

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 193/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 300 18 064

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. September 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

In das Markenregister eingetragen ist unter der Rollnummer 300 18 064 die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

als Kennzeichnung unter anderem für folgende Waren:

KI 14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattinierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine, Uhren und Zeitmessinstrumente;

KI 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

Auf diese Waren beschränkt hat die Inhaberin der rangälteren Marek 398 13 516

siehe Abb. 2 am Ende

Widerspruch erhoben. Diese Marke ist für folgende Waren eingetragen:

Klasse 14: Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine;
Uhren und Zeitmessinstrumente;

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen.

Die Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts hat – mit Beschluss eines Beamten des gehobenen Dienstes - eine Verwechslungsgefahr bejaht und insoweit die Löschung der jüngeren Marke angeordnet. Zur Begründung ist ausgeführt, die Vergleichswaren seien weitgehend identisch, was einen deutliche Abstand der Marken erfordere. Dieser sei jedoch nicht eingehalten, denn die Zeichen stünden sich klanglich zu nahe. Auch wenn die Unterschiede bei korrekter Aussprache zu einer abweichenden Silbenzahl führten, so reiche dies wegen der unklaren Schreibweise des Wortes „Eliseo“ nicht aus, denn dieser spanische Vorname sei hier weitgehend unbekannt. In dem Wort „Elysee“ hingegen werde ohne weiteres der Name des Amtssitzes des französischen Staatspräsidenten erkannt, so dass die Gefahr bestehe, maßgebliche Verkehrskreise würden in der angegriffenen Marke diesen ihnen geläufigen Begriff sehen.

Die Markeninhaberin hat hiergegen Beschwerde eingelegt, denn sie hält den Klangunterschied der beiden Marken für ausreichend. Das Wort „Eliseo“ werde wegen des letzten Vokals „o“ nicht nur ganz anders betont als die Widerspruchsmarke „ELYSEE“, sondern es weise insgesamt wegen der Endung „eo“ auf den italienischen oder spanischen Sprachraum hin, wohingegen „ee“ französischer Herkunft ist. Dies werde vom Verbraucher auch erkannt, denn er sei an fremdsprachige Produktmarkierungen gewohnt. Zudem sei „Eliseo“ der Vorname des Geschäftsführers der Markeninhaberin.

Die Markeninhaberin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die Widersprechende hat sich im Beschwerdeverfahren nicht zur Sache geäußert.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss sowie auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig (§§ 165 Abs 4 und 5, 66 Abs 1 und Abs 2 MarkenG), hat in der Sache aber keinen Erfolg, denn es besteht Verwechslungsgefahr iSv § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Rechtsfrage, ob eine Verwechslungsgefahr vorliegt, ist unter Berücksichtigung des Einzelfalls durch die Abwägung insbesondere der Faktoren Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen, Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und Ähnlichkeit der Marken zu entscheiden (ständige Rechtsprechung zB EuGH MarkenR 1999, 20 - Canon; BGH MarkenR 2001, 204 - EVIAN/REVIAN). Im

vorliegenden Fall ist bei den Waren von der Registerlage auszugehen (die Benutzung wurde, obwohl die Schonfrist bereits abgelaufen ist, nicht bestritten), so dass sich weitgehend identische bzw erheblich ähnlichen Waren gegenüberstehen. Hier kann der Rechtsinhaber eines älteren Markenrechts einen besonders deutlichen Abstand der jüngeren Marke verlangen, vorausgesetzt es liegen keine diesen Rechtsanspruch oder die Verwechslungsgefahr an sich mindernden Umstände vor. Derartige ist hier nicht ersichtlich. Der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke ist durchschnittlich, denn die Gesamtmarke ist auch als Hinweis auf den Präsidentensitz in Frankreich für die geschützten Waren durchaus zur Produktidentifikation geeignet. Was die konkrete Verwechslungssituation betrifft, so ist vom Verbraucherleitbild des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbrauchers auszugehen, denn alle Produkte können sich im mittleren Preissegment bewegen. Der Grad der Aufmerksamkeit beim Erwerb und Umgang mit den Waren wird also im üblichen durchschnittlichen Bereich sein.

Vor diesem Hintergrund reicht der Abstand der Marken – wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat - zumindest in klanglicher Hinsicht nicht aus, um Verwechslungen im hinreichenden Ausmaß zu verhindern. Auf Seiten der Widerspruchsmarke ist es der Wortbestandteil „ELYSEE“, der die Wort-/Bildmarke prägt, so dass dieser allein der jüngeren Marke „Eliseo“ gegenüberzustellen ist. Während das Wort „Elysee“ weithin bekannt ist – Nachrichten aus Frankreich sprechen oft von Verlautbarungen des Präsidenten aus dem „Elysee-Palst“ – kennt man „Eliseo“ als spanischen, portugiesischen und auch italienischen Vornamen gemeinhin nicht. Geläufig sind hier allenfalls bekannte ausländische Vornamen wie Matteo, Romeo, Francesco usw, Eliseo gehört nicht dazu, auch wenn es der Vorname des Geschäftsführers der Markeninhaberin ist. Der Großteil der Verbraucher wird „Eliseo“ daher als Phantasiewort auffassen, wobei er wegen der Endung „eo“ durchaus an den italienisch/spanischen Sprachraum denken mag. Eine Merkhilfe oder Gedankenstütze bietet ihm das Wort aber nicht. Die Markenstelle hat zudem zu Recht darauf hingewiesen, dass die Schreibweise der

jüngerer Marke undeutlich ist; denn das „o“ ist durch den nach innen gezogenen Kringel untypisch geschrieben, womit bei einer entsprechenden kleinen Markierung des Wortes zB auf Uhren oder Schmuck durchaus der Gedanke an ein zweites „e“ aufkommen könnte. Unabhängig davon ist aber bei Gewichtung der hier gegebenen, für eine Verwechslungsgefahr maßgebenden Umstände, der Unterschied zweier Marken in nur einem Buchstaben und noch dazu am Wortende nicht ausreichend um eine rechtserhebliche Gefahr von Verletzungen zu verneinen. Schon wenn der letzte Buchstabe „o“ in der jüngerer Marke verschluckt oder nur undeutlich ausgesprochen wird, sind beide Marken klanggleich. Zu einer Betonungsabweichung führt dieses „o“ entgegen der Ansicht der Markeninhaberin nicht, denn betont wird jeweils auf dem letzten „e“. Schließlich gibt es in Bezug auf die Waren auch keine derartig und ohne weiteres ersichtlichen Bedeutungsanklänge, die die vorliegende Verwechslungsgefahr verhindern könnten.

Damit war die Beschwerde ohne Erfolg

Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst, § 71 Abs 1 Satz 2 Markengesetz.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Na

Abb. 1



Abb. 2

