



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 132/04

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 24 787

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 19. Juli 2005 durch den Richter Dr. van Raden als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 vom 1. April 2004 teilweise aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Marke EU 208 439 hinsichtlich der für die angegriffene Marke geschützten Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckung, Unterwäsche, Badewäsche, Dessous“ zurückgewiesen wurde.
2. Im Umfang der Aufhebung wird die Löschung der angegriffenen Marke 303 24 787 für die Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckung, Unterwäsche, Badewäsche, Dessous“ aufgrund des Widerspruchs aus der Gemeinschaftsmarke 208 439 angeordnet.
3. Die weitergehende Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Widersprechende hat gegen die für

„Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckung, Unterwäsche, Badewäsche, Dessous; Spitzen, Stickereien, Bänder“

eingetragene Wortmarke

Queenz

Widerspruch eingelegt aus ihrer prioritätsälteren, ua für

„Bekleidungsartikel; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; T-Shirts, Mäntel, Jacken, Anoraks, Hosen, Kleider, Schlafanzüge, Anzüge, Sweatshirts“

eingetragenen Wortmarke EU 208 439

QUEEN.

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 1. April 2004 den Widerspruch zurückgewiesen. Trotz teilweise in einem markenrechtlichen Ähnlichkeitsbereich stehender Waren und Dienstleistungen hielten die Vergleichsmarken auch bei Anlegung strengster Maßstäbe einen hinreichend großen Abstand ein, selbst wenn die beteiligten Verkehrskreise ihnen nicht nebeneinander begegneten und sie nur aus der Erinnerung abgrenzen müssten. Denn der letzte Buchstabe „Z“ in der jüngeren Marke reiche aus, um die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichszeichen auszuschließen, da sie sich hierdurch in ihrem Gesamteindruck prägnant unterschieden. In klanglicher Hinsicht könne der Schlussbuchstabe durch seinen auffälligen Klangeffekt nicht überhört werden. Wegen der prägnanten, klanglich besonders auffälligen Abweichung und der relativen Kürze der beiden Markenwörter träte der Unterschied auch schriftbildlich hinreichend klar hervor. Dem umsichtigen und kritisch prüfenden Verbraucher, von dem bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr auszugehen sei, würden die Unterschiede nicht entgehen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie hält eine Verwechslungsgefahr für gegeben, da die beiderseits beanspruchten Waren teils identisch, teils hochgradig ähnlich seien und die beiden Vergleichszeichen einen hohen Ähnlichkeitsgrad in klanglicher, schriftbildlicher und begrifflicher Hinsicht aufwiesen. Denn in klanglicher Hinsicht seien die Zeichen nach Wortanfang, Vokalfolge, Betonung und Aussprechrhythmus sowie Silbenzahl und -gliederung identisch; der zusätzliche Endbuchstabe „Z“ in der angegriffenen Marke könne eine Verwechslungsgefahr nicht ausschließen, da Endungen in der Regel vom Verkehr weniger beachtet würden und daher meist nicht geeignet seien, Verwechslungen auszuschließen; auch die Kürze der Markenwörter stehe dem nicht entgegen, weil der klangliche Gesamteindruck der Zeichen quasi identisch sei und der zusätzliche Buchstabe „Z“ unbetont bleibe. Darüber hinaus bestehe auch eine hochgradige schriftbildliche und begriffliche Zeichenähnlichkeit. Schließlich sei zu berücksichtigen, dass die Verbraucher die Marken nur aufgrund eines undeutlichen Erinnerungseindrucks an das andere Zeichen vergleichen und die übereinstimmenden Merkmale stärker hervorträten als die Unterschiede.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält eine Verwechslungsgefahr für nicht gegeben, weil das Wort „Queenz“ weder im englischen Sprachgebrauch vorkomme noch in einem Zusammenhang mit dem Begriff „Queen“ stehe; es leite sich vielmehr von der schwäbischen Brauerei Quenzer her. Dementsprechend werde es auch in deutscher und nicht an die Pluralform des englischen Wortes Queen erinnernder Weise klanglich wiedergegeben.

In der mündlichen Verhandlung haben die Beteiligten ihre jeweiligen Standpunkte aufrechterhalten und vertieft. Eine im Anschluss hieran ins Auge gefasste vergleichsweise Regelung ist nach längeren Verhandlungen zwischen den Beteiligten gescheitert.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache nur teilweise Erfolg, weil die Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 43 Abs 2 Satz 2, § 42 Abs 2 Nr 1, § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG nur hinsichtlich der im Tenor genannten Waren der Klasse 25 besteht, während sie im Hinblick auf die darüber hinaus angegriffenen Waren, für welche die jüngere Marke ebenfalls geschützt ist, mangels einer hinreichenden Ähnlichkeit zu den von der Widerspruchsmarke beanspruchten Waren nicht mehr vorliegt.

Unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd/Loints), wobei ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen größeren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 Tz 23 f - Sabèl/Puma; EuGH GRUR 1998, 922, 923 Tz 16 f - Canon; BGH GRUR 1999, 241, 243), hält die jüngere Marke den erforderlichen Abstand zur unstreitig normal kennzeichnungskräftigen älteren Marke lediglich im Hinblick auf die Waren der Klasse 25 nicht ein.

Die für die angegriffene Marke geschützten Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckung, Unterwäsche, Badewäsche, Dessous“ sind mit den von der Widerspruchsmarke beanspruchten Waren „Bekleidungsartikel; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; T-Shirts, Mäntel, Jacken, Anoraks, Hosen, Kleider, Schlafanzü-

ge, Anzüge, Sweatshirts“ identisch, so dass die jüngere Marke insoweit einen erheblichen Abstand zu letzterer einzuhalten hat.

