



Bundespatentgericht

32 W (pat) 109/03

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
22. Juni 2005

...

Beschluss

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 300 24 583

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 22. Juni 2005 durch Richter Dr. Albrecht als Vorsitzenden, Richter Merzbach und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 29. März 2000 angemeldete und am 7. Juni 2000 für "Tischdecken" eingetragene Wortmarke 300 24 583

Neu Jasmine

ist Widerspruch erhoben worden aus der farbigen Wort-/Bildmarke (lila, weiß) 943303



Die am 3. Juni 1975 angemeldete Widerspruchsmarke genießt Schutz für die Waren "Tisch- und Bettwäsche".

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch einen Beamten des höheren Dienstes mit Beschluss vom 23. Juli 2002 den Widerspruch zurückgewiesen. Dies ist damit begründet, trotz Warenidentität und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hielten die einander gegenüberstehenden Marken einen ausreichenden Abstand zueinander ein. Eine klangliche Verwechslungsgefahr sei nicht gegeben. Dem Wortbestandteil "Jasmine" komme innerhalb der angegriffenen Marke keine allein prägende Bedeutung zu, hinter dem der Wortbestandteil "Neu" als unbeachtlich zurücktreten würde.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Zur Begründung führt sie aus, die Markenstelle habe übersehen, dass der Bestandteil "Neu" in der angegriffenen Marke glatt beschreibend sei und die Marke nicht mitpräge. Die angegriffene Marke werde allein von dem Bestandteil "Jasmine" geprägt. Dieser Bestandteil sei mit der Widerspruchsmarke klanglich verwechselbar. Auch begrifflich sei eine Ähnlichkeit zu bejahen, da es sich sowohl bei "Jasmine" als auch bei "Janine" jeweils um Frauennamen handele.

Die Widersprechende stellt den Antrag,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom
23. Juli 2002 aufzuheben und die angefochtene Marke zu löschen.

Der Markeninhaber hat sich weder im Amtsverfahren noch im Beschwerdeverfahren zur Sache eingelassen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil keine Gefahr von Verwechslungen i.S.d. § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht.

Nach diesen Vorschriften ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn und soweit wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2002, 626, 627 – IMS).

Bei Anlegung dieser Maßstäbe besteht im vorliegenden Fall für das Publikum keine Gefahr von Verwechslungen.

1. Die Tischdecken der jüngeren Marke sind mit der Tisch- und Bettwäsche der Widerspruchsmarke identisch (ebenso Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 12. Aufl., S. 335 unter Hinweis auf BPatG 74, 27 W (pat) 273/72).
2. Mangels entgegenstehender Anhaltspunkte ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.
3. In schriftbildlicher Hinsicht unterscheidet sich die Widerspruchs-/Bildmarke bereits wegen ihrer auffälligen graphischen Ausgestaltung von der jüngeren Wortmarke. Hinzu kommt, dass (nur) die jüngere Marke aus zwei Wörtern besteht, von denen das erste Wort "Neu" in der Widerspruchsmarke keine Entsprechung findet.

Auch in klanglicher Hinsicht ist eine relevante Markenähnlichkeit wegen der unterschiedlichen Länge der Marken zu verneinen. Von einer Abspaltung oder Ver-

nachlässigkeit des ersten Wortbestandteils "Neu" bei der Benennung der jüngeren Marke kann entgegen der Auffassung der Widersprechenden nicht ausgegangen werden. Der Verkehr hat hierfür – generell und auch im vorliegenden Einzelfall – keine ernsthafte Veranlassung. Für das breite deutsche Publikum, auf dessen Verständnis hier abzustellen ist, wirkt "Neu Jasmine" wie ein einheitlicher Gesamtbegriff. Die Auffassung der Widersprechenden, der Verbraucher werde bei der Begegnung mit so gekennzeichneten Waren "Neu" im Sinne von "Neuheit" bzw. "neues Produkt" verstehen, vermag der Senat nicht zu teilen. Das dem Mädchenamen "Jasmine" vorangestellte Wort "Neu" ergibt in Bezug auf den Erwerb von Tischdecken keinen Sinn. Beim Kauf von Tischdecken geht der Verbraucher nämlich selbstverständlich davon aus, dass die Tischdecken neu sind. Kein Käufer von Tischdecken erwartet ernsthaft, dass ihm auch gebrauchte Tischdecken zum Kauf angeboten werden. Abgesehen davon ist "Neu" auch kein Hinweis auf eine "neue Kollektion oder neue Produktkette", wie die Widersprechende in der mündlichen Verhandlung ausgeführt hat, da das grammatikalisch korrekte Adjektiv "Neue" und nicht "Neu" lautet. Da der erste Wortbestandteil "Neu" den Gesamteindruck der jüngeren Marke somit mitprägt, ist es nicht vertretbar, ihn bei der Kollisionsprüfung vollständig zu vernachlässigen.

Dass es sich sowohl bei "Jasmine" als auch bei "Janine" jeweils um Frauennamen handelt, begründet entgegen der Auffassung der Widersprechenden auch keine begriffliche Markenähnlichkeit. Dies gilt bereits deshalb, weil die jüngere Marke auch insoweit als Gesamtmarke in der registrierten Form als "Neu Jasmine" zu betrachten ist.

Es besteht schließlich auch nicht die Gefahr, dass die sich gegenüberstehenden Marken unter dem Aspekt der gedanklichen Verbindung miteinander verwechselt werden. Von der Wortbildung her wirkt "Neu Jasmine" nicht wie ein Serienzeichen im Verhältnis zu "Janine".

Für die Auferlegung von Kosten (§ 71 Abs. 1 MarkenG) besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Merzbach

Kruppa

Hu