

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 117/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
28. Januar 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 395 51 854

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 28. Januar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie Richterin Friehe-Wich und Richter Dr. van Raden

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die für "Bekleidungsstücke" eingetragene Wort/Bild-Marke:

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch eingelegt aus der prioritätsälteren Wortmarke 2 014 875

RENA LANGE,

eingetragen ua für

"Damen- und Herrenoberbekleidungsstücke, auch aus Leder und Pelz, Schuhe, Gürtel, Damen- und Herrenunter- und -nachtwäsche; alle vorgenannten Waren unter Ausschluß aller Ober- und Unterbekleidungsstücke sowie von Schuhen, Sonnenbrillen, Reise- und Handkoffer sowie von Taschen, soweit diese Waren zur Ausübung eines Sportes und/oder zum Vertrieb in Sportartikel- und Sportbekleidungsgeschäften bestimmt sind".

Nachdem die Markenstelle für Klasse 25 durch Beschluss eines Beamten des gehobenen Dienstes die Verwechslungsgefahr der Marken zunächst bejaht und die Löschung der angegriffenen Marke aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 2 014 875 angeordnet hatte, ist der Beschluss auf die Erinnerung der Markeninhaberin aufgehoben und der Widerspruch zurückgewiesen worden. Nach Ansicht des Erinnerungsprüfers wahren die Vergleichsmarken auch bei Anlegung strengster Maßstäbe den erforderlichen Abstand voneinander. Selbst wenn man von einer Benennung der angegriffenen Wort-Bildmarke allein mit dem Namen "Lange" ausgehe, bestehe keine Gefahr von Verwechslungen mit der Widerspruchsmarke "RENA LANGE". Im Modebereich gebe es keinen pauschal anwendbaren Erfahrungssatz, nach dem eine Kombination aus Vor- und Nachnamen stets auf den Nachnamen verkürzt werde. Die Frage, ob sich der Verkehr nur an dem Nachnamen orientiere, sei nach den konkreten Umständen des Einzelfalles zu beurteilen. Kurze, prägnante Vornamen, die mit dem Nachnamen erkennbar eine Einheit bildeten, wie bei "RENA LANGE", würden vom Verkehr in aller Regel als gleichwertig mit dem Nachnamen erachtet. Für eine Verkürzung der Widerspruchsmarke auf den Nachnamen habe der Verkehr daher keinen Anlass.

Dagegen wendet sich die Widersprechende. Ihr Begehren, den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die jüngere Marke zu löschen, begründet sie mit der Ansicht, die beteiligten Verkehrskreise würden davon ausgehen, mit "RENA LANGE" gekennzeichnete Kleidungsstücke stammten von einer gleichnamigen Designerin. Designernamen würden aber regelmäßig auf den Nachnamen verkürzt, weshalb mit einer Benennung der als berühmte Marke bekannten Kennzeichnung "RENA LANGE" allein mit dem Bestandteil "LANGE" zu rechnen sei.

Die Markeninhaberin ist dem mit dem bereits im Widerspruchsverfahren vorgebrachten Verweis auf ihr Recht, den Familiennamen zu führen, entgegen getreten. Sie hält den Zusatz des Logos "LM" sowie des Wortes "Moden" für ausreichend, um die Marken voneinander abzugrenzen. Die zunächst erhobene Nichtbenut-

zungseinrede hat die Markeninhaberin in der mündlichen Verhandlung nicht aufrecht erhalten.

Wegen des weiteren Vorbringens der Beteiligten wird auf die eingereichten Schriftsätze Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, aber nicht begründet, denn die jüngere Marke hält zu der Widerspruchsmarke einen Abstand ein, der mit hinreichender Sicherheit die Gefahr von Verwechslungen im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG ausschließt.

Der Auffassung der Inhaberin der angegriffenen Marke, sie sei nach § 23 Nr 1 MarkenG berechtigt, ihren Familiennamen im geschäftlichen Verkehr in redlicher Weise mit unterscheidenden Zusätzen zu nutzen, kann allerdings nicht gefolgt werden, denn die Befugnis zur Führung des Familiennamens umfaßt nicht das Recht, diesen Namen in einer die Gefahr von Verwechslungen mit einer älteren Marke begründenden Weise markenmäßig zu gebrauchen. Wer seinen Namen als Marke oder Bestandteil einer Marke schützen läßt, kann sich nicht auf das Recht der Gleichnamigen berufen (vgl Althammer/Ströbele/Klaka, Markengesetz, 6. Aufl, § 15 Rdn 72). Seine Marke unterliegt ebenso wie jede andere Marke der Prüfung, ob nach den anerkannten Grundsätzen der Rechtsprechung die Gefahr von Verwechslungen mit der älteren Marke im Sinne des § 9 Abs 2 Nr 1 MarkenG besteht.

