberin der Widerspruchsmarke zugerechnet werden.

Die Frage der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr einschließlich des gedanklichen In-Verbindung-Bringens ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls anhand der in Wechselbeziehung zueinander stehenden Faktoren, des Grades der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der von ihnen erfassten Waren

und Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd.) Aufgrund der Wechselbeziehung dieser gegeneinander abzuwägenden Faktoren kann bei einem hohen Grad der Ähnlichkeit der Waren und gesteigerter Kennzeichnungskraft der älteren Marke schon ein geringfügiger Grad der Ähnlichkeit der Marken für die Annahme einer Verwechslungsgefahr ausreichen und umgekehrt (vgl. BGH GRUR 2004, 235, 237 - Davidoff II; GRUR 2004, 239 - DONLINE, jew. m. zahlr. w. N.). Dabei ist auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen (st. Rspr., vgl. z. B. EuGH a. a. O. - Lloyd), dessen Aufmerksamkeit je nach der Art der betreffenden Waren unterschiedlich hoch sein kann (vgl. BGH GRUR 2000, 506 - ATTACHÉ/TISSERAND).

Im vorliegenden Fall ist angesichts der in der mündlichen Verhandlung ausführlich erörterten und von der Inhaberin der jüngeren Marke auch nicht substantiiert in Abrede gestellten besonderen Bekanntheit der Widerspruchsmarke von einer deutlich erhöhten Kennzeichnungskraft dieser Marke auszugehen. Das erfordert nach den genannten Grundsätzen im Hinblick auf die identischen Waren einen ganz erheblichen Abstand zwischen den Marken, der vorliegend nicht gewahrt ist. Anders als die Markenstelle geht der Senat davon aus, dass das Wort „Dark“ vom Verkehr durchaus auch als Sachhinweis, etwa im Sinne einer bestimmten „dunklen“ Duftnote verstanden werden wird, so dass bei den identischen Waren die mit der jüngeren Marke gekennzeichneten Produkte ohne Weiteres als weitere Produktserie der bekannten Marke „Angel“ erscheinen. Dies entspricht der unbestritten gebliebenen und im Übrigen dem Senat aus zahlreichen anderen Verfahren bekannten Praxis von Anbietern insbesondere im Kosmetikbereich, eine eingeführte Serie durch weitere Produktlinien zu ergänzen, die durch eine „sub-brand“ gekennzeichnet werden. Bei den betreffenden Produkten besteht folglich die Gefahr, dass das Publikum die Marken verwechselt, so dass die jüngere Marke im Hinblick auf die im Tenor genannten Waren keinen Bestand haben kann.

Ein Grund, einem der Beteiligten die Kosten ganz oder teilweise aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 Sätze 1 und 2 MarkenG), ist nicht gegeben.

gez.

Unterschriften