

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 128/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 38 576

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 26. März 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann sowie der Richterinnen Winter und Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Markeninhabers wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. Februar 2000 aufgehoben, soweit die teilweise Löschung der Marke 397 38 576 angeordnet worden ist.

Der Widerspruch wird insgesamt zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

In das Markenregister eingetragen ist unter der Rollenummer 397 38 576 die nachstehend in schwarz/weiß wiedergegebene, farbig ausgestaltete Marke

siehe Abb. 1 am Ende

als Kennzeichnung für die Waren und Dienstleistungen

Bild- und Tonträger jeglicher Art, insbesondere CDs, CD-ROMs, MCs, Videos und Schallplatten; Geräte zur Aufzeichnung und Übertragung von Ton und Bild; Druckereierzeugnisse, Buchbindeartikel, Photographien, Schreibwaren, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Spielkarten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Erstellen von Software für Computer zum Zwecke von Multimediaanwendungen und Bild- und Tonaufzeichnungen, auch über Internet abrufbar.

Die Markeneintragung ist farbig (blau, gelb, grün, hellrot), die Worte "one" und "world music" sind blau bzw gelb geschrieben.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der rangälteren Marke 396 37 091

siehe Abb. 1 am Ende

die für die Waren

Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Tonträger, Musik-CDs, Audiokassetten

eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluß eine Verwechslungsgefahr für die Waren

Bild- und Tonträger jeglicher Art, insbesondere CDs, CD-ROMs, MCs, Videos und Schallplatten; Geräte zur Aufzeichnung und Übertragung von Ton und Bild; Druckereierzeugnisse

bejaht und insoweit die Löschung der jüngeren Marke angeordnet. Diese Waren seien mit Waren der Widerspruchsmarke teilweise identisch oder lägen im maßgeblichen Ähnlichkeitsbereich, so daß der Markenabstand für die Vermeidung von Verwechslungen nicht ausreiche. In der jüngeren Marke seien die Wortbestandteile "one world" selbständig kollisionsbegründend, denn das weitere Wort "music" sei lediglich beschreibender Natur. Bei Gegenüberstellung mit der durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke, die ebenfalls mit ONE WORLD benannt würde, sei mit Verwechslungen bei diesen Waren zu rechnen.

Die Markeninhaberin hat Beschwerde erhoben. Nach ihrer Ansicht verfügt die Widerspruchsmarke nur über einen untergeordneten Schutzzumfang. Die Bezeichnung ONE WORLD sei gerade im Musikbereich häufig anzutreffen. Auch sei das Bildelement in der jüngeren Marke ganz überragend (selbst wenn der Bezug zu "world" erkennbar sei) und könne nicht ohne weiteres vernachlässigt werden. Auch sei der Bestandteil "music" nicht außer Betracht zu lassen, denn er beschreibe im Gesamtwort die Musikrichtung.

Der Widersprechende hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Ergänzend wird auf die Schriftsätze, den patentamtlichen Beschluß sowie den übrigen Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und erfolgreich, denn zwischen den Marken besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz.

Auch bei identischen oder deutlich ähnlichen Waren haben die Marken aus Rechtsgründen einen genügenden Abstand, um eine Verwechslungsgefahr hinreichend sicher auszuschließen.

Die Widerspruchsmarke, die mit "ONE WORLD" bezeichnet werden wird - denn die graphische Gestaltung durch das Schriftbild und die Andeutung der Erdkugel in dem O von WORLD ist nur untergeordnet – hat in ihrem Aussagegehalt nur einen unterdurchschnittlichen Schutzzumfang. Ihr Schutz beruht (und beschränkt sich deshalb darauf) auf der konkreten grafischen Gestaltung). Der Begriff ONE WORLD bezeichnet seit geraumer Zeit einen interkulturellen Trend, der die Aufteilung der Erde in eine erste, zweite und dritte Welt unter dem Eindruck globaler Entwicklungen und Probleme für überholt hält (vgl Horx, Trendwörter, Econ-Verlag, S 155). Diese Bewegung spiegelt sich beim Design, der Mode aber auch in der Musik in einer Art Ethno-/Amerikanisierung wieder. So ist die "Weltmusik" zum Sammelbecken für folkloristische Volksmusik aus den entlegensten Winkeln der Welt geworden und wird entsprechend kommerziell vermarktet (vgl Duden, Wörterbuch der Szenesprachen, S 84 Stichwort World-Music). Diese Art von Musik wird unterschiedlich bezeichnet, teilweise mit "One World", mit "World-Music" und wohl auch mit "One World Music"; gemeint ist jeweils das gleiche. So finden sich Begriffe wie "One-world-Ensembles" (vgl Süddeutsche Zeitung 1999, CD-ROM, Ausgabe 6. Dezember 1999, S 21), "One World Music Festival", "One World: World Music" (eine Radiosendung in USA), "One World One Loveparade" (Loveparade 2000), "The World Music Award 1998" und vieles andere mehr (vgl hierzu Fundstellen im Internet, Suchmaschine Google). Dies belegt, daß zumindest der

Begriff "One World" (auch) für eine Musikrichtung steht, womit markenrechtliche Ansprüche aus dieser Bezeichnung nicht hergeleitet werden können.

Aber auch aus anderen Gründen ist eine Verwechslungsgefahr ausgeschlossen. Eine solche käme nur in Betracht, wenn die jüngere Marke durch den gemeinsamen Bestandteilteil "one world" geprägt würde, der Rest also in den Hintergrund tritt und für den Verkehr an Bedeutung verliert (ständige Rechtsprechung zB BGH MarkenR 2000, 20 – RAUSCH/ELFI RAUCH). Dagegen spricht schon die graphische und farbliche Gestaltung. Danach ist zum einen der Wortbestandteil gegenüber dem Bild deutlich untergeordnet, zum anderen werden wegen der unterschiedlichen Farbgebung und räumlichen Trennung eher die Begriffe "world music" als "one world" als zusammengehörig gesehen. Entscheidend ist jedoch, daß alle drei Worte gleichermaßen beschreibend sind – womit es bei dem Grundsatz verbleibt, wonach der Gesamteindruck einer Marke durch all ihre Bestandteile bestimmt wird - und es sich im übrigen bei der Bezeichnung "one world music" um einen Gesamtbegriff mit einem bestimmten Aussagegehalt handelt, der schon aus diesem Grund nicht getrennt werden wird.

Eine Kostenentscheidung ist nicht veranlaßt (§ 71 Absatz 1 Markengesetz).

Dr. Buchetmann

Winter

Schwarz-Angele

br/Ko

Abb. 1



Abb. 2

