



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 66/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
14. März 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 304 11 604

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. März 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

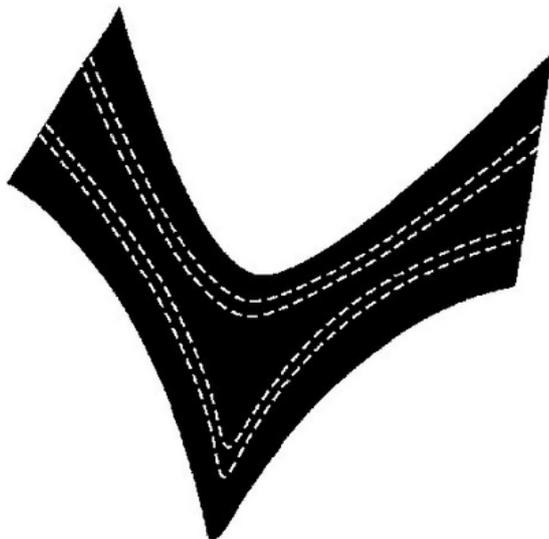
Gründe

I

Gegen die am 4. März 2004 angemeldete und am 30. April 2004 für

„Bekleidungsstücke, Schuhwaren“

eingetragene Bildmarke 304 11 604



hat die Widersprechende am 31. August 2004 aus ihrer Bildmarke IR 00460594



die seit 1981 für

cl. 18: Sacs, sacs à main, serviettes, trousse, valises, parapluies, cannes.

cl. 25: Souliers et leurs parties, sabots, bas et bas de sport, combinaisons de sport, maillots, vestons, vestons imperméables, shorts de sport; gilets, peignoirs, petits chapeaux, bonnets, manchettes, bandeaux pour absorber la sueur, gants de sport.

cl. 28: Balles, ballons, raquettes et leurs parties, agrès et accessoires pour le sport.

Schutz genießt, Widerspruch eingelegt.

Die Markenstelle hat den Widerspruch mit Beschluss vom 22. Februar 2005 mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Dazu ist ausgeführt, die Graphiken seien ausreichend unterschiedlich. Der Linienstruktur in der angegriffenen Marke

stehe in der Widerspruchsmarke nichts Vergleichbares gegenüber. Die an einen Bumerang erinnernde angegriffene Marke hebe sich von der pfeilartigen Widerspruchsmarke ab. Derartige Motive seien in der Modebranche üblich, so dass die Verbraucher auf Unterschiede besonders achteten. Die Widerspruchsmarke genieße keinen die angegriffene Marke umfassenden Motivschutz. Die angegriffene Marke wirke nicht wie eine Serienfortsetzung der Widerspruchsmarke und biete auch sonst keinen Anlass zu assoziativer Verbindung.

Dieser Beschluss wurde der Widersprechenden am 25. Februar 2005 zugestellt.

Sie hat am 24. März 2005 Beschwerde eingelegt und vorgetragen, die angegriffene Marke müsse in verschiedenen Orientierungen betrachtet werden. Es seien Benutzungsformen bekannt, bei denen die Spitze des Pfeils der angegriffenen Marke wie bei der Widerspruchsmarke ausgerichtet sei. Die Marken stimmten in der V-Form mit im gleichen Winkel auseinander laufenden, jeweils konkaven Schenkeln überein. Die wie Nähte wirkenden gestrichelten Linien unterschieden die Marken nicht, da bei den beanspruchten Waren entsprechende Nahtlinien aufträten.

Es sei teilweise Warenidentität gegeben.

Die Widerspruchsmarke sei besonders kennzeichnungskräftig; der Umsatz in Deutschland liege bei 2,5 Mio. €. Berühmte Sportler würben dafür. Die von der Inhaberin der angegriffenen Marke herangezogenen Drittmarken wiesen gravierende Unterschiede, wie ergänzende Wortbestandteile u. a., auf; auch sei die Benutzung dieser Drittmarken unklar.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss vom 22. Februar 2005 aufzuheben und die Löschung der Marke DE 304 11 604 anzuordnen.

Demgegenüber beantragt die Inhaberin der angegriffenen Marke,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, doppelte Nähte in der Form der gestrichelten Linien wären nicht technisch bedingt, sondern markenmäßige Gestaltungen.

