

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen:	27 W (pat) 171/05
Entscheidungsdatum:	19. September 2006
Rechtsbeschwerde zugelassen:	nein
Normen:	§ 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG, § 148 ZPO, § 66 Abs.3 MarkenG, § 9 MarkenG

La Martina

1) Kommt es auf die Bestandsfähigkeit der Widerspruchsmarke entscheidend an, weil diese im Fall ihrer Löschung dem angegriffenen Zeichen nicht mehr entgegenstehen würde, ist zwar zu berücksichtigen, dass eine Aussetzung zu einer Verzögerung führt. Diese widerspricht aber nicht generell dem Beschleunigungsgebot i. S. v. § 66 Abs. 3 MarkenG; auf eine Eintragungsbewilligungsklage kann die Inhaberin des angegriffenen Zeichens nicht verwiesen werden (vgl. BPatG GRUR 1998, 406 – HUMANA / HAMANO).

2) Alle zur Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung einer Widerspruchsmarke sind in der Zusammenschau (vgl. BPatGE 33, 228, 231 - LAHCO; BPatG Mitt 1985, 19 - THROMBEX) zu bewerten.

3) Die Zurückweisung erstmals in der mündlichen Verhandlung vorgelegter Glaubhaftmachungsunterlagen als verspätetes Vorbringen kommt nur in Betracht, wenn nicht durch Gewährung einer Schriftsatzfrist nach § 283 ZPO in Verbindung mit der Anberaumung eines Verkündungstermins nach § 79 Abs. 1 Satz 1 MarkenG eine Verzögerung des Verfahrens zu vermeiden ist. Dies gilt umso mehr, wenn die Widersprechende in der mündlichen Verhandlung nur ergänzende Unterlagen vorlegt.

4) Schuhwaren weisen eine mittlere Ähnlichkeit zu den Bekleidungsstücken der Widerspruchsmarke auf (Weiterführung BGH GRUR 1999, 164 - JOHN LOBB; Anschluss LG Düsseldorf Mitt 2001, 456; Fortführung Beschluss des Senats vom 11. Dezember 2001, Az.: 27 W (pat) 246/00 – BLUE BROTHER).

5) Im Modesektor bestimmen Herstellerangaben den Gesamteindruck zwar mehr als sonst; dies nimmt einer Produktbezeichnung aber nicht automatisch die selbständig kennzeichnende Wirkung, insbesondere wenn die Herstellerangabe eine untergeordnete Stellung in der Gesamtmarke einnimmt.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 171/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
19. September 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 71 465

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. September 2006 durch ...

beschlossen:

Das Verfahren wird bis zum rechtskräftigen Abschluss des gegen die Widerspruchsmarke anhängigen Lösungsverfahrens beim Gemeinschaftsmarkenamt (Löschungsnummer 685) ausgesetzt.

Gründe

I

Gegen die am 14. Dezember 2001 angemeldete und am 16. Oktober 2002 u. a. für

„Schuhwaren; Bekleidung, Sportbekleidung, Jacken, Unterwäsche“

eingetragene Wort-/Bildmarke 301 71 465 (veröffentlicht am 15. November 2002).

The logo for 'Martina' is written in a bold, black, cursive script. The letters are thick and connected, with a dynamic, flowing appearance. The 'M' is particularly large and prominent.

by gebrüder götz

hat die Widersprechende am 17. Februar 2003 aus ihrer Gemeinschaftsmarke 397 117



die am 17. Oktober 1996 angemeldet wurde und seit 1. Februar 1999 u. a. für

„Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

eingetragen ist, Widerspruch – noch aufrecht erhalten hinsichtlich „Schuhwaren; Bekleidung, Sportbekleidung, Jacken, Unterwäsche“ - eingelegt.

Die Inhaberin des angegriffenen Zeichens hat die Benutzung der Widerspruchsmarke bestritten.

Zur Glaubhaftmachung hat die Widersprechende im Verfahren vor der Markenstelle Etikettenmuster für Bekleidung, Poloausrüstung (auch Taschen und Stiefel) sowie Kataloge und Rechnungen aus den Jahren 2003 und 2004 vorgelegt. Dazu hat sie erklärt, die Marke werde auch direkt auf die Waren aufgedruckt. Die Benutzung erfolge seit 1995 in ganz Europa mit Umsätzen in Millionenhöhe.

