



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 568/13

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2012 002 752.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 8. April 2014 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Hermann und den Richter k.A. Schmid

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die für die Waren

Klasse 25: Damenoberbekleidung

eingetragene Wort-/Bildmarke 30 2012 002 752



ist aus der Wortmarke EM 010 628 998

Liebeskind

Widerspruch erhoben worden.

Die Widerspruchsmarke ist eingetragen für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 03:

Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Rasierwässer, Zahnputzmittel.

Klