

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 18/99

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs  
Statt zugestellt

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 394 08 417.9**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. Juli 2000 unter Mitwirkung des Richters Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzendem sowie der Richterin Klante und des Richters Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Gegen die seit dem 28. September 1995 für

Sportliche Aktivitäten

eingetragene farbige (schwarz, türkis) Wort-Bild-Marke

siehe Abb. 1 am Ende

siehe Abb. 2 am Ende

ist Widerspruch erhoben worden aus der seit dem 13. September 1994 unter der Nummer 2 077 478 eingetragenen Wortmarke

Lions,

die Schutz genießt unter anderem für

Sportliche und kulturelle Aktivitäten.

Mit Beschluß vom 27. Februar 1998 hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patentamts den Widerspruch zurückgewiesen und zur Begründung ausgeführt, eine Verwechslungsgefahr der sich gegenüberstehenden Marken sei trotz identischer Dienstleistungen nicht gegeben.

Hiergegen hat die Widersprechende Erinnerung eingelegt und zur Begründung vorgetragen, insbesondere in klanglicher Hinsicht sei eine Verwechslungsgefahr gegeben. Das Wort "Lions" sei kollisionsbegründend, da die angesprochenen Verkehrskreise die Marke auf diesen Begriff verkürzen würden. Insbesondere bei amerikanischen Sportteams sei die Verkürzung auf einen allein kennzeichnungskräftigen Bestandteil üblich und aus der Sprachwelt der Fans nicht mehr wegzu-denken. Hierzu wird ein Zeitungsausschnitt vorgelegt, in dem es heißt "Die Lions sind los".

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluß hinsichtlich der Zurückweisung des Widerspruchs aus der Marke 2 077 478 "Lions" aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke 394 08 417 "FRANKFURT LIONS EISHOCKEY" aus dem Markenregister zu beschließen.

Hilfsweise regt sie die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

Die Markeninhaberin stellt den Antrag,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie führt zur Begründung aus, der Beschluß des Deutschen Patentamts sei zutreffend, da weder eine klangliche noch schriftbildliche Ähnlichkeit der Marken trotz identischer Dienstleistungen bestehe.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Nach §§ 9 Abs 1 Nr 2, 42 Abs 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 oder 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 (EuGH WRP 1998, 39, 41 "SABÉL/Puma").

Ausgehend von identischen Dienstleistungen reicht der zwischen den Vergleichsmarken bestehende Abstand aus, um Verwechslungen beachtlichen Ausmaßes sowohl in klanglicher als auch in schriftbildlicher Hinsicht ausschließen zu können. Hierbei ist von einem normalen Schutzzumfang der Gegenmarke auszugehen. Auch bestehen keine Anhaltspunkte dafür, daß der Gegenmarke wegen einer erheblichen Anzahl von Drittmarken von Hause aus eine Kennzeichnungsschwäche zukäme (vgl BGH GRUR 1967, 246 "Vitapur"; MarkenR 1999, 57 "Lions"). Obwohl für die Frage, welche Kennzeichnungskraft dem älteren Wider

spruchszeichen von Hause aus zukommt, der Rollenstand wertvolle Aufschlüsse vermitteln kann, wenn in die Zeichenrolle für gleiche oder benachbarte Bereiche eine Reihe ähnlicher Marken gelangt ist (BGH GRUR 1990, 367, 368 "Alpi/Alba Moda"; MarkenR 1999, 57, 59 "Lions"), läßt sich vorliegend mangels einer ausreichenden Zahl von Drittmarken eine derartige, der Gegenmarke von Haus aus anhaftende Kennzeichnungsschwäche nicht feststellen.

Unter Zugrundelegung des Prüfungsmaßstabes, der sich mithin aus der Nähe der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen und der normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ergibt, sind Verwechslungen beachtlichen Ausmaßes auszuschließen.

Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr ist nicht gegeben. In ihrer Gesamtheit, auf die für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr grundsätzlich abzustellen ist, sind die beiden Zeichen deutlich verschieden. Schriftbildlich stehen sich "FRANKFURT LIONS EISHOCKEY" mit dem Bild eines Löwenkopfs einerseits und der Begriff "Lions" andererseits gegenüber. Aber auch ausgehend von dem Erfahrungssatz, daß sich der Verkehr zur Benennung der Marke in der Regel an dem Wortbestandteil orientiert, ist eine Verwechslungsgefahr zu verneinen. Denn dann stünden sich "FRANKFURT LIONS EISHOCKEY" und "Lions" gegenüber, so daß eine Verwechslungsgefahr schon wegen der unterschiedlichen Länge nicht gegeben wäre. Bei Marken, die aus mehreren Bestandteilen bestehen, kann dem Gesamteindruck nach eine Verwechslungsgefahr nur dann zu befürchten sein, wenn der fragliche gemeinsame Bestandteil in dem Gesamtzeichen eine selbständige und kennzeichnende Stellung behalten hat und nicht lediglich eine eher untergeordnete Bedeutung hat (BGH GRUR 1989, 425 "Herzsymbol"; Mitt 2000, 65, 66 "Rausch/Elfi Rauch"). Als prägend kann ein Bestandteil im allgemeinen nur dann erachtet werden, wenn der Verkehr den weiteren Markenelementen keinen besonderen Hinweis auf die Betriebsstätte der mit dem Gesamtzeichen versehenen Waren entnimmt. Wird der Gesamteindruck dagegen durch mehrere gleichgewichtige Elemente bestimmt, so ist kein Bestandteil allein ge-

eignet, den Gesamteindruck der Marke zu prägen (BGH GRUR 1991, 319 "HURRICANE").

