



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 25/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
24. November 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 399 60 360.3

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 24. November 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterinnen Sredl und Bayer

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 29. September 1999 angemeldete Wortmarke

Seven sins

ist am 29. Februar 2000 für die Waren und Dienstleistungen

"Seifen, Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Minidisks und CDs; Druckereierzeugnisse, Fotografien, Spielkarten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Unterhaltung, insbesondere Musikdarbietungen, kulturelle Aktivitäten"

unter der Nummer 399 60 360 in das Markenregister eingetragen worden.

Die Inhaberin der im Jahre 1999 für die Waren

"Parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux ; montres, horloges et instruments chronométriques ; Papier, carton et produits en ces matières non compris dans d'autres classes; produits de l'imprimerie; journaux, revues, livres, agendas, cahiers de textes; photographies, papeterie, cahiers, blocs pour prendre des notes, porte-plume, porte-crayons, plumes, crayons, chemises pour documents, pochettes pour passeports; chemises avec élastique, couvertures à anneaux pour cahiers, couvertures pour livres et cahiers, sachets en papier ou en matières plastiques, articles pour reliures, adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage; matériel pour les artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes); cartes à jouer; caractères d'imprimerie; clichés ; Articles en cuir et imitations du cuir non compris dans d'autres classes; sacs à dos, petits sacs à dos, serviettes d'écoliers, bourses, sacoches pour porter les enfants, gros sacs de voyage, sacs et gros sacs pour le sport; sacs à main, sacs de campeurs, sacs de plage, sacs de voyage, sacs d'alpinistes, sacs d'écoliers, serviettes (maroquinerie), portefeuilles, porte-monnaie non en métaux précieux, sacs à porter à la ceinture, valises; parapluies et parasols; malles, cannes; fouets et sellerie; étuis pour clés (maroquinerie), mallettes en matières plastiques ; Vêtements (y compris lingerie de corps et pour la mer), chaussures, chapellerie"

international registrierten Marke 720 998



und der im Jahre 2000 für die Waren

"Parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour les cheveux; savons ; lunettes et accessoires pour lunettes; étuis pour lunettes; baromètres, thermomètres et hygromètres de table et à accrocher au mur; machines à calculer; équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs; disques compacts, appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images; supports d'enregistrement magnétiques; disques acoustiques; programmes d'ordinateur; disquettes magnétiques pour ordinateur; appareils photographiques et optiques; appareils téléphoniques; agendas électroniques; casques de protection, mouse pads (petits tapis pour la souris d'ordinateur); Véhicules terrestres, en particulier bicyclettes, scooters, motos, leurs pièces et accessoires; Montres, pendulettes, horloges et leurs étuis, instruments chronométriques, bijouterie, porte-clefs de fantaisie; instruments de musique; Papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes; produits de l'imprimerie; revues; livres, agendas, cahiers de textes; photographies; papeterie; cahiers, blocs-notes, porte-plume, porte-crayons, plumes, crayons, chemises pour documents, pochettes pour passeports, chemises avec élastique; couvertures en anneau pour cahiers, couvertures pour livres et cahiers, mallettes pour documents, sachets en papier ou en matières plastiques, sous-main, presse-papiers, pince-notes, coupe-papier, calendriers, porte-calendriers, cadres pour photos, articles pour reliures, adhésifs (matières collantes pour la papeterie ou le ménage); matériel pour les artistes; pinceaux;

machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes); cartes à jouer; caractères d'imprimerie; clichés, porte-chèques; Articles en cuir et imitations du cuir non compris dans d'autres classes; sacs à dos, petits sacs à dos, serviettes d'écoliers, bourses, sacoches pour porter les enfants, sacs, sacs à provisions, sacs et gros sacs de voyage, sacs et gros sacs pour le sport; sacs à main, sacs de campeurs; sacs de plage; sacs d'alpinistes; serviettes d'écoliers, attachés-cases, portefeuilles, porte-monnaie non en métaux précieux; étuis pour clefs (maroquinerie), poches à porter à la ceinture, valises, parapluies et parasols; malles, cannes, fouets et sellerie; Sacs de couchage pour le camping; matelas pour le camping; porte-revues; tentes pour le camping, sacs, enveloppes, pochettes pour l'emballage en matières textiles; vêtements (y compris lingerie de corps et vêtements pour la mer), chaussures, bottes, pantoufles, sandales, ceintures, chapellerie ; jeux, jouets; articles de gymnastique et de sport non compris dans d'autres classes; décorations pour arbres de Noël"

