



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 92/03

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
7. September 2005

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die eingetragene Marke 398 16 819**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 7. September 2005 durch den Richter Kraft als Vorsitzendem und die Richterinnen Friehe-Wich und Bayer

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Markeninhabers wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 27. Januar 2003 aufgehoben, soweit die Löschung der Marke 398 16 819 für „Bild-, Plakat- und Fototräger“ angeordnet wurde. In diesem Umfang wird der Widerspruch aus der IR-Marke 531 360 zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Gegen die Eintragung der Wortmarke 398 16 819

**BiGo**

für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen, darunter „Bild-, Plakat- und Fototräger“ ist Widerspruch eingelegt aus der IR-Marke 531 360

**BICO**

die ua Schutz genießt für „matelas, lits et parties des produits précités; literie et meubles rembourrés“.

Die Markenstelle für Klasse 20 hat auf den Widerspruch die teilweise Löschung der jüngeren Marke angeordnet, ua für die oben genannten Waren. Die (bestrittene) Benutzung sei glaubhaft gemacht für „Einlegerahmen“ („Teile von Betten“). Zwischen diesen und den Waren, für die die Löschung angeordnet wurde, bestehe mittlere Warenähnlichkeit. Klanglich seien die Marken nahezu identisch.

Hiergegen richtet sich die ausdrücklich auf die Anordnung der Löschung der jüngeren Marke für die Waren „Bild-, Plakat- und Fototräger“ beschränkte Beschwerde der Markeninhaberin. Sie beantragt, den Beschluss der Markenstelle im Umfang der Beschwerde aufzuheben und die Eintragung der Marke für die vorgeannten Waren zu beschließen.

Die Widersprechende beantragt die Zurückweisung der Beschwerde. Sie meint, die vorgenannten Waren seien zu Einlegerahmen ähnlich. Wer Einlegerahmen herstelle, könne auch Präsentationssysteme herstellen (was die Widersprechende für eigene Präsentationszwecke auch mache).

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet mit der Folge, dass der Beschluss der Markenstelle in dem Umfang, in dem er mit der Beschwerde angefochten wurde, aufzuheben war. Denn hinsichtlich der Waren „Bild-, Plakat- und Fototräger“ besteht keine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr (§ 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Voraussetzung für das Bestehen von Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG ist, dass die einander gegenüberstehenden Waren sowie die einander gegenüberstehenden Marken jeweils mindestens ähnlich zueinander sind und dass deswegen die Gefahr von Verwechslungen besteht.

Hinsichtlich der jüngeren Marke sind im Beschwerdeverfahren relevant nur noch die Waren „Bild-, Plakat- und Fototräger“. Diese sind zu den Einlegerahmen für Betten, hinsichtlich derer die Benutzung der Widerspruchsmarke glaubhaft gemacht wurde, nicht ähnlich. Warenähnlichkeit setzt voraus, dass die beteiligten Verkehrskreise, hier die Masse der Verbraucher, aufgrund der Beschaffenheit der Waren, ihrer regelmäßigen betrieblichen Herkunft, ihrer regelmäßigen Vertriebs- oder Erbringungsart, ihrem Verwendungszweck und ihrer Nutzung, ihrer wirtschaftlichen Bedeutung, ihrer Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte oder anderer für die Frage der Verwechslungsgefahr wesentlicher Gründe der Meinung sein könnten, dass die Waren aus denselben oder ggf. wirtschaftlich verbundenen Unternehmen stammen, wenn sie mit denselben Marken gekennzeichnet sind (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl. § 9 RdNr 57 mwN).

Für eine solche Annahme spricht vorliegend nichts. Allein die Tatsache, dass man (bei bestimmungsgemäßer Verwendung verdeckte) Teile von Betten und „Bild-, Plakat- und Fototräger“ bei der Einrichtung von Wohnräumen verwenden kann und diese Waren sämtlich aus Holz sein können, reicht zur Bejahung einer Warenähnlichkeit nicht aus. Denn im Übrigen ist die Beschaffenheit der einander gegenüberstehenden Waren völlig unterschiedlich, sie haben unterschiedliche Verwendungszwecke und werden auch unterschiedlich benutzt. Die wirtschaftliche Bedeutung ist nicht vergleichbar, es besteht keine Konkurrenz zwischen ihnen, und sie ergänzen einander auch nicht. Insgesamt besteht mithin für die angesprochenen Verkehrskreise keinerlei Veranlassung, die Waren, sollten sie gleich gekennzeichnet sein, einem Unternehmen zuzuordnen.

Dass jemand, der Waren aus Holz oder aus Metall herstellt, auch „Bild-, Plakat- und Fototräger“ produzieren kann und dies für eigene Präsentationszwecke auch tut, kann demgegenüber keine Warenähnlichkeit begründen.

Da es mithin bereits an der Ähnlichkeit der relevanten Waren und damit an einer unabdingbaren Voraussetzung für die Feststellung markenrechtlicher Verwechslungsgefahr fehlt, kam es auf die Markenähnlichkeit ebenso wenig an wie auf die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke.

Nach alledem war der Beschwerde stattzugeben.

Hinsichtlich der Kosten verbleibt es bei der Regel des § 71 Abs 1 S 2 MarkenG. Anhaltspunkte, die es geboten hätten, einer der Beteiligten die Kosten aufzuerlegen, sind weder vorgetragen noch ersichtlich.

Kraft

Bayer

Friehe-Wich

WA