Der Verkehr wird den Bestandteil "FRANKFURT EISHOCKEY" der Markeninhaberin nicht vernachlässigen. Vielmehr ist unabhängig von der Frage, ob "Lions" auf dem Gebiet der durch die jüngere Marke geschützten Dienstleistungen beschreibenden Charakter hat, auch aus Sicht der Widersprechenden zu berücksichtigen, daß es sich bei "Lions" im Sportbereich um einen beliebten Hinweis auf Stärke, Kraft handelt. Gerade die von der Widersprechenden angeführten Bezeichnungen von Sportvereinen zeigen, daß Begriffe wie "Haie", "Eisbären", "Bulls" beliebte Namensbildungselemente sind, um den Eindruck von besonderer Kraft oder Stärke zu erwecken. Schon deshalb ist der Verkehr grundsätzlich darauf angewiesen, den lokalisierenden Zusatz mitzubenennen, da es anderen Sportvereinen unbenommen bleibt, sich ebenfalls dieser gängigen Begriffe zu bedienen. Im übrigen kann eine Tendenz von meist aus der jeweiligen Stadt oder Region kommenden Fans, den lokalisierenden Zusatz fortzulassen, nicht auf Dienstleistungen übertragen werden, die bundesweit angeboten werden.

Darüber hinaus ist aber auch eine mittelbare Verwechslungsgefahr aufgrund gedanklicher Verbindung (§ 9 Abs 1 Nr 2 letzter Halbs MarkenG) zu verneinen. An die Feststellung mittelbarer Verwechslungsgefahr sind strenge Anforderungen zu stellen. Ein aufmerksamer Beobachter, auf den für die Feststellung einer mittelbaren Verwechslungsgefahr abzustellen ist und der die Marktverhältnisse kennt, wird die auf die Lions Clubs hinweisende Marken nicht mit der einen Eishockeyclub kennzeichnenden Marke verwechseln.



Von einer Kostenauflegung gemäß § 71 Abs 1 MarkenG wird abgesehen.

Für die Zulassung der Rechtsbeschwerde bestand kein Anlaß, weil eine Rechtsfrage grundsätzlicher Bedeutung nicht ersichtlich ist.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Klante

Sekretaruk

Mü/Na

Abb. 1

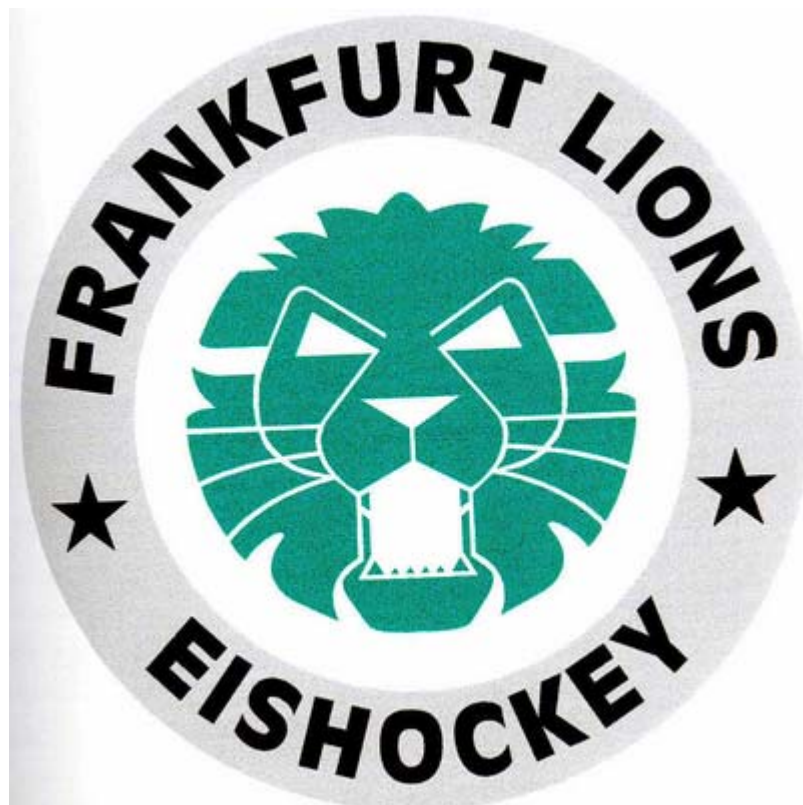


Abb.2

### **Verbindliche Farben:**

schwarz



Pantone 3145



Pantone 428



### **Alternative (Euroscala):**

100 % schwarz



30 % cyan, 10 % magenta, 30 % yellow



30 % schwarz

