



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 125/03

(Aktenzeichen)

Verkündet am
21. April 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 11 613

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. April 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 29. Januar 2003 aufgehoben.

Wegen des Widerspruchs aus der Marke 395 38 836 wird die Löschung der angegriffenen Marke 302 11 613 für die Waren „Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Seifen“ angeordnet.

Gründe

I.

In das Markenregister eingetragen wurde unter der Rollenummer 302 11 613 die Marke

Rocarde

als Kennzeichnung u.a. für die Waren

KI 03: „Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Seifen“.

Die Inhaberin der rangälteren Marke 395 38 836

Rugard

die u.a. ebenfalls für die Waren „Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Seifen“ eingetragen ist, hat beschränkt auf diese Waren Widerspruch eingelegt.

Die Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit der Begründung zurückgewiesen, die Marken seien auch bei identischen Waren in Klang und Bild ausreichend verschieden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden, die den Abstand der sich gegenüberstehenden Marken für nicht mehr ausreichend hält und im übrigen darauf verweist, dass ihre Marke seit 1960 umfangreich benutzt werde.

Der Markeninhaber hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert und auch an der mündlichen Verhandlung nicht teilgenommen.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss sowie auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg, denn es besteht Verwechslungsgefahr iSv § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Eine Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn die Gewichtung der Faktoren Warenähnlichkeit/-identität, Markenähnlichkeit/-identität und Schutzzumfang der Widerspruchsmarke zur Bejahung einer unzulässigen Beeinträchtigung der rechtlich

schutzwürdigen Interessen der älteren Marke führt. Angesichts der vorliegend gegebenen Warenidentität, noch dazu auf einem Produktsektor, der sich an breiteste Verkehrskreise wendet und auch ausgesprochene Billigartikel umfassen kann, kann die Widersprechende einen besonders deutlichen Abstand von der kollidierenden Marke verlangen, der sowohl in klanglicher wie bildlicher Hinsicht nicht mehr eingehalten wird.

Bei der mündlichen Benennung der angegriffenen Marke werden beachtliche Verkehrskreise den Schlussvokal nur stumm anklingen lassen, wenn sie – was von den Waren her erfahrungsgemäß nahe liegt – das Markenwort dem französischen Sprachkreis zurechnen. Der Abstand zur Widerspruchsmarke verringert sich dann aber auf die Unterschiede in der Wortmitte, die indes ohne weiteres überhört werden können, da sowohl „u“ und „o“ als auch „c“ und „g“ sehr klangverwandt sind. Zumindest aus der Erinnerung heraus verbleiben dem Verkehr dann aber keine sicheren Anhaltspunkte, um die Marken dennoch sicher auseinander zu halten. Das gilt gleichermaßen für das Schriftbild vor allem in Großbuchstaben, das fast auf Identität hinausläuft. Stimmen die Gesamtworte aber nahezu völlig überein, führt das zwangsläufig dazu, einen Eingriff der jüngeren Marke in den Schutzbereich der Widerspruchsmarke zu bejahen.

Die Beschwerde hat damit Erfolg.

Eine Kostenauflegung war nicht veranlasst, § 71 Abs 1 Satz 2 Markengesetz.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Bb