Die Markenstelle hat den Widerspruch mit Beschluss vom 19. Juli 2005 mangels Benutzung der Widerspruchsmarke zurückgewiesen, weil Umsatzangaben für Deutschland fehlten. Dieser Beschluss wurde der Widersprechenden am 2. August 2005 zugestellt.

Die Widersprechende hat am 1. September 2005 Beschwerde eingelegt.

Im Beschwerdeverfahren hat sie in der mündlichen Verhandlung Kataloge (2004) und Werbebeispiele (2004, 2005), die jeweils Bilder von Bekleidungsstücken beinhalten, die mit der Marke versehen sind, sowie eidesstattliche Versicherungen vorgelegt, nach denen Lizenznehmer die Marke seit 1995 in der EU verwendeten. In Deutschland seien für Bekleidung in den Jahren 2003 und 2004 Umsätze von ca. 250.000 € bzw. 4 Mio. € getätigt worden und im Jahr 2005 von 10 Mio. €, wovon auf Gürtel und Schuhe ca. 3 % entfielen.

Die Widersprechende ist der Auffassung, „Martina“ sei im angegriffenen Zeichen schon von der Größe her dominierend. Der Artikel „La“ in der Widerspruchsmarke könne vernachlässigt werden. Damit stünden sich die jeweiligen Zeichenbestandteile „Martina“ kollisionsbegründend gegenüber.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss vom 19. Juli 2005 aufzuheben und Marke 301 71 465 für „Schuhwaren; Bekleidung, Sportbekleidung, Jacken, Unterwäsche“ zu löschen.

Demgegenüber beantragt die Inhaberin des angegriffenen Zeichens,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, die Umsatzzahlen seien nicht ausreichend differenziert, so dass die Benutzung der Widerspruchsmarke nicht glaubhaft gemacht sei.

Gegen die Widerspruchsmarke laufe ein Löschungsverfahren, weshalb das Verfahren auszusetzen sei.

Zu den Benutzungsunterlagen, die die Widersprechende in der mündlichen Verhandlung am 25. Juli 2006 übergeben hat, erhielt die Inhaberin des angegriffenen Zeichens - wie beantragt - eine Schriftsatzfrist bis 27. August 2006. Sie hat dazu mit Schriftsatz vom 25. August 2006 vorgetragen, sie habe die Vorlage in der

mündlichen Verhandlung als verspätet gerügt. Daher hätten die im Termin vorgelegten Unterlagen in Folge der zu gewährenden Schriftsatzfrist als verspätet zurückgewiesen werden müssen. Insoweit werde ein Verfahrensfehler gerügt.

Ohne auf konkrete Einzelwaren bezogene Unterlagen sei im Übrigen nach wie vor keine Bestimmung der Waren möglich. Die zuletzt vorgelegten Unterlagen ließen außerdem keine Benutzungszeiträume erkennen. Die Rechnungen führten keinen Artikel mit der Bezeichnung „la Martina“ auf. Die letzten beiden eidesstattlichen Versicherungen hätten keinen Bezug zu verwendeten Markenformen.

Im Schriftsatz vom 25. August 2006 hat die Inhaberin des angegriffenen Zeichens außerdem hilfsweise beantragt,

die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird im Übrigen auf die Schriftsätze der Beteiligten nebst Anlagen Bezug genommen, wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II

- 1) Die Beschwerde der Widersprechenden ist statthaft und auch sonst zulässig.

- 2) Das Verfahren ist gemäß § 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG i. V. m. § 148 ZPO auszusetzen, weil die Widersprechende die rechtserhaltende Benutzung ihre Marke glaubhaft gemacht hat und der Senat die Marken in dem noch relevanten Umfang klanglich für durchaus verwechselbar hält (§ 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Damit kommt es auf die Bestandsfähigkeit der Widerspruchsmarke entscheidend an, da sie im Fall ihrer Löschung der angegriffenen Marke nicht mehr entgegenstehen würde. Bei der Entscheidung über die Aussetzung des Verfahrens ist eine