Bei dieser Beurteilung sind mehrere Komponenten zu berücksichtigen, die zueinander in einer Wechselbeziehung stehen, insbesondere die Ähnlichkeit oder Identität der Marken einerseits und die Ähnlichkeit oder Identität der jeweils beanspruchten Waren und Dienstleistungen andererseits, sowie die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl EuGH GRUR 1998, 387, 389 - Sabèl/Puma; 1998, 922, 923 - CANON). Im vorliegenden Fall ist, da es jeweils um Bekleidungsstücke geht, von Warenidentität und einem dementsprechend strengen Maßstab

bei der Beurteilung des erforderlichen Abstands zwischen den Marken auszugehen. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke kann allerdings mangels anderweitiger Anhaltspunkte nur als durchschnittlich eingestuft werden. Soweit die Widersprechende - unsubstantiiert - behauptet, "RENA LANGE" sei eine sehr bekannte Marke, mag dies unter Umständen für Designerkreise und einen kleinen Kreis von Käuferinnen hochpreisiger Modellkleidung zutreffen, reicht aber für die Annahme einer erhöhten Kennzeichnungskraft und eines entsprechend erweiterten Schutzbereichs der für Bekleidung allgemein (ausgenommen Sportbekleidung) geschützten älteren Marke keinesfalls aus. Erst recht kann aus einer etwaigen Bekanntheit des Gesamtnamens nicht auf die Bekanntheit des Nachnamens "LANGE" allein geschlossen werden, der als außerordentlich verbreiteter Familienname für sich gesehen keine nennenswerte Individualität besitzt.

Unter diesen Voraussetzungen hat die Markenstelle in dem angefochtenen Beschluss zutreffend festgestellt, dass die Widerspruchsmarke "RENA LANGE" als Gesamtname anzusehen ist, der angesichts des wenig prägnanten Familiennamens "LANGE" keine Veranlassung gibt, die Marke allein mit diesem zu benennen. Seine Individualität erhält der Nachname erst durch den Vornamen "RENA", der nicht alltäglich ist und sich von seinem Wortcharakter her mit dem Nachnamen "LANGE" zu einer klanglich wie optisch zusammenpassenden Einheit verbindet.

Soweit die Widersprechende geltend macht, im Modebereich sei die Verkürzung von Designernamen auf den Nachnamen üblich (zB Dior-Kleid), kann ihr in dieser Allgemeinheit nicht gefolgt werden. Nach der "Lions"-Entscheidung (BGH GRUR 241, 244 reSp) hat der Verkehr gerade im Modebereich, in dem er an Kennzeichen aus vollständigen, Vor- und Familiennamen umfassenden Namen gewöhnt ist, keinen Anlass, sich nur am Nachnamen zu orientieren, ebenso wie der Bundesgerichtshof generell einen Erfahrungssatz ablehnt, wonach der Verkehr bei einer Kombination aus Vor- und Nachnamen den Vornamen vernachlässigt (vgl auch BGH GRUR 2000, 233 - RAUSCH/ELFIE RAUCH; 2000, 1031,

1032 - Carl Link). Dies ist nur bei Vorliegen besonderer Umstände anzunehmen. So kann bei einem aus Vornamen und prägnantem Nachnamen bestehenden Designernamen der Vorname in den Hintergrund treten, wenn der Designername insgesamt überdurchschnittlich bekannt ist und der Nachname im Geschäftsverkehr, insbesondere in der Werbung, auch ohne den Vornamen verwendet wird (vgl zB die in BGH GRUR 1991, 475, 477 - Caren Pfleger - zitierten Beispiele Chanel, Cardin, Balmain, Lagerfeld, Givenchy). Solche Voraussetzungen liegen bei dem Nachnamen "LANGE", der eher ein Allerweltsname ist und von der Widersprechenden auch unbestritten stets mit dem Vornamen verwendet wird, aber nicht vor. Soweit die Widersprechende geltend macht, ihre Kundinnen würden nur von einem "Lange-Kostüm" oder "Lange-Kleid" sprechen, mag dies in Einzelfällen zutreffen. Es handelt sich hier aber um eine im allgemeinen nur unter "Insidern" verwendete informelle Bezeichnung, bei der oder die Angesprochene weiß, dass es sich um ein "RENA LANGE" - Modell handelt.

Damit ist nicht zu befürchten, dass es in einem noch erheblichen Umfang zu Verwechslungen mit der jüngeren Marke kommt, obwohl diese durch den Namensbestandteil "Lange" geprägt sein dürfte, weil "Moden" ein rein beschreibender Zusatz ist und das Logo "LM" bei der Benennung der Marke im Geschäftsverkehr keine wesentliche Rolle spielen wird.

Die fehlende eigenständige Kennzeichnungsfunktion des Bestandteils "LANGE" der Widerspruchsmarke schließt auch eine assoziative Verwechslungsgefahr zwischen den Marken aus (§ 9 Abs 1 Satz 2 Halbs 2 MarkenG).

Hinsichtlich der Kosten des Verfahrens waren keine Gründe ersichtlich, von der Regel des § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen.

Dr. Schermer

Friehe-Wich

Dr. van Raden

Pü

Abb. 1