international registrierten Marke 731 954

Seven

hat dagegen Widerspruch erhoben.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 31. März 2003 durch eine Prüferin des gehobenen Dienstes die Widersprüche zurückgewiesen. Ausgehend von durchschnittlicher Kennzeich-

nungskraft der Widerspruchsmarken und teilweiser Identität der sich gegenüber stehenden Waren bestehe selbst bei identischen Waren keine Verwechslungsgefahr, da die Zeichen in der Gesamtheit zu unterschiedlich seien. Eine Prägung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke "seven sins" durch den Bestandteil "seven" komme nicht in Betracht. Eine kennzeichnende Funktion des Zahlwortes "seven" der jüngeren Marke sei fraglich. Der inländische Verkehr werde die jüngere Marke nicht auf das Element "seven" verkürzen, zumal die angegriffene Marke ein geschlossenes Ganzes mit inhaltlicher Bedeutung sei. Der Teil des Verkehrs, der das Wort "sins" keinem deutschen Begriff zuordnen könne, werde ohnehin keinen der beiden Teile vernachlässigen.

Hiergegen hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt und beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts vom 31. März 2003 aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die angegriffene Marke werde von dem Bestandteil "seven" geprägt, da der Verkehr mit dem Bestandteil "sins" nichts anfangen könne. Die Widerspruchsmarken würden mit "seven" wiedergegeben. Es bestehe größtenteils Warenidentität. Der Verkehr werde die Marken unmittelbar verwechseln, zumindest aber gedanklich miteinander in Verbindung bringen. Soweit die Beschwerdegegnerin auf Marken mit dem Bestandteil "seven" hingewiesen habe, die für andere als die Widersprechende eingetragen seien, sei über deren Benutzung nichts gesagt. Die Widersprechende habe auch gegen eine Reihe der genannten Zeichen Widerspruch eingelegt. Ferner teilte die Vertreterin der Beschwerdeführerin mit, dass laut deren Auskunft diese ihre Rechte an den beiden Widerspruchsmarken hinsichtlich der Klasse 25 am 4. November 2005 auf eine andere Firma übertragen habe, nach den vorliegenden Informationen ein Umschreibungsantrag bis dato jedoch nicht gestellt worden sei.

Die Inhaber der angegriffenen Marke beantragen,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie sind der Auffassung, dass "seven sins" als Gesamtbegriff, nämlich die sieben (Tod)Sünden aufzufassen sei. Der Bestandteil "seven" präge nicht den Gesamteindruck der angegriffenen Marke. Diese unterscheidet sich klanglich und schriftbildlich deutlich von den Widerspruchsmarken, welche auch bildlich ganz anders gestaltet seien. Die Marken würden auch nicht gedanklich miteinander in Verbindung gebracht. Es gebe zahlreiche weitere Marken mit dem Bestandteil "7" oder "seven". Der Bestandteil sei als Grundzahl derart beschreibend, dass der Verkehr ihn nicht als Stammbestandteil einer Serie auffasse. Hinsichtlich der Klasse 25 fehle der Widersprechenden die materielle Berechtigung, da sie angegeben habe, die Widerspruchsmarken in Klasse 25 auf eine dritte Person übertragen zu haben.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten und das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 24. November 2005, zu der die Beschwerdeführerin nicht erschienen ist, Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat in der Sache keinen Erfolg, da keine Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG besteht.

Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr sind sämtliche Waren der Widerspruchsmarken zu berücksichtigen. Auch wenn die Vertreterin der Beschwerdeführerin mitgeteilt hat, dass laut Auskunft derselben diese ihre Rechte an den beiden Widerspruchsmarken hinsichtlich der Klasse 25 am 4. November 2005 auf eine andere Firma übertragen habe, ist dadurch die Vermutungswirkung des § 28 Abs 1 iVm § 107 MarkenG, dass der eingetragenen Inhaberin der Widerspruchsmarken

marken die Rechte an den Marken zustehen, nicht widerlegt, da keine Unterlagen vorliegen, die belegen, dass die Markenrechte tatsächlich bereits übertragen (und etwa nicht nur verkauft) worden sind, zumal laut Angaben der Widersprechenden ein Umschreibungsantrag nicht gestellt ist.