Ermessensentscheidung zu treffen, bei der die Vor- und Nachteile einer Aussetzung gegeneinander abzuwägen sind. Eine Aussetzung bis zum rechtskräftigen Abschluss des Lösungsverfahrens verhindert einen Rechtsverlust an der angemeldeten Marke im Fall einer Löschung der Widerspruchsmarke. Dem stehen keine überwiegenden Gesichtspunkte gegenüber. Die Aussetzung wird zwar zu einer Verfahrensverzögerung führen. Das Lösungsverfahren ist aber bereits in der Beschwerde. Die zu erwartende zeitliche Verzögerung widerspricht daher nicht dem Beschleunigungsgebot i. S. v. § 66 Abs. 3 MarkenG und berührt die Belange der Widersprechenden nicht ausschlaggebend. Auf eine Eintragungsbewilligungsklage kann die Inhaberin des angegriffenen Zeichens nicht verwiesen werden (vgl. BPatG GRUR 1998, 406 – HUMANA / HAMANO).

3) Die Inhaberin des angegriffenen Zeichens hat die Benutzung der Widerspruchsmarke gemäß § 43 Abs. 1 Satz 2 MarkenG zulässigerweise bestritten, nachdem die fünfjährige Benutzungsschonfrist der Widerspruchsmarke, die mit deren Eintragung am 1. Februar 1999 zu laufen begonnen hatte, zwar noch nicht im Zeitpunkt der Veröffentlichung der Eintragung des angegriffenen Zeichens im Jahr 2002 abgelaufen war, aber zwischenzeitlich abgelaufen ist. Damit obliegt es der Widersprechenden, glaubhaft zu machen, dass ihre Marke innerhalb der letzten fünf Jahre vor der Entscheidung über den Widerspruch im Beschwerdeverfahren gemäß § 26 MarkenG benutzt worden ist.

Nach Auffassung des Senats hat die Widersprechende die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke für Bekleidung im Zeitraum 2003 bis 2005 durch die eidesstattlichen Versicherungen der Geschäftsführerin in Verbindung mit den eingereichten weiteren Unterlagen glaubhaft gemacht.

Die vorgelegten Unterlagen sind sämtlich zu berücksichtigen. Die Zurückweisung erstmals in der mündlichen Verhandlung vorgelegter Glaubhaftmachungsunterlagen als verspätetes Vorbringen kommt nur in Betracht, wenn nicht durch Gewährung einer Schriftsatzfrist nach § 283 ZPO in Verbindung mit der Anberaumung

eines Verkündungstermins nach § 79 Abs. 1 Satz 1 MarkenG eine Verzögerung des Verfahrens zu vermeiden ist (STRÖBELE/HACKER, Markengesetz, 8. Aufl., § 43 Rn. 64 letzter Absatz m. w. Nachw.). Dies gilt hier umso mehr, als die Widersprechende in der mündlichen Verhandlung nur ergänzende Unterlagen vorgelegt hat. Dementsprechend hat die Inhaberin des angegriffenen Zeichens in der mündlichen Verhandlung am 25. Juli 2006 ausdrücklich eine Schriftsatzfrist beantragt. Dies schließt den nunmehr von ihr behaupteten Antrag auf Zurückweisung als verspätet aus; ein solcher Antrag wurde nicht gestellt.

Die eidesstattlichen Versicherungen nehmen ausdrücklich Bezug auf die bereits im Verfahren vor der Markenstelle eingereichten Muster. Sie führen für Bekleidung Warenumsätze in der Bundesrepublik Deutschland von 250.000 € (2003), 4 Mio. € (2004) sowie von mehr als 9 Mio. € (2005) auf und belegen damit einen ausreichenden Umfang der Benutzung für die im Warenverzeichnis ohne zwingende Beschränkung enthaltene Bekleidung. Die Umsätze 2004 und 2005 bewegen sich in einer solchen Höhe, dass auch unter Berücksichtigung eines unspezifizierten Vortrags hinsichtlich einzelner Kleidungsstücke der Umsatz der Art nach ausreichend erscheint.

Verwendungshandlungen sind durch eine nachvollziehbare Darstellung aller zur rechtlichen Beurteilung erforderlichen tatsächlichen Umstände darzulegen. Zur Glaubhaftmachung kann sich die Widersprechende aller Beweismittel bedienen, also einer eidesstattlichen Versicherung und der Vorlage von Prospekten oder Werbung, die verschiedene konkrete Bekleidungsstücke zeigen, sowie Etiketten. Damit ergibt sich hier in der Zusammenschau (vgl. BPatGE 33, 228, 231 - LAHCO; BPatG Mitt. 1985, 19 - THROMBEX) ein ausreichendes Bild.

