

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 254/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 395 51 240.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 7. November 2001 unter Mitwirkung der Richter Kraft und Reker sowie der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Juni 1998 und 17. Juli 2000 aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Marke 2 103 101 zurückgewiesen worden ist.

Die Löschung der Marke 395 51 240.9 wird wegen des Widerspruchs aus der Marke 2 103 101 angeordnet.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der Marke 395 51 240.9

siehe Abb. 1 am Ende

für die Waren

„Holzbetten; Bettdecken“

ist Widerspruch erhoben worden aus der für die Waren

„Bettgestelle, Lattenrahmen für Bettgestelle und Metallrahmen für Bettgestelle; Betten, Matratzen, Federbetten und –decken, Bettwäsche, Spannlaken, Wohn- und Schlafdecken, Kopfkissen für den Schlafgebrauch, Sofakissen und sonstige Heimtextilien, insbesondere synthetische Steppdecken, synthetische Wohn- und Schlafdecken, Handtücher, Deckbetten, Naturhaarbetten“

eingetragenen älteren Marke 2 103 101

siehe Abb. 2 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch sowie die Erinnerung der Widersprechenden zurückgewiesen, weil zwischen den Marken keine Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG bestehe. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die beiderseitigen kombinierten Wort-Bild-Marken unterschieden sich in ihren Bildbestandteilen deutlich voneinander. Der Gesamteindruck der Marken werde auch nicht von ihren Wortelelementen geprägt, weil die Bezeichnungen "TRAUMLAND" bzw. "Betten Traum Land" kennzeichnungsschwach seien. Auf den Warengeländen von Möbeln und Bettzubehör drängten sich nämlich Werbeaussagen, die das Wort "Traum" enthielten, geradezu auf. Das beiderseitige Markenwort "Land" sei eine werbeübliche Bezeichnung für ein Spezialgeschäft oder eine Spezialabteilung. Angesichts der

Kennzeichnungsschwäche der Wortelemente seien die Marken nur in ihrer Gesamtheit gegenüberzustellen, in der sie sich in jeder Richtung ausreichend unterscheiden.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit der Beschwerde. Sie ist der Auffassung, die Marken seien unter Berücksichtigung der Identität bzw hochgradigen Ähnlichkeit der Waren verwechselbar. Bei kombinierten Wort-Bild-Marken merke sich der Verkehr den Namen des Produkts, also das Wort. In ihren Wortbestandteilen unterschieden sich die in Frage stehenden Marken nur durch das Wort "Betten", das vom Verkehr aber als unmaßgeblich angesehen werde, weil es sich insoweit nur um eine Warenangabe handele. Die verbleibenden Wortbestandteile "Traum Land" bzw. "TRAUMLAND" seien so ähnlich, daß sich der Verkehr an die Unterschiede in der Schreibweise nicht erinnern werde. Die Bezeichnung "TRAUMLAND" sei auch weder schutzunfähig noch kennzeichnungsschwach, da sie die unter der Widerspruchsmarke beanspruchten Waren nicht beschreibe. Es würden weder Traumländer noch Träume unter der Marke angeboten, sondern Bettwaren. Aber auch bei einer Einbeziehung der Bildbestandteile beider Marken in die Prüfung sei eine Verwechslungsgefahr gegeben, weil der dargestellte Begriff, nämlich ein im Bett schlafender Mann, derselbe sei.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Juni 1998 und vom 17. Juli 2000 aufzuheben und die Löschung der Marke 395 51 240.9 wegen des Widerspruchs aus der Marke 2 103 101 anzuordnen.

Die Markeninhaberin hat sich zu der ihr zugestellten Beschwerde und deren Begründung nicht geäußert und auch keinen Antrag gestellt.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist begründet. Zwischen der Marke 395 51 240.9 und der prioritätsälteren Marke 2 103 101 besteht die Gefahr von Verwechslungen iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (EuGH GRUR 1998, 387, 389 – Sabèl/Puma). Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke. Insbesondere kann ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt (EuGH GRUR 1998, 922, 923 – Canon).

Die angegriffene Marke beansprucht Schutz für im wesentlichen die gleichen Waren, für die die Widerspruchsmarke eingetragen worden ist. Die Ware "Bettgestelle" der Widerspruchsmarke umfaßt die Ware "Holzbetten" der angegriffenen Marke. Die im Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke aufgeführten Waren "Federdecken, Schlafdecken und synthetische Steppdecken" sind "Bettdecken", wie sie von der Inhaberin der angegriffenen Marke beansprucht werden. Diese weitgehende Identität der beiderseitigen Waren erfordert einen deutlich überdurchschnittlichen Anforderungen liegenden Abstand der angegriffenen Marke gegenüber der Widerspruchsmarke.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist normal. Sie ist entgegen der Ansicht der Markenstelle insbesondere nicht dadurch geschmälert, daß es sich bei dem Wort "TRAUMLAND" um einen für Betten und Bettwaren beschreibenden oder durch anderweitige Benutzung originalitätsschwachen Begriff handelt. Die Bezeichnung "TRAUMLAND" stellt für die angeführten Waren keine konkrete Bezeichnung über die Art, die Beschaffenheit, die Bestimmung oder sonstige Eigen-

