



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 67/14

(Aktenzeichen)

Verkündet am
3. Februar 2015

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2013 034 383

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 3. Februar 2015 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Albrecht, des Richters Hermann und der Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die Eintragung der für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 9: Tonträger, Bildaufzeichnungen; Videoaufzeichnungen; CDs, DVDs und andere digitale Aufzeichnungsträger

Klasse 16: Druckereierzeugnisse

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen

Klasse 35: Werbung; Werbung für Unterhaltungsveranstaltungen und kulturelle Veranstaltungen; Werbung für Konzerte

Klasse 41: Organisation und Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen und kulturellen Veranstaltungen; Organisation und Durchführung von Konzerten; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen und kulturelle Veranstaltungen; Informationen über Konzerte; Aufzeichnung von Ton- und Videoaufnahmen von Unterhaltungsveranstaltungen und kulturellen Veranstaltungen

gen; Aufzeichnung von Ton- und Videoaufnahmen von Konzerten; Filmproduktion

angemeldeten Wortmarke 30 2013 034 383

Legacy Open Air

ist aus der für die Waren

Klasse 18: Rucksäcke, Taschen

Klasse 20: Schlafsäcke für Campingzwecke, Luftmatratzen, Isoliermatten für Campingzwecke, Campingmöbel

Klasse 22: Zelte, Planen

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

eingetragenen, prioritätsälteren Wort-/Bildmarke EM 007 384 217



und aus der gleichlautenden für die Waren

Klasse 18: Rucksäcke, Taschen

Klasse 20: Schlafsäcke, Luftmatratzen

Klasse 22: Zelte

eingetragenen, prioritätsälteren Wortmarke EM 001 046 861

Open Air

Widerspruch erhoben worden.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Widersprüche mit Beschluss vom 17. Juli 2014 zurückgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, es bestehe keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Ausgehen sei von durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchszeichen und einer zwischen den einander gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen bestehenden, bis zur Teilidentität reichenden Ähnlichkeit.

In schriftbildlicher Hinsicht wiesen die Zeichen deutliche Unterschiede auf, da die angegriffene Wortmarke anders als die Widerspruchszeichen, wovon eines zudem Bildbestandteile enthalte, als erstes Wort „Legacy“ enthalte.

Begriffliche Ähnlichkeit bestehe aufgrund dieses Bestandteils nicht, da er ein synonymes Verständnis verhindere.

In klanglicher Hinsicht stünden sich die Wörter „Legacy Open Air“ und „Open Air“ gegenüber. Das angegriffene Zeichen bestehe aus sechs Silben, die Widerspruchsmarken aus drei, wobei die Anfangselemente der Zeichen verschieden seien, so dass keine verwechslungsbegründende klangliche Ähnlichkeit zwischen den Vergleichsmarken vorliege.

Eine Prägung der angegriffenen Marke durch „Open Air“ scheidet aus, weil sich diese Worte mit dem ihnen vorangestellten Wörter „Legacy“ zu einem Gesamtbegriff verbunden hätten.

Gegen den Beschluss der Markenstelle wendet sich die Widersprechende mit der Beschwerde. Zu deren Begründung trägt sie vor, die durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarken seien in der angegriffenen Marke identisch

enthalten. Der Zusatz „Legacy“ werde als „Erbe“ oder „Vermächtnis“ verstanden, was auf eine Nachfolge zu den Widerspruchszeichen hindeute. „Open Air“ sei selbständig kennzeichnend. Die Widersprechende beantragt unter Beschränkung der Widersprüche auf Waren der Klasse 25,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 17. Juli 2015 aufzuheben und die Marke 30 2013 034 383 für die Waren der Klasse 25 zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat keinen Erfolg. Zwischen der angegriffenen Marke und den prioritätsälteren Widerspruchsmarken besteht keine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 i. V. m. § 125 b Nr. 1 MarkenG.

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit bzw. der Identität der Marken und der für die Marken eingetragenen Waren bzw. Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke. Ein geringerer Grad des einen Faktors kann so durch einen erhöhten Grad des anderen ausgeglichen werden (ständige Rechtsprechung, vgl. BGH GRUR 2008, 905 - Pantohehexal).

Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei aber ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente von besonderer Bedeutung sind (EuGH GRUR 2010, 933 - Barbara Becker; BGH GRUR 2012, 64 - Maalox/Melox-GRY).

Ausgehend von diesen rechtlichen Grundsätzen besteht zwischen den streitgegenständlichen Marken selbst bei Identität der Waren keine markenrechtliche Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, denn die Widerspruchsmarken verfügen wegen ihres für die noch maßgeblichen Waren der Klasse 25 beschreibenden Anklages bzw. Bestimmungshinweises über einen von Haus aus sehr geringen Schutzzumfang. „Open Air“ verstehen auch die Verkehrskreise ohne Englischkenntnisse und bringen es in erster Linie mit Veranstaltungen im Freien in Verbindung bzw. gebrauchen es synonym. Es wird spezielle Bekleidung für Open Air Festivals, welche regelmäßig mit Campingaufenthalten einhergehen können, angeboten, deren Bestimmung mit „Open Air“ beschrieben werden kann, wie überhaupt Bekleidung für die Verwendung im Freien.

Eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft kommt aber nur Marken zu, die uneingeschränkt zur Unterscheidung der Waren und Dienstleistungen ihres Inhabers geeignet sind (EuGH GRUR Int. 1999, 734, 736 - Lloyd). Schutzunfähige Zeichen und Angaben können für sich genommen nicht Grundlage einer markenrechtlich relevanten Verwechslungsgefahr sein. Das bedeutet, dass der Schutzbereich von Marken, die nur eine geringe Unterscheidungskraft aufweisen, eng zu bemessen ist. Handelt es sich bei der eingetragenen prioritätsälteren Marke um eine beschreibende oder sonst schutzunfähige Angabe, so kann ihr wegen der Bindungswirkung der Eintragung zwar nicht jeder Schutz abgesprochen werden. Jedoch ist der Schutzbereich einer solchen Marke auf ein Minimum zu beschränken, mit der Folge, dass schon geringe Abwandlungen oder Hinzufügungen aus ihrem Schutzbereich herausführen (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 2012, 1040 - pjur), auch wenn diese selbst nur über eine geringe Kennzeichnungskraft verfügen.

Wegen des geringen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarken besteht zwischen ihnen und der angegriffenen Marke trotz der Übernahme der Bestandteile „Open Air“ in die angegriffene Marke und einer daraus resultierenden gewissen Annäherung der Marken keine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Die Ähnlichkeit der beiderseitigen Marken in ihrer jeweils eingetragenen Form ist in klanglicher und schriftbildlicher Hinsicht, wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, als sehr gering zu bewerten, was bei der geringen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke für die Feststellung einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr nicht ausreicht.

Der Bestandteil „Open Air“ der angegriffenen Marke ist auch nicht geeignet, deren Gesamteindruck zu prägen und so eine mittelbare Verwechslungsgefahr hervorzurufen. Die Eignung zur Prägung des Gesamteindrucks fehlt diesem mit den Widerspruchsmarken übereinstimmenden Bestandteil schon deshalb, weil er für die hier maßgeblichen Waren angesichts seines beschreibenden Charakters nur über eine geringe Kennzeichnungskraft verfügt. Nur wenn eine ältere Kennzeichnung in eine jüngere, aus mehreren Bestandteilen zusammengesetzte Marke übernommen wird und darin – ohne allein deren Gesamteindruck zu prägen – eine selbständig kennzeichnende Stellung behält und dadurch bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck entstehen kann, dass die fraglichen Waren zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen, kann eine Verwechslungsgefahr gegeben sein. Hierfür müssten allerdings weitere besondere Umstände hinzutreten, die den Bestandteil als eine im Rahmen des Gesamtzeichens selbständige Kennzeichnung erscheinen lassen. Auf Grund des Charakters der angegriffenen Marke nimmt der Wortbestandteil „Open Air“ in dieser jedoch keine selbständig kollisionsbegründende Stellung ein, weshalb der Durchschnittsverbraucher auch nicht annehmen wird, dass die betreffenden Waren aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen stammen. Die Markenstelle hat zutreffend darauf hingewiesen, dass mit dem weiteren Bestandteil „Legacy“ aus

dem geläufigen Begriff „Open Air“ ein Gesamtbegriff eigener Aussage werde. Selbst wenn man davon ausgehen würde, das Publikum übersetze „Legacy“ zwanglos mit „Erbe“, rechtfertigt dies daher entgegen der Ansicht der Widersprechenden nicht die Annahme, man würde an eine Nachfolge der Widerspruchszeichen denken.

Auch eine markenrechtlich relevante begriffliche Verwechslungsgefahr der Marken besteht daher nicht. Die Übereinstimmung von Marken in beschreibenden Begriffen oder an diese angelehnten Bestandteilen reicht für die Annahme einer markenrechtlichen Verwechslungsgefahr nicht aus (st. Rspr.; vgl. BPatG 24 W (pat) 113/04 - FITAMIN/VIT-H-MIN; 25 W (pat) 34/07 - Sucren/SUKRINETTEN). Das gilt insbesondere für Fälle wie den vorliegenden, in denen die Übereinstimmung in einem beschreibenden Bestandteil die einzige Gemeinsamkeit beider Marken, weil das Publikum dann den Marken allenfalls dieselbe beschreibende Aussage entnimmt, die Marken aber nicht demselben Unternehmen zuordnet (BPatG 24 W (pat) 113/04 - FITAMIN/VIT-H-MIN; OLG München GRUR-Prax 2010, 285, 287 - I Pneus-Online).

Weitere Tatsachen, die eine Verwechslungsgefahr der Marken nahelegen könnten, sind nicht ersichtlich. Daher konnte die Beschwerde der Widersprechenden keinen Erfolg haben.

Für eine Auferlegung der Kosten des Beschwerdeverfahrens auf eine der am Verfahren beteiligten Parteien (§ 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG) besteht nach der Sach- und Rechtslage keine Veranlassung, da die Bedeutung von „Legacy“ unterschiedlich interpretiert werden kann.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Dr. Albrecht

Hermann

Werner

Hu