



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 308/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
11. November 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 300 38 779

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 11. November 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters Baumgärtner und der Richterin Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist gegen die Eintragung der für die Waren

„Waschmaschinen; elektrische Wäschetrockner; Kühlapparate und -anlagen; Kühlschränke; Gefrierschränke; Gefriertruhen; Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit in Klasse 21 enthalten“

am 22. Mai 2000 angemeldeten und am 5. September 2000 registrierten (nachfolgend verkleinert abgebildeten) Marke 300 38 779



aufgrund der Marke 398 59 465

siehe Abb. 1 am Ende

am 2. Januar 2001 Widerspruch erhoben worden. Die Widerspruchsmarke ist nach verschiedenen Teillöschungen noch für folgende Waren eingetragen:

„elektrische Reinigungsgeräte für den Haushalt einschließlich Fensterputzgeräte und Schuhputzgeräte; elektrische Müllentsorgungsgeräte einschließlich Müllzerkleinerer und Müllverdichter; Geschirrspülmaschinen; elektrische Maschinen und Geräte zur Behandlung von Wäsche- und Kleidungsstücken einschließlich Waschmaschinen, Wäscheschleudern, Bügelpressen, Bügelmaschinen; Staubsauger; Teile aller vorgenannten Waren, soweit in Klasse 7 enthalten, insbesondere Schläuche, Rohre, Staubfilter und Staubfilterbeutel, alle für Staubsauger; elektrische Bügeleisen,

elektrische Folienschweißgeräte, elektrothermische Lockenwickler; Küchenwaagen, Personenwaagen; Hausrufanlagen; elektrische und elektronische Alarmgeräte und -anlagen; Gefahrenmelde- und Schutzgeräte für Wasser- und Brandschäden für die Anwendung im Haushalt; Teile aller vorgenannten Waren, soweit in Klasse 9 enthalten; Trockengeräte, insbesondere auch Wäschetrockner, Wäschetrocknenmaschinen, Händetrockner, Haartrockengeräte; Lüftungsgeräte, insbesondere Ventilatoren, Dunstfilter, Dunstabzugsgерäte und Dunstabzugshauben, Klimaapparate sowie Geräte zur Verbesserung der Luftgüte, Luftbefeuchter; Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen, insbesondere auch Armaturen für Dampf-, Luft- und Wasserleitungsanlagen, Warmwassergeräte, Speicherwassererhitzer und Durchlaufwassererhitzer; Geschirrspülbecken, Wärmepumpen; Teile aller vorgenannten Waren, soweit in Klasse 11 enthalten.“

Die Markenstelle für Klasse 7 hat den Widerspruch durch Beschluss vom 25. Juni 2002 zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die sich gegenüberstehenden Marken zwar teilweise zur Kennzeichnung identischer Waren bestimmt seien, der erforderliche Abstand werde jedoch noch eingehalten. Dabei sei von einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen, da die von der Widersprechenden gemachten Angaben zu den Ausgaben für Werbemittel allein nicht ausreichten, um eine gesteigerte Verkehrsbekanntheit der Widerspruchsmarke zu beweisen. In einem Gesamtvergleich unterschieden sich die Marken in klanglicher, schriftbildlicher und begrifflicher Hinsicht offensichtlich. Es könne dahingestellt bleiben, ob dem Wortbestandteil „LAGERMAXX“ innerhalb der angegriffenen Marke eine den Gesamteindruck prägende Bedeutung zukomme. Selbst wenn man davon ausgehe, könne eine Verwechslungsgefahr mit „MAXX“ nicht bejaht werden, da für den Verkehr kein Anlass bestehe, „MAXX“ aus der angegriffenen Marke herauszugreifen und den Bestandteil „LAGER“ zu vernachlässigen. Auch die Gefahr, dass der Verkehr die

Marken gedanklich miteinander in Verbindung bringen könnte, bestehe nicht. Die Widersprechende trage nicht vor, mehrere mit „Maxx“ gebildete Serienmarken zu benutzen. Auch sonstige Umstände, beispielsweise charakteristisches Hervorstechen oder erhöhte Verkehrsgeltung, die für den erforderlichen Hinweischarakter sprächen, seien nicht ersichtlich.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie trägt vor, dass angesichts der Warenidentität bzw engen Ähnlichkeit der Waren der hier gegebene Abstand nicht ausreiche, um Verwechslungen auszuschließen. Hierbei sei von einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen. Die Widersprechende verweist in diesem Zusammenhang auf ihre Werbeausgaben, zu denen sie bereits im Verfahren vor dem Patentamt Ausführungen gemacht habe. Der Bestandteil „MAXX“ der angegriffenen Marke stimme mit der Widerspruchsmarke identisch überein. Durch ihn werde auch die Wortkombination und darüber hinaus die gesamte angegriffene Marke geprägt, da der weitere Bestandteil „LAGER“ rein beschreibend sei, was noch durch den Zusatz „zu Lagerverkaufspreisen“ unterstrichen werde.