schaften dieser Waren dar. Dies gilt sowohl für die Wörter "TRAUM" und "LAND", aus denen er gebildet ist, als auch für den daraus gebildeten Gesamtbegriff "TRAUMLAND". Letzterer kann zum einen iSv "Land der Träume" verstanden werden, also iSv dem Reich, in das einen Träume während des Schlafes entführen, aber auch iSv einer Verkaufsstätte, die eine traumhafte Auswahl, traumhafte Preise, eine traumhafte Qualität oä zu bieten hat. Angesichts der Mehrdeutigkeit und Interpretationsfähig- und -bedürftigkeit kann von einer eindeutigen und konkret warenbeschreibenden Angabe, wie sie für eine Schutzversagung gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 oder 2 MarkenG erforderlich wäre (BGH GRUR 1996, 771, 772 – THE HOME DEPOT; 1999, 988, 989 – HOUSE OF BLUES), nicht die Rede sein. Für eine nachträglich in Folge einer umfangreichen Benutzung durch Dritte eingetretene Schwächung der Kennzeichnungskraft liegen dem Senat keine hinreichenden tatsächlichen Anhaltspunkte vor.

Die Marken weisen insbesondere klanglich eine für die Feststellung einer Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr. 2 MarkenG ausreichende Ähnlichkeit auf.

Für die Beurteilung der Ähnlichkeit von Marken ist auf deren jeweiligen Gesamteindruck abzustellen (EuGH aaO – Sabèl/Puma, S 390 Tz. 23; BGH Mitt 2000, 65 – RAUSCH/ELFI RAUCH). Das schließt aber nicht aus, daß einem einzelnen Zeichenbestandteil unter Umständen eine besondere, das Gesamtzeichen prägende Kennzeichnungskraft beizumessen ist und deshalb bei Übereinstimmung von Zeichen in dem jeweils prägenden Bestandteil die Gefahr einer Verwechslung der beiden Gesamtbezeichnungen zu bejahen ist. Voraussetzung hierfür ist, daß dem fraglichen Zeichenbestandteil in der kombinierten Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung zukommt und er deshalb geeignet ist, die Erinnerung an das Gesamtzeichen wachzurufen, während die weiteren Elemente der Marke nur eine eher untergeordnete Bedeutung haben (BGH aaO – RAUSCH/ELFI RAUCH).

Entgegen der in den angegriffenen Beschlüssen vertretenen Ansicht kommt den in beiden Marken bei mündlicher Wiedergabe übereinstimmenden Wortbestandteilen

"TRAUMLAND" bzw "Traum Land" diese selbständige, die Gesamtmarken prägende Kennzeichnungskraft zu.

Bei einer aus Wort- und Bildelementen bestehenden Marke sind, insbesondere was den klanglichen Gesamteindruck angeht, in aller Regel die Wortelemente für den Gesamteindruck prägend, weil sie sich zur mündlichen Bestellung von Waren eher eignen (BGH BIPMZ 2000, 322, 323 – PAPPAGALLO; BIPMZ 2001, 348, 349 - Dorf MÜNSTERLAND). Dies gilt auch für die im vorliegenden Fall zu beurteilenden Marken, da deren Bildbestandteile eine Vielzahl von Benennungen eröffnen, während die Wortbestandteile begrifflich eindeutig und somit leichter erfaßbar und besser rememberbar sind.

Von den Wortelementen der angegriffenen Marke stellt das an erster Stelle stehende Wort "Betten" eine glatt beschreibende Angabe über die Art der angebotenen Ware dar. Solche glatt warenbeschreibenden Angaben scheiden zur Benennung einer Marke in der Regel aus (BGH aaO – PAPPAGALLO). Zwar dürfen solche beschreibenden Angaben nicht von vornherein unberücksichtigt bleiben. Sie sind jedoch für den Gesamteindruck einer Marke nur dann von Bedeutung, wenn sie zusammen mit einem weiteren, kennzeichnungskräftigeren Bestandteil der Marke –z.B. in Folge der Verschmelzung zu einem Gesamtbegriff - wesentlich zur besonderen Identifizierung und damit zur Einprägsamkeit der Gesamtmarke beitragen (BGH GRUR 1999, 586, 587 – White Lion). Davon kann jedoch in Bezug auf das Wort "Betten" der angegriffenen Marke nicht ausgegangen werden. Bereits auf Grund der Anordnung dieses Wortes in der angegriffenen Marke oberhalb der folgenden Wörter "Traum Land" ist für den Verkehr erkennbar, daß es nicht zu dem folgenden Wort "Traum" gehören soll und die Marke nicht in dem von der Inhaberin der angegriffenen Marke vorgetragenen Sinne "Bettentraum-Land" zu verstehen ist. Die separate Voranstellung des warenbeschreibenden Begriffs "Betten" in einer eigenen Zeile läßt vielmehr den Schluß zu, daß der Verkehr diesen Begriff als Hinweis auf die Art der angebotenen Ware und die folgende Zeile "Traum Land" als Betriebs- und Herkunftskennzeichnung verstehen wird und die ange-

griffene Marke -wegen der erfahrungsgemäß gegebenen Tendenz zur Verkürzung längerer Bezeichnungen - auf den kennzeichnenden Teil "Traum Land" verkürzen wird. Angesichts der klanglichen Identität der sich in diesem Falle gegenüberstehenden Bezeichnungen "TRAUMLAND" und "Traum Land" auf dem Gebiet identischer bzw hochgradig ähnlicher Waren besteht eine hochgradige klangliche Verwechslungsgefahr, so daß die angefochtenen Beschlüsse in dem aus dem Beschlußtenor ersichtlichen Umfang keinen Bestand haben konnten und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen war.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs 1 S 1 MarkenG) lagen keine Anhaltspunkte vor.

Kraft

Eder

Reker

prä

Abb. 1