Soweit sich die Zeichen auf identischen Waren begegnen können, besteht keine Verwechslungsgefahr. Umso weniger besteht eine Verwechslungsgefahr, soweit lediglich eine Warenähnlichkeit vorliegt.

Es sind einige Anhaltspunkte vorhanden, dass die Widerspruchsmarken in ihrer Kennzeichnungskraft geschwächt sind, da die Zahl 7 zumindest für einen Teil der Waren als Größenangabe in Betracht kommt und für andere Firmen ebenfalls Zeichen mit diesem Bestandteil eingetragen sind, wenn auch über deren Benutzung nichts bekannt ist. Letztlich kann dies dahingestellt bleiben, denn die vorhandenen Unterschiede reichen auch bei Annahme einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in jeder Hinsicht aus, um Verwechslungen selbst aus der Erinnerung heraus zu verhindern.

Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es maßgeblich auf den Gesamteindruck der Zeichen an (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl, § 9 Rdn 152), wobei auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen ist (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl, § 9 Rdn 91).

In der Gesamtheit sind die Marken bereits durch den zusätzlichen Bestandteil "sins" der angegriffenen Marke sowohl klanglich als auch schriftbildlich so unterschiedlich, dass nicht mit Verwechslungen zu rechnen ist. In bildlicher Hinsicht weisen die Widerspruchsmarken zudem noch eine graphische Gestaltung auf, die in der angegriffenen Marke keine Parallele findet. Es ist auch nicht damit zu rechnen, dass noch beachtliche Verkehrskreise den Bestandteil "seven" als für den Gesamteindruck der Marke prägend ansehen. Die angegriffene Marke "seven

"sins" stellt nämlich einen Gesamtbegriff dar, der vom Verkehr nicht auseinander gerissen wird, da er auf die sieben Todsünden hinweist. Auch in Deutschland ist der Verkehr an entsprechende Gesamtbegriffe gewöhnt (vgl die "sieben Todsünden"; die "sieben Zwerge" hinter den "sieben Bergen"). Selbst wenn ein beachtlicher Teil des Verkehrs den Bestandteil "sins" (Sünden) nicht kennen sollte, wird er in "seven" ebenso wenig einen den Gesamteindruck prägenden Bestandteil sehen. Auch ohne genaue Kenntnis der Bedeutung des Wortes "sins" wird er darin einen wesentlichen Bestandteil der angegriffenen Marke sehen, da der Verkehr nach dem Zahlwort "seven" die Angabe erwartet, auf die es sich bezieht und die deshalb nicht unbeachtlich ist.

Eine Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt des gedanklichen in Verbindung Bringens besteht gleichfalls nicht. Die Zeichen weisen zwar einen klanglich identischen Bestandteil auf, jedoch vermag dieser den angesprochenen Verkehr nicht zu veranlassen, beide Zeichen demselben Unternehmen zuzuordnen. Bei der angegriffenen Marke ist der Bestandteil nämlich in einen Gesamtbegriff integriert, der es nicht nahe legt, diesen Bestandteil als Stammbestandteil einer Zeichenserie aufzufassen. Hinzu kommt, dass ein Zahlwort ohnehin wenig geeignet ist, als Stammbestandteil einer Zeichenserie zu wirken, wenn ihm ein Substantiv folgt, da der Verkehr dann das Zahlwort in der Regel auf das folgende Substantiv bezieht und in ihm kein eigenständiges Kennzeichen vermutet. Es gibt zudem im vorliegenden Fall keine Anhaltspunkte dafür, dass die Widersprechende bereits eine Zeichenserie verwendet, in welche sich die angegriffene Marke einfügen würde.

Die Beschwerde der Widersprechenden hat daher keinen Erfolg.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass,
§ 71 Abs 1 MarkenG.

Kliems

Sredl

Bayer

Na