



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 142/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die eingetragene Marke 301 55 611

hat der 26. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 27. Juli 2005 durch den Vorsitzenden Richter Albert, den Richter Reker und die Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der Wortmarke

Rico

für „Möbel; Sitzmöbel, Tische, Garderobenständer“ hat Widerspruch erhoben die Inhaberin der international registrierten Marke 531 360

Bico

die in Deutschland Schutz genießt für „matelas, lits et parties des produits précités; literie et meubles rembourrés; protège-matelas et leurs parties“.

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat wegen dieses Widerspruchs die Löschung der jüngeren Marke angeordnet. Bei eng bis mittelgradig ähnlichen Waren und mittlerer Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke seien im Hinblick auf die klangliche und schriftbildliche Ähnlichkeit der Marken Verwechslungen in klanglicher und schriftbildlicher Hinsicht nicht mit der erforderlichen Sicherheit auszuschließen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der jüngeren Marke. Sie meint, die einander gegenüberstehenden Marken würden sich auf dem Markt tatsächlich nicht begegnen, da sie selbst Sitzmöbel (Stühle, Tische, Bänke und Barhocker) lediglich für die Gastronomie und den Sozialbereich (Altenheime etc) produziere und vertreibe.

Die Widersprechende meint, die Waren „Möbel“ seien mit den Waren „lits“ (Betten) und „meubles rembourrés“ (Polstermöbel) identisch, hinsichtlich der weiteren von der jüngeren Marke erfassten Möbel bestehe Warenähnlichkeit.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn die Markenstelle hat zutreffend die Gefahr von Verwechslungen bejaht und folglich zu Recht die Löschung der jüngeren Marke angeordnet (§§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Unter Berücksichtigung des jeweiligen Gesamteindrucks und der einzelnen für die Verwechslungsgefahr maßgeblichen Faktoren, insbesondere der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, der Warenähnlichkeit und der Markenähnlichkeit ist eine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr nicht zu verneinen.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hat der Senat als durchschnittlich bewertet; es sind weder Anhaltspunkte für eine Schwächung noch für eine Stärkung vorhanden.

Die einander gegenüberstehenden Waren sind – worauf die Widersprechende zutreffend hinweist – teilweise identisch: sowohl Betten als auch Polstermöbel sind Möbel und damit in dem entsprechenden Begriff (Möbel) im Warenverzeichnis der jüngeren Marke enthalten, darüber hinaus können auch Sitzmöbel und Polstermö-

bel identisch sein, denn auch ein Polstersessel z. B. ist ein Sitzmöbel. Den übrigen Waren, für die die jüngere Marke bestimmt ist (Tische und Garderobenständer), sind Betten und Polstermöbel jedenfalls mittelgradig bis entfernt ähnlich.

Die einander gegenüberstehenden Marken sind sowohl in schriftbildlicher als auch in klanglicher Hinsicht einander so ähnlich, dass selbst bei nur entfernt ähnlichen Waren die Gefahr von Verwechslungen besteht. Denn der einzige Unterschied zwischen den Marken besteht im Anfangsbuchstaben. Auch wenn dieser besonders beachtet wird, ist vorliegend zu berücksichtigen, dass die Großbuchstaben R einerseits und B andererseits ein sehr ähnliches Schriftbild aufweisen und damit die Markennamen hochgradig ähnlich aussehen lassen. In klanglicher Hinsicht ist weder das R noch das B so charakteristisch, dass diese Anfangslaute bei den angesprochenen Verbrauchern zu einer sicheren Unterscheidung der ansonsten gleich klingenden Markennamen führen können. Bei den angesprochenen Verkehrskreisen handelt es sich um die Masse der Endverbraucher, denn das relevante Publikum ist nach dem Warenverzeichnis zu bestimmen und nicht nach den Kreisen, an die die Markeninhaberin derzeit ihre Waren liefert. Die im Warenverzeichnis der Markeninhaberin enthaltenen Waren richten sich an alle Verbraucher; relevant sind insoweit die Durchschnittsverbraucher der entsprechenden Waren (EuGH MarkenR 1999, 236 - Loints). Darauf, ob die von den Beteiligten tatsächlich hergestellten und vertriebenen Waren denen der Widersprechenden auf dem Markt begegnen, kommt es nicht an. Allerdings erscheint es nicht als unrealistisch, dass z. B. im Sozialbereich (Altersheim) oder in Hotels sich Stühle, Tische und Betten „begegnen“.

Nach alledem konnte die Beschwerde keinen Erfolg haben.

Hinsichtlich der Kosten verbleibt es bei der Regel des § 71 Abs. 1 S. 2 MarkenG.
Gründe, hiervon abzuweichen, sind weder vorgetragen noch ersichtlich.

Albert

Reker

Friehe-Wich

Ju