Selbst wenn die Verkehrsteilnehmer die die Unterschiede zwischen „LAGER-MAXX“ und „Maxx“ erfassten, würden sie die Vergleichsmarken zumindest gedanklich miteinander in Verbindung bringen. Dies gelte insbesondere im Hinblick auf die erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke.

Die Widersprechende beantragt,

unter Aufhebung des Beschlusses der Markenstelle für Klasse 7 vom 25. Juni 2002 die Löschung der angegriffenen Marke 300 38 779 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie bestreitet die erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und trägt vor, dass die Widerspruchsmarke lediglich als „die Maxx von Bosch“ beworben werde, was bereits einen erheblichen Unterschied zu der von der Inhaberin der angegriffenen Marke gewählten Bezeichnung „der LAGERMAXX“ bedeute. In diesem Zusammenhang könne „Maxx“ in der angegriffenen Marke insbesondere auch als Vorname aufgefasst werden. Insgesamt sei daher weder von einer unmittelbaren noch von einer assoziativen Verwechslungsgefahr auszugehen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Der Senat hält die Gefahr von Verwechslungen für nicht gegeben, so dass die Markenstelle den Widerspruch zu Recht gemäß § 43 Abs 2 Satz 2 MarkenG zurückgewiesen hat.

Ob Verwechslungsgefahr besteht, hängt nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG von der Identität oder Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken einerseits und andererseits von der Identität oder Ähnlichkeit der von den beiden Marken erfassten Waren ab, wobei von dem Leitbild eines durchschnittlich informierten aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchs auszugehen ist (vgl. EuGH GRUR 1999, 734, 836 - Lloyd; BGH 2000, 506, 508 - ATTACHÉ/TISSERAND). Darüber hinaus sind alle weiteren Umstände zu berücksichtigen, die sich auf die Verwechslungsgefahr auswirken können, insbesondere die Kennzeichnungskraft der älteren Marke. Die verschiedenen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr heranzuziehenden Faktoren stehen dabei in einer Wechselwirkung, so dass zB ein geringerer Grad an Markenähnlichkeit durch eine höhere Kennzeichnungs-

kraft der älteren Marke bzw durch einen höheren Grad an Ähnlichkeit ausgeglichen werden kann (stRspr vgl BGH GRUR 2000, 603, 604 - Cetof/ETOP). Nach diesen Grundsätzen kann im vorliegenden Fall eine Verwechslungsgefahr nicht bejaht werden.

1. Nachdem Benutzungsfragen nicht angesprochen worden sind, ist für die Frage der Warenähnlichkeit von der Registerlage auszugehen. Die Waren der beiden Marken befinden sich im engen Ähnlichkeitsbereich bis hin zur Identität bei Waschmaschinen (Klasse 7).

2. Zugunsten der Widersprechenden geht der Senat davon aus, dass die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zum Anmeldezeitpunkt noch normal gewesen ist, wenngleich auch die häufige Verwendung des Begriffes „MAXX“ auf verschiedenen Waren- und Dienstleistungsgebieten, wie sie auch die Inhaberin der angegriffenen Marke durch Vorlage einer G...-Recherche in der mündlichen Verhandlung belegt hat, für eine eher etwas geringere Kennzeichnungskraft spricht. Durch die von der Widersprechenden behaupteten Werbemaßnahmen, die allein im Jahr 2000 DM ... betragen haben, und dem Grunde nach von der Markeninhaberin auch nicht bestritten worden sind, hat sich die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke möglicherweise über den Normalbereich hinaus erhöht. Allerdings hat die Markeninhaberin soweit eingewandt, dass in den Werbeaufwendungen der Widersprechenden immer „die Maxx von Bosch“ beworben worden ist. Dies hat die Widersprechende auch nicht bestritten. Insgesamt geht daher der Senat davon aus, dass eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Marke allenfalls in Verbindung mit der femininen Form der Marke unter Verwendung des Artikels „die“ angenommen werden kann.

3. Der insoweit im Hinblick auf die Warenidentität dennoch erforderliche erhebliche Abstand wird von den sich gegenüberstehenden Marken in jeglicher Hinsicht eingehalten. Dabei ist davon auszugehen, dass die jüngere Marke ein einheitlicher Gesamtbegriff ist, der nicht durch den Einzelbestandteil „MAXX“ geprägt wird.

