

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 5/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
7. Juni 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 396 13 263

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 7. Juni 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Grabrucker und Martens

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die seit dem 25. Juni 1996 für die Waren

"Schmuckwaren, insbes Halsketten, Armbänder, Ohringe, Anhänger, Krawattennadeln, Manschettenknöpfe, Medaillons, Armreifen, Verschlüsse aus Edelmetallen; Edelsteine, Juwelierwaren und dekorative Waren aus Edelmetallen (soweit in Klasse 14 enthalten); Uhren und Zeitmeßinstrumente"

eingetragene Wortmarke 396 13 263

CLIOR

hat die Inhaberin der international registrierten Marke 2 R 156 609

DIOR

Widerspruch erhoben, die seit 1951 ua für die folgenden Waren Schutz in der Bundesrepublik Deutschland genießt:

"14 Bijouterie, joellerie en vrai ou en faux, orfèvrerie, bim beloterie".

Die Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts hat Verwechslungsgefahr angenommen und die Löschung der jüngeren Marke angeordnet, da sich identische und sehr ähnliche Waren gegenüberstünden und die Marken sowohl klanglich wie schriftbildlich große Ähnlichkeit aufwiesen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben und den Widerspruch aus der IR-Marke 2 R 156 609 zurückzuweisen.

Die Markeninhaberin bestreitet die Benutzung der älteren Kennzeichnung und verneint eine Verwechslungsgefahr, da die Anlaute der Markenwörter klanglich wie schriftbildlich abweichenden Charakter besäßen. Die Widerspruchsmarke verfüge zudem wegen ihrer beschreibender Anklänge an "DI OR" (Zweigold) über eine nur geringe Kennzeichnungskraft.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie legt Benutzungsunterlagen, insbesondere eine eidesstattliche Versicherung mit Umsatzzahlen der Jahre 1994 bis 1999 vor, die mit der Widerspruchsmarke für Schmuck im Inland erzielt wurden und verweist auf die erhöhte Kennzeichnungskraft ihrer Marke, wie sich aus einer von ihr vorgelegten Outfit-4-Studie aus dem Jahr 1997 ergebe.

II.

Die Beschwerde der Markeninhaberin ist zulässig, aber nicht begründet. Auch nach Ansicht des Senats besteht Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz zwischen den Vergleichsmarken, legt man die bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr nach dieser Vorschrift implizierte Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu Grunde (BGH BIPMZ 99, 226 "LION DRIVER").

Was die Warensituation betrifft, belegen die von der Widersprechenden auf die Einrede der Nichtbenutzung eingereichten Unterlagen nach Art, Umfang und Dauer eine Benutzung ihrer Marke im Inland für Schmuck. Dies wird auch von der Markeninhaberin nicht mehr in Abrede gestellt. Damit besteht weitgehend Warenidentität mit den von der Markeninhaberin beanspruchten Oberbegriffen: "Schmuckwaren, Edelsteine, Juwelierwaren" und "dekorative Waren aus Edelmetallen". Zu Uhren und Zeitmeßinstrumenten besteht in ständiger Praxis eine enge Warenähnlichkeit.

Bei den zu berücksichtigenden Verkehrskreisen, ist auf einen durchschnittlich informierten aufmerksamen und verständigen Verbraucher auf dem jeweiligen Warengbiet abzustellen, der Uhren und Schmuckwaren regelmäßig mit einer gewissen Sorgfalt erwirbt, wobei er dabei aber selten die Möglichkeit hat, verschiedene Marken unmittelbar zu vergleichen, sondern sich auf sein unsicheres Erinnerungsbild verlassen muß. Vor diesem Hintergrund sind an den von der jüngeren Marke zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr einzuhaltenden Abstand daher strenge Anforderungen zu stellen, denen sie im Ergebnis nicht mehr gerecht wird.

Dies gilt selbst dann, wenn der Beurteilung eine jedenfalls durchschnittliche Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke von Haus aus zu Grunde gelegt wird. Anhaltspunkte für eine Schwächung, wie sie die Markeninhaberin vorträgt, entbehren jeder tatsächlichen Grundlage. Die von der Widersprechenden vorgelegte Studie "Outfit-4" des Spiegel-Verlags, wonach die Marke "CHRISTIAN DIOR" über den Bereich der Kleidung hinaus auch für Armbanduhrer noch eine Bekanntheit von 26 % unter der Bevölkerung genießt, ist daher nicht mehr entscheidungserheblich, zumal sich die beiden Marken ohnehin klanglich wie bildlich stark annähern.

In klanglicher Hinsicht besteht eine deutliche Prägung durch die sehr dominante Vokalkombination "IO". Beide - wenn auch mit vier bzw fünf Buchstaben relativ kurze - Wortmarken sind im übrigen bis auf den klanglich wenig hervortretenden Anlaut (CL bzw D) identisch. Besonders auffällig sind darüber hinaus die weitgehenden Übereinstimmungen in schriftbildlicher Hinsicht, und zwar vor allem, wenn in Kleinschreibung die Zeichenanfänge d bzw cl gegenübergestellt werden.

Daß vor dem aufgezeigten Warenhintergrund und der erheblichen Markenähnlichkeit zwischen den einander gegenüberstehenden Kennzeichnungen Verwechslungsgefahr besteht, liegt für den Senat somit auf der Hand. Die Beschwerde der Markeninhaberin war daher zurückzuweisen, wobei der Senat von einer Kostenauflegung (§ 71 MarkenG) allerdings noch abgesehen hat.

Stoppel

Grabrucker

Martens

br/prö