Die Widerspruchsmarke stehe in einem Umfeld von Marken ähnlicher Gestaltung, was ihre Kennzeichnungskraft mindere. Dies zeigten u. a. folgende ausgewählte Marken:

151104

28

"Pfeil"

ausgewählte Marken in Kurzübersicht



DE 2910931 - Seite 1



DE 30065009 - Seite 3



DE 39927304 - Seite 3



DE 30087571 - Seite 4



DE 30421480 - Seite 4



DE 39868692 - Seite 5



DE 868950 - Seite 7



DE 30152018 - Seite 8



DE 39545579 - Seite 8



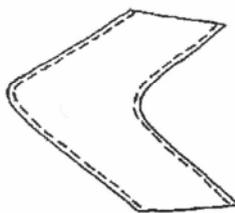
DE 983754 - Seite 9



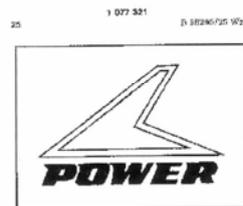
DE 1119307 - Seite 11



DE 30346849 - Seite 12



DE 30352500 - Seite 13



DE 1077321 - Seite 13



DE 30420851 - Seite 14



DE 2043801 - Seite 15



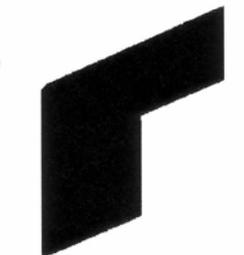
DE 30111169 - Seite 16



DE 2092309 - Seite 16



DE 1109990 - Seite 17



DE 39867208 - Seite 18

"Pfeil"

15-11-04

RS



DE 39979242 - Seite 20



DE 30341253 - Seite 21



DE 956023 - Seite 22

FACH-SPORT

DE 1012181 - Seite 23



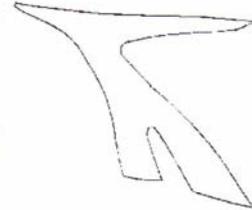
DE 1002390 - Seite 24



DE 1133783 - Seite 25



DE 39539379 - Seite 26



DE 30220407 - Seite 27



DE 30254278 - Seite 27



DE 30411602 - Seite 28



DE 30411604 - Seite 28



DE 30420849 - Seite 29



DE 30420852 - Seite 30



IR 542375 - Seite 31



IR 603775 - Seite 32



IR 218957 - Seite 33



IR 460594 - Seite 35



IR 482943 - Seite 38



IR 636127 - Seite 39



IR 523755 - Seite 40

15.11.04

30

"Pfeil"



IR 629145 - Seite 42



IR 633367 - Seite 43



IR 648418 - Seite 44



IR 695710 - Seite 47



IR 756707 - Seite 47



IR 764381 - Seite 48



IR 765143 - Seite 50



IR 431499 - Seite 54



IR 471742 - Seite 57



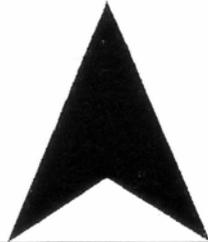
IR 724357 - Seite 60



IR 801620 - Seite 60



IR 499015 - Seite 62



IR 680067 - Seite 64



IR 762378 - Seite 64



IR 677331 - Seite 65



EU 000722041 - Seite 66



EU 002554392 - Seite 66



EU 001538271 - Seite 67



EU 000715888 - Seite 68



EU 3581899 - Seite 68

"Pfeil"

10 11 14



EU 000000357 - Seite 69



EU 002388171 - Seite 70



EU 002403012 - Seite 71



EU 001191717 - Seite 72



EU 002490894 - Seite 72



EU 000162255 - Seite 73



EU 000493502 - Seite 74



EU 000493510 - Seite 75



EU 001235373 - Seite 77



EU 002476471 - Seite 78



EU 002529873 - Seite 78



EU 001854728 - Seite 79



EU 2427433 - Seite 80



EU 000794586 - Seite 82



EU 000493536 - Seite 83



EU 3186749 - Seite 84



EU 000370254 - Seite 85



EU 002428514 - Seite 85



EU 003170354 - Seite 88



EU 3381571 - Seite 89

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird im Übrigen auf die Schriftsätze der Beteiligten nebst Anlagen Bezug genommen, wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II

1) Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, hat in der Sache aber keinen Erfolg. Auch nach Auffassung des Senats besteht zwischen den Marken keine Verwechslungsgefahr im Sinn von § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Zwischen den für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr maßgeblichen Faktoren, Ähnlichkeit der Marken und der mit ihnen gekennzeichneten Waren, Kennzeichnungskraft der älteren Marke sowie Aufmerksamkeit des Publikums, besteht eine Wechselwirkung. So kann ein höherer Grad in einem der genannten Bereiche einen geringeren Grad in einem anderen Bereich ausgleichen (EuGH GRUR Int. 2000, 899, Nr. 40 – MARCA / ADIDAS; BGH GRUR 2003, 332, 334 - ABSCHLUSSSTÜCK).

Danach ist vorliegend keine Gefahr von Verwechslungen gegeben.

a) Da Benutzungsfragen nicht aufgeworfen sind, ist hinsichtlich der Waren die Registerlage maßgeblich, so dass der Bekleidung und den Schuhwaren der angegriffenen Marke identische Waren auf Seiten der Widerspruchsmarke gegenüberstehen.

b) Die Widerspruchsmarke ist allenfalls durchschnittlich kennzeichnungskräftig.

Eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist bestritten und von der Widersprechenden nur durch Umsatzzahlen und Nennung von Werbeträgern belegt. Demgegenüber ergibt sich eine Minderung der Kennzeichnungskraft

aus der dem Senat bekannten Vielfalt entsprechender Formen gerade bei Sportbekleidung.