4) Zwischen den für die nach Ausräumung der Benutzungsfragen notwendige Beurteilung der Verwechslungsgefahr maßgeblichen Faktoren, Ähnlichkeit der Marken und der mit ihnen gekennzeichneten Waren sowie Kennzeichnungskraft der älteren Marke besteht eine Wechselwirkung. So kann etwa ein höherer Grad an Ähnlichkeit der Waren oder eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren

Marke einen geringeren Grad an Ähnlichkeit der Marken ausgleichen und umgekehrt (EuGH GRUR 2005, 1042 – THOMSON LIFE; BGH GRUR 2005, 326 - IL PATRONE / PORTONE).

a) Hinsichtlich Bekleidung besteht Warenidentität, und die Schuhwaren der jüngeren Marke weisen eine mittlere Ähnlichkeit zu den Bekleidungsstücken der Widerspruchsmarke auf (vgl. RICHTER/STOPPEL, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Aufl., S. 33, 273).

Zwar hat der Bundesgerichtshof in der JOHN LOBB-Entscheidung (GRUR 1999, 164, 166) festgestellt, dass Warenähnlichkeit zwischen Bekleidungsstücken und Schuhen nicht allein daraus hergeleitet werden kann, dass das Angebot dieser Waren vereinzelt, vor allem bei Anbietern hochpreisiger Erzeugnisse, im Verkaufsgeschäft in engem räumlichen Zusammenhang erfolgt. Aufgrund der seither eingetretenen Veränderungen in der Modebranche beschränken sich die Berührungspunkte zwischen Bekleidungsstücken und Schuhwaren heute nicht mehr auf die gleichen Verkaufsstätten. Wie das LG Düsseldorf (Mitt. 2001, 456, 458) mit zahlreichen Belegen ausgeführt hat, sind zahlreiche bekannte Hersteller von Markenbekleidung dazu übergegangen, unter ihren eingeführten Marken auch Schuhe zu vertreiben (so z. B. WRANGLER, LEVIS, HIS, LEE, ESPRIT, MARCO POLO, STRENESE, JIL SANDER, JOOP, AIGNER, BETTY BARCLAY). Aufgrund dieses Wandels in der Vertriebspolitik und der damit einhergehenden Änderung der Kennzeichnungsgepflogenheiten in der Bekleidungsbranche kann das Publikum zu der Annahme gelangen, dass Schuhwaren, die unter der (vermeintlich) gleichen Marke angeboten werden wie Bekleidungsstücke, aus derselben betrieblichen Ursprungsstätte oder jedenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (vgl. Beschluss des Senats vom 11. Dezember 2001, Az.: 27 W (pat) 246/00 – BLUE BROTHER).

b) Der Grad der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke spielt nicht nur im Rahmen der Wechselwirkung der verschiedenen Beurteilungsfaktoren eine Rolle. Bestehen die zu vergleichenden Zeichen - wie hier - jeweils aus mehreren Bestandteilen, so ist er ebenso bei der Prüfung, welche Bestandteile kollisionsbegründend sind, zu berücksichtigen (vgl. BGH GRUR 2003, 880, 881 - CITY PLUS, GRUR 1996, 198, 199 - SPRINGENDE RAUBKATZE).

aa) Für Bekleidung, ist auf Grund intensiver Benutzung eine gesteigerte Verkehrsgeltung feststellbar. Damit wäre sogar eine Minderung der Kennzeichnungskraft entsprechend der bislang wohl herrschenden Anschauung, dass weibliche Vornamen auf dem Modesektor kennzeichnungsschwach sind (vgl. Beschluss des Senats vom 13. November 2001, Az.: 27 W (pat) 163/00 - MONA CUERO / MONA; BGH GRUR 1991, 760 - JENNY / JENNIFER), überwunden, so dass für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr jedenfalls von durchschnittlicher Kennzeichnungskraft auszugehen ist.

bb) Für die Widerspruchsmarke gilt der Grundsatz, dass bei einer Wort-/Bildmarke in der Regel der Wortbestandteil den Gesamteindruck prägt (BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT). Mangels einer Kennzeichenschwäche des Wortteils ist die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht auf die Graphik beschränkt.

c) Im Bereich der Warenidentität und mittleren Warenähnlichkeit sind damit überdurchschnittliche Anforderungen an den erforderlichen Markenabstand zu stellen, um eine Verwechslungsgefahr im markenrechtlichen Sinn auszuschließen. Diesen Anforderungen entspricht der Abstand des angegriffenen Zeichens von der Widerspruchsmarke nicht.

