

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 109/00

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 15 486

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 11. Oktober 2000 durch die Vorsitzende Richtern Winkler und die Richter Dr. Fuchs-Wisseemann und Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die am 24. Juli 1998 für

"Druckereierzeugnisse; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten"

und die Dienstleistungen

"Sportliche Aktivitäten"

eingetragene Wort-Bild-Marke

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben aus der seit 12. September 1996 unter 396 30 085 unter anderem für

"Ober- und Unterbekleidungsstücke für Damen, Herren und Kinder, auch gestrickt und gewirkt, aus Pelz, Leder oder Lederimitationen; Sport- und Badebekleidungsstücke, Bademäntel, Hemden, Blusen, Nachtwäsche, Strumpfwaren; Miederwaren, nämlich Mieder, Korsetts, Korseletts, Hüfthalter, Strumpfhaltergürtel sowie Büstenhalter; Kopfbedeckungen, Krawatten, Hals-, Schulter-, Kopf- und Einstecktücher, Hausschuhe, Schuhwaren"

eingetragenen Bildmarke

siehe Abb. 2 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit der Begründung zurückgewiesen, daß auch bei identischen Waren und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke der Markenabstand ausreichend sei, da "Eagle" bei der angegriffenen Marke nicht allein prägend sei, da "Green" vom natürlichen Erscheinungsbild eines Adlers abweiche.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie weist auf den Vorrang der Wortbestandteile bei der Benennung hin und sieht "Green" lediglich als beschreibendes Adjektiv, das weder schutzfähig noch prägend sei. Im übrigen verfüge die Widersprechende über eine Markenserie von 14 Marken, was in Verbindung mit der Tatsache, daß "Eagle" im deutschen "Adler", den Firmennamen der Widersprechenden, bedeute, ein deutlicher Hinweis allein auf sie sei.

Die Markeninhaber haben sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Nach §§ 9 Abs 1 Nr 2, 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der 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 Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (EuGH WRP 1998, 39, 41 - Sabèl/Puma).

Was die Waren betrifft, stehen sich teilweise identische, teilweise mehr oder weniger ähnliche Produkte und nicht ähnliche Waren (Druckereierzeugnisse) gegenüber, die von breitesten Verkehrskreisen in einer Vielzahl von Kaufentscheidungen erworben werden. Bei mangels entgegenstehender Anhaltspunkte anzunehmender durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sind, soweit auch identische Waren in Betracht kommen, an den zur Vermeidung von Kollisionen zu fordernden Markenabstand hohe Anforderungen zu stellen, die von der angegriffenen Marke jedoch eingehalten werden. Der Umstand, daß die Widersprechende über eine Vielzahl von "Eagle"-Zeichen verfügt, vermag nicht zu einer erhöhten Kennzeichnungskraft zu führen, da über die Benutzungslage der Zeichen und damit über den Grad ihrer Bekanntheit unter den beteiligten Kreisen keine Aussage getroffen werden kann.

Beim Vergleich der Marken ist von dem Erfahrungssatz auszugehen, daß der Durchschnittsverbraucher eine Marke regelmäßig als Ganzes wahrnimmt und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (BGH GRUR 2000, 506, 509 - ATTACHÉ/ Tisserand). Infolge der völlig unterschiedlichen bildlichen Gestaltung scheidet eine visuelle Verwechslungsgefahr aus. Was die klangliche Verwechslungsgefahr betrifft, ist zu berücksichtigen, daß sich der Verkehr bei kombinierten Wort/Bildzeichen jedenfalls bei - wie vorliegend - normaler Kennzeichnungskraft des Wortbestandteils eher an dem Wort als an dem Bildbestandteil orientiert, weil das Kennwort in der Regel die einfachste Form ist, die Ware unmißverständlich zu bezeichnen (BGH, aaO). Damit stehen sich "Eagle" (Widerspruchsmarke) und "Green Eagle Golfanlage" (angegriffene Marke) gegenüber. Es besteht kein Grund für den Verbraucher, "Golfanlage" wegzulassen, da dieser Begriff für keine der beanspruchten Waren unmittelbar beschreibend ist. Selbst wenn dies der Fall wäre, besteht jedenfalls kein Anlaß, auch "Green" wegzulassen, da es sich hierbei gerade nicht um ein typisches Attribut eines Adlers handelt, sondern um eine für Adler ungewöhnliche Farbe, die gleichzeitig ein Fachbegriff aus dem Golfsport (kurz geschorenes Rasenstück um das für den Ball bestimmte Loch) ist.

Es besteht auch keine Gefahr, die Marken gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen und sie nur einem Unternehmen zuzuordnen. Die Widersprechende verfügt zwar neben der Widerspruchsmarke noch über die Marken "Adler Eagle for Men", "Eagle", "Eagle by "Kern", "Eagle actual sportsware (hell und dunkel)", "Eagle for Youngsters", "Eagle Kids", "Eagle No. 5", "Eagle No. 7", "Eagle solid quality for you". Eine fälschliche Zuordnung zum Unternehmen der Widersprechenden erfolgt aber schon deshalb nicht, weil die Anordnung von "Eagle" bei der angegriffenen Marke im Vergleich zu den Marken der Widersprechenden systemwidrig ist. Während "Eagle" bei den Serienmarken der Widersprechenden immer den Anfang bildet, ist es beim angegriffenen Zeichen dem weiteren Bestandteil "Green" nachgestellt. Abgesehen davon setzt die Gefahr von Verwechslungen voraus, daß der Verbraucher den Seriencharakter auch erkennt, denn nur wer eine Serie kennt, kann ihr ein entsprechend gebildetes anderes

Zeichen zuordnen. Da über die Benutzungslage der weiteren "Eagle"-Zeichen der Widersprechenden nichts bekannt ist, kann auch nicht festgestellt werden, daß der Verbraucher die angegriffene Marke der "Eagle"-Serie der Widersprechenden zuordnen würde (vgl. Althammer-Ströbele, Markengesetz, 6. Auflage, § 9 Rdn 210ff mwN).

Von einer Kostenauflegung gemäß § 71 Abs 1 MarkenG wird abgesehen.

Winkler

Dr. Fuchs-Wisseemann

Sekretaruk

Mü/prö

Abb. 1



Abb. 2