Hier sind Sportlichkeit und Schnelligkeit sowie Dynamik symbolisierende bumerang- oder pfeilartige Winkel sowohl als Marken als auch als Designelemente weit verbreitet und zum Teil sogar bekannte Marken, wie NIKE. Damit leiden entsprechende graphische Darstellungen zumindest an einem Mangel an Originalität, der ihre Kennzeichnungskraft mindert (vgl. BPatG Mitt. 2006, 86 - ACUPRESS / ACCUPRO) und die Verbraucher dazu zwingt, auch auf kleinere Unterschiede zu achten. Eingetragene Drittmarken, deren Benutzung nicht liquide ist, vermögen zwar die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht unmittelbar zu schwächen, sind aber – insbesondere bei Vorliegen in großer Anzahl - ein Indiz für einen von vornherein bestehenden Originalitätsmangel, mit der Folge eines geringeren Schutzzumfanges der älteren Marke (BGH GRUR 1999, 241, 243 - LIONS; GRUR 1967, 246, 250 - VITAPUR; STRÖBELE/HACKER, MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rn. 318; BPatG Mitt. 2006, 85 - PROCONNECT / PROCONCEPT). Der Senat folgt insoweit nicht der Auffassung, wegen der großen Zahl eingetragener Marken reduziere sich die Indizwirkung der Registerlage gegen eine Kennzeichnungskraft einer Marke im Einzelfall (BPatG GRUR 2002, 438 - WISCHMAX / MAX), wenn neben der Vielzahl eingetragener Marken auch die Benutzung einiger Marken als liquide gelten kann – selbst wenn deren Zahl nicht den Wert erreicht, den der Bundesgerichtshof für eine unmittelbare Schwächung der Kennzeichnungskraft voraussetzt.

c) Unter Berücksichtigung der dargelegten Umstände reicht ein nur etwas weiterer Markenabstand aus, um eine Verwechslungsgefahr im markenrechtlichen Sinn auszuschließen.

Dieser ist vorliegend gegeben, zumal sich die unter den zu vergleichenden Marken angebotenen Waren an Verbraucherkreise richten, die sich nicht flüchtig mit den entsprechenden Angeboten befassen, sondern besonders markenbewusst sind und daher auch besonders sorgfältig prüfen und auswählen. Angesichts der

Fülle von ähnlichen graphischen Gebilden, die Dynamik und Schnelligkeit ausdrücken, mit der die Verbraucher gerade im Sportbereich konfrontiert sind, schenken sie solchen Bestandteilen eine vergleichsweise hohe Aufmerksamkeit. Deshalb werden sie die gegebenen Unterschiede wahrnehmen.

aa) Bildlich unterscheiden sich die Marken aufgrund der kurzen Spitze der angegriffenen Marke, was die Dynamik der Graphik ebenso deutlich mindert wie die Rundung zwischen den Flügeln. In der Widerspruchsmarke stoßen diese spitz aufeinander und sind zudem konkav, während sie in der angegriffenen Marke außen konkav und innen konvex sind. Dies führt in der Widerspruchsmarke zu einer Verjüngung, während in der angegriffenen Marke eine Taillierung der insgesamt breiteren Flügel auftritt.

Zudem unterscheiden sich die Zeichen durch die gestrichelten Linien in der angegriffenen Marke, denen in der Widerspruchsmarke nichts Vergleichbares gegenübersteht.

bb) Für eine gedankliche Verbindung i. S. v. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG fehlen durchgreifende Anhaltspunkte. Die Möglichkeit, dass eine gedankliche Verbindung zwischen den Marken - etwa durch die symbolisierte Sportlichkeit, Schnelligkeit etc. - hergestellt werden kann, führt allein noch nicht zu einer Verwechslungsgefahr.

Eine Gefahr der Verwechslung der beiden Marken ist auch nicht wegen einer Übereinstimmung in ihrem Sinngehalt gegeben. Ein übereinstimmender konkreter Bedeutungsgehalt, wie Pfeil, Bumerang o. ä., erschließt sich den angesprochenen Verbrauchern nicht in so nahe liegender und ungezwungener Weise, dass sie die Marken damit benennen.

Eine Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt des Serienzeichens wäre nur dann gegeben, wenn die Zeichen in einem Bestandteil übereinstimmen, den der

Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens ansähe und deshalb die angegriffene Marke dem Inhaber der Widerspruchsmarke zuordnen würde (vgl. BGH GRUR 1996, 200 – INNOVADICLOPHLONT; vgl. ferner STRÖBELE/HACKER, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn. 466 ff.). Diese Voraussetzungen sind vorliegend nicht gegeben, da die graphischen Gebilde – wie oben dargestellt - zu große Unterschiede aufweisen. Die Widerspruchsmarke bzw. das darin enthaltene Motiv ist in der angegriffenen Marke weder identisch noch entsprechend enthalten.

2) Zur Kostenauflegung besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

gez.

Unterschriften