Die Marken haben zwar in ihrer Gesamtheit eine deutlich unterschiedliche graphische Gestaltung.

Die klanglichen Abweichungen reichen jedoch nicht aus, um die Gefahr von Verwechslungen im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG hinreichend sicher auszuschließen (vgl. HABM Entscheid vom 29. November 2004, Az.: R0170/04-1 - BROTHERS BY CAMPER / BROTHERS). Allein dies reicht für die Annahme einer Verwechslungsgefahr aus. Die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Marken hängt nämlich vor der Ähnlichkeit im Klang, im (Schrift-)Bild oder in Bedeutung bzw. Sinn ab, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Interessenten jeweils separat in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken können (vgl. EuGH GRUR 1998, 387 Rn. 23 – SABÈL / PUMA; BGH GRUR 1999, 241 - LIONS).

aa) Die Widerspruchsmarke wird in entscheidungserheblichem Umfang „Martina“ gesprochen. Dass der Bildbestandteil dies überlagern könnte, ist nicht zu erwarten, da dessen wörtliche Benennung nicht klar vorgegeben ist.

Enthält eine Wort-/Bildmarke aussprechbare Buchstaben, so kommt eine Verwechslungsgefahr wegen klanglicher Zeichenähnlichkeit - anders als bei Marken, die nur aus einer Graphik bestehen (BGH GRUR 2006, 60, III.4.e - COCCODRILLO) oder bei denen nur diese schutzfähig ist (vgl. BPatG Mitt. 2004, 315, II.3.b - FRISH), in Betracht.

Dass der somit kollisionsbegründende Wortbestandteil den Artikel „La“ enthält, ist vernachlässigbar (vgl. HABM Entscheid vom 1. Dezember 2003, Az.: R0030/03-1 - LA SCALA 1778 / SCALA; vom 22. Juli 2005, Az.: R1113/04-1 - CITY COLLECTION BY A. MACHADO / LA CITY; vom 18. März 2002, Az.: R0478/01-3 - CUCINA & CO / LA CUCINA; BPatG Beschluss vom 30. April 1997, Az.: 26 W (pat) 117/96 - LAVISTA / VISTA; vom 28. Dezember 2003, Az.: 28 W (pat) 163/02 - CONTESSA / LA COMTESSE; vom 27. Mai 2003, Az.: 24 W (pat) 213/01 - MYSTERIA / LE MYSTÈRE). „La Martina“ ist nämlich kein Gesamtbegriff wie der bekannte Musiktitel „La Montanara“ (vgl. BPatG Beschluss vom 11. August 2004, Az.: 26 W (pat) 330/03 - LA MONTANARA / MONTANA).

bb) Auch beim angegriffenen Zeichen ist mit einer auf „Martina“ verkürzten Aussprache in entscheidungserheblichem Umfang zu rechnen.

Das größtmäßig untergeordnete „by gebrüder götz“ tritt weitgehend in den Hintergrund (vgl. BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT; GRUR 2004, 865, 866 – MUSTANG; GRUR 2005, 326 - IL PADRONE / IL PORTONE; HABM Entscheid vom 29. November 2004, Az.: R0170/04-1 - BROTHERS BY CAMPER / BROTHERS; vom 4. April 2001, Az.: R0588/99-3 - DOCKERS BY GERLI / DOCKERS; vom 5. August 2002, Az.: R0109/01-2 - KENZIA BY KU / KENZO).