Demgegenüber liegt zwischen den vorgenannten für die ältere Marke geschützten Waren und den angegriffenen Waren „Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Spitzen, Stickereien, Bänder“ eine erhebliche Warenferne vor, so dass die Unterschiede zwischen den Zeichen zum Ausschluss der Verwechslungsgefahr ausreichen. Zwar werden Bekleidungsstücke in der Regel aus Textilwaren gefertigt und können auch Spitzen, Stickereien und Bänder enthalten, so dass sich hierdurch Überschneidungen in der Stoffbeschaffenheit ergeben. Trotzdem liegt zwischen diesen Waren ein nicht unbeträchtlicher Abstand vor, weil sie üblicherweise aus verschiedenen Herstellerbetrieben stammen, einem unterschiedlichen Gebrauchszweck dienen und in der Regel nicht in denselben Vertriebsstätten angeboten werden, was selbst für große Kaufhäuser gilt, in denen sie sich durchgängig in verschiedenen, teils räumlich weit auseinanderliegenden Abteilungen finden (ebenso BPatG 27 W (pat) 154/96 GHIBLI # Ghibli; HABM R 321/02-1 SARZANA # SUZANNA, beides veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM; HABM Entscheidung Nr 334/2000 REVOLUTION # NATURAL REVOLUTION, abrufbar unter http://oami.eu.int/search/legaldocs/la/de_Opposition_index.cfm).

Zwischen den Vergleichsmarken liegt allerdings entgegen der Ansicht der Markeninhaberin eine hochgradige Ähnlichkeit zumindest in schriftbildlicher Hinsicht vor, was im Bereich der Warenidentität eine Verwechslungsgefahr zwischen beiden Zeichen begründet, während der vorhandene Unterschied im Bereich der nur sehr entfernten Warenähnlichkeit gerade noch ausreicht, um Verwechslungen zwischen beiden Zeichen auszuschließen.

Von ihrem Schriftbild her, welches nach ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung für sich genommen auch im Bereich der Mode bereits eine Verwechslungsgefahr begründen kann (vgl. BGH GRUR 99, 241, 243 – Lions), unterscheiden sich beide Kennzeichnungen nur wegen des in der Widerspruchsmarke nicht enthalte-

nen letzten Buchstabens „Z“ in der angegriffenen Marke. Schon wegen seiner Stellung am Wortende ist aber nicht auszuschließen, dass die angesprochenen Verkehrskreise – dies sind bei den identisch beanspruchten Waren alle inländischen Verbraucher – die beiden Marken bei der optischen Wahrnehmung leicht füreinander erachten. Da nämlich die übereinstimmenden Merkmale beider Zeichen, die üblicherweise stärker ins Gewicht fallen als die Unterschiede (vgl BGH GRUR 1999, 587, 569 – Cefallone), bei einer optischen Wahrnehmung unmittelbar auffallen, während der einzige vorhandene Unterschied am Wortende der jüngeren Marke erst bei deren genauerer Betrachtung erkennbar ist, wobei auch zu berücksichtigen ist, dass die Verbraucher den einander gegenüberstehenden Zeichen erfahrungsgemäß nicht gleichzeitig begegnen, sondern ihre Auffassung nur aufgrund einer undeutlichen Erinnerung an eine der beiden Marken gewinnen (vgl EuGH GRUR Int 1999, 734, 736 [Rn 26] – Lloyd; BGH GRUR 1993, 972, 974 f – Sana/Schosana), kann dieser einzige Unterschied zwischen beiden Marken, auch wenn es sich bei ihnen um relativ kurze Zeichen handelt, bei der Kennzeichnung identischer Waren nicht mehr geeignet sein, eine Verwechslungsgefahr hinreichend auszuschließen.

Ob daneben auch eine klangliche Verwechslungsgefahr anzunehmen ist, kann bei dieser Sachlage dahinstehen, auch wenn hierfür spricht, dass - wie die Widersprechende zutreffend ausgeführt hat - beide Zeichen nach Wortanfang, Vokalfolge, Betonung und Aussprechrhythmus sowie Silbenzahl und -gliederung übereinstimmen, wobei ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher entgegen der Annahme der Markeninhaberin auch eher dazu neigen wird, die jüngere Marke englisch auszusprechen, weil der Austausch der Pluralendung „S“ durch den Buchstaben „Z“ im englischen Sprachkreis (werbe-) üblich ist und die angebliche Anlehnung der angegriffenen Marke an den Namen einer kleinen schwäbischen Brauerei aus Bad Urach wegen deren bloß regionaler Bedeutung den wenigsten Verbrauchern bekannt sein dürfte. Angesichts der bestehenden schriftbildlichen Ähnlichkeit bedarf dies aber genauso wenig einer Vertiefung wie die Frage einer begrifflichen Ähnlichkeit beider Zeichen.

Da somit in Bezug auf die identisch beanspruchten Waren eine Verwechslungsgefahr nicht verneint werden kann, war auf die Beschwerde der Widersprechenden der anderslautende Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die teilweise Löschung der angegriffenen Marke in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang anzuordnen, während die weitere Beschwerde mangels hinreichender Warenähnlichkeit zurückzuweisen war.

Es sind keine Gründe ersichtlich, von dem Grundsatz des § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen, dass jeder Beteiligte seine Kosten selbst trägt.

Dr. van Raden

Prietzl-Funk

Schwarz

Pü