Grundsätzlich ist es nicht zulässig, aus einer angegriffenen jüngeren Marke ein Element herauszugreifen und dessen Übereinstimmung mit der Widerspruchsmarke festzustellen (BGH GRUR 1996, 198, 199 - Springende Raubkatze). Etwas anderes kann nur dann gelten, wenn einem der Markenteile eine so eigenständig kennzeichnende, insgesamt dominierende Bedeutung zukommt, dass darin der markenmäßige Schwerpunkt des Gesamtzeichens gesehen werden kann (BGH GRUR 1996, 775 - SaliToft; GRUR 1998, 930 - Fläminger). Dafür gibt es im vorliegenden Fall keine ausreichenden Anhaltspunkte.

Die angegriffene Marke stimmt zwar mit der Widerspruchsmarke in dem Bestandteil „MAXX“ überein. Insgesamt besteht die angegriffene Marke jedoch aus neun Wörtern, wobei „MAXX“ nicht als hinreichend eigenständiger Begriff in der Marke verwendet wird, sondern in der Zusammensetzung als Gesamtbegriff „LAGERMAXX“. Es kann nicht angenommen werden, dass die angesprochenen Verkehrskreise, hier das allgemeine Publikum, sich nur an dem Bestandteil „MAXX“ der angegriffenen Mehrwortmarke als allein prägend orientieren werden.

Auch für das Vorliegen einer mittelbaren Verwechslungsgefahr gibt es keine ausreichenden Anhaltspunkte. Die Widersprechende hat nicht dargetan, dass sie die Widerspruchsmarke in der Art einer Serie verwendet. Darüber hinaus setzt die Feststellung einer mittelbaren Verwechslungsgefahr voraus, dass der als Stammbestandteil in Betracht kommende Markenteil in beiden Marken identisch oder zumindest wesensgleich enthalten ist. Insoweit reichen bereits relativ geringfügige Unterschiede aus, um eine diesbezügliche Verwechslungsgefahr zu verneinen. Letztlich ist auch in diesem Zusammenhang die Kennzeichnungskraft des fraglichen Bestandteils der Widerspruchsmarke von ausschlaggebender Bedeutung (BGH GRUR 2000, 886, 888 - Bayer/BeiChem).

Wie bereits ausgeführt, ist die jüngere Marke in ihrem Bestandteil „der LAGERMAXX“ maskulin gebildet. Ein erheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise wird annehmen, dass „MAXX“ im Sinne des entsprechenden männli-

chen Vornamens auf einen männlichen Verkäufer in einem Warenlager hinweisen soll. Soweit „MAXX“ als Größenbezeichnung angesehen wird, kann auch insoweit dem Markenbestandteil keine klare eindeutige Aussage entnommen werden. „MAXX“ kann in diesem Zusammenhang auf ein besonders großes Lager, auf ein besonders leistungsfähiges Unternehmen oder aber auch auf die Größe und damit spezielle Eignung der in diesem Lager angebotenen Waren hinweisen. Im Zusammenhang mit der Verwendung des Artikels „der“ liegt allerdings der Schwerpunkt nach Auffassung des Senats in der Personifizierung dieses Markenbestandteils.

Demgegenüber ist eine derartige Festlegung in der Widerspruchsmarke „Maxx“ nicht ersichtlich. Im Gegenteil ist, soweit eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke aufgrund der Werbeaufwendungen angenommen werden kann, davon auszugehen, dass diese erhöhte Kennzeichnungskraft für die als „die Maxx“ (von B...) beworbenen Produkte unterstellt werden kann. Insgesamt weicht daher die Art der Zeichenbildung auch hinsichtlich des übereinstimmenden Markenbestandteils soweit voneinander ab, dass nicht mehr von einer Wesensgleichheit und damit auch nicht von einer mittelbaren Verwechslungsgefahr ausgegangen werden kann.

Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage besteht kein Anlass, aus Gründen der Billigkeit einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Abs 1 MarkenG aufzuerlegen.

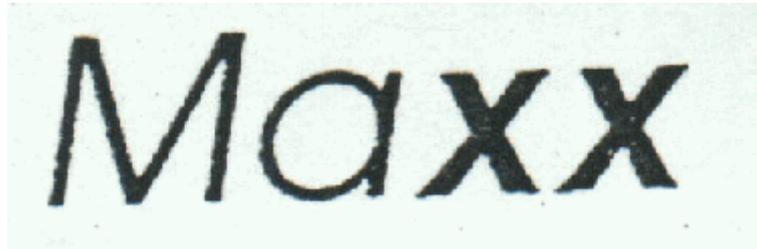
Winkler

Baumgärtner

Dr. Hock

CI

Abb. 1



Maxx