In dem Bestandteil „by gebrüder götz“ des angegriffenen Zeichens sieht der Kunde - wenn er ihn neben dem größtmäßig dominierenden „Martina“ überhaupt wahrnimmt - eine Herstellerangabe. Eine solche entfällt aber gegenüber weiteren kennzeichnungskräftigen Bestandteilen im Allgemeinen bei der verbalen Wiedergabe (vgl. BGH Mitt. 1996, 166 - BLENDAX PEP; Mitt. 1996 - JUWEL, GRUR 1997, 897 - IONOFIL; GRUR 1998, 925 - FISCHER ISOTHERM / BISOTHERMSTEIN; GRUR 2001, 164 - ZDF-WINTERGARTEN / WINTERGARTEN; BPatG Beschluss vom 1. Oktober 2002, Az.: 24 W (pat) 207/01 - PASCHA BY MYSTERIA / PASHA; HABM Entscheid vom 26. September 2005, Az.: R0208/05-1 - VUELTA BY RODI / VUELTA).

Im Modesektor bestimmen Herstellerangaben den Gesamteindruck zwar mehr als sonst (vgl. BGH GRUR 1996, 406 - JUWEL VON KLINGEL / JUWEL; GRUR 1996, 774 - FALKERUN / LE RUN; GRUR 1998, 1014 - BRANDT ECCO / ECCO Milano; BPatG Beschluss vom 25. Juni 2003, Az.: 32 W (pat) 225/02 - AMBIENTEX BY BOCO / AMBIANCE; vom 30. April 2002, Az.: 27 W (pat) 134/01 - BIG CHIC / BIG CHIC BY JAGRO; vom 17. Februar 1998, Az.: 27 W (pat) 205/96 - NO SPORTS BY K.T. / NOSPORTS!; a. A. HABM Entscheid vom 9. Oktober 2002, Az.: R0110/01-3 - BELISSIMA BY CALZIFICIO FAP / BELLISSIMA), denn die Verbraucher haben auf dem Modesektor ein ausgeprägtes Markenbewusstsein und achten bei Bekleidung daher erfahrungsgemäß verstärkt auf den Hersteller- oder Designernamen.

Dies nimmt der Produktbezeichnung aber nicht automatisch die selbständig kennzeichnende Wirkung. Insbesondere wenn die Herstellerangabe eine so unterge-

ordnete Stellung in der Gesamtmarke einnimmt wie hier (vgl. HABM Entscheid vom 22. Juli 2005, Az.: R1113/04-1 - CITY COLLECTION BY A. MACHADO / LA CITY; Beschluss des Senats vom 11. November 2003, Az.: 27 W (pat) 119/03 - X-CAPE BY JENNY G. / X-CAPE), gehen die Verbraucher eher von zwei getrennten Zeichen aus, die jeweils selbständig kennzeichnen.

Der Bundesgerichtshof hat dies erstmals im Urteil „MARLBORO-DACH“ (GRUR 2002, 171) für die auffallende graphische Hintergrundgestaltung einer mit weiteren Kennzeichnungselementen versehenen Zigarettenpackung angenommen, aber in der Entscheidung „MUSTANG“ (GRUR 2004, 865) auch hinsichtlich der Wortbestandteile eines zusammengesetzten Zeichens für möglich gehalten.

Eine selbstständige Stellung bleibt immer dann erhalten, wenn dem Verbraucher die Komponente nicht als Teil einer einheitlichen Gesamtbezeichnung gegenübertritt. Der Bestandteil „Martina“ dominiert das angegriffene Zeichen; er ist zudem leichter auszusprechen und zu behalten. Es ist daher damit zu rechnen, dass sich ein erheblicher Teil des Publikums vom angegriffenen Zeichen allein den Bestandteil „Martina“ einprägt und es im mündlichen Geschäftsleben, etwa beim Kauf der Waren im Laden oder bei mündlichen Bestellungen oder Empfehlungen, allein damit benennt, so dass im Ergebnis klangliche Identität mit der Widerspruchsmarke besteht (vgl. Beschluss des Senats vom 11. November 2003, Az.: 27 W (pat) 119/03 - X-CAPE BY JENNY G. / X-CAPE).

Insgesamt besteht deshalb vorliegend ein solcher Ähnlichkeitsgrad der Marken, dass bei Identität der Waren und mittlerer Warenähnlichkeit sowie durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie Berücksichtigung allgemeiner Verkehrskreise eine Verwechslungsgefahr zu befürchten ist.

gez.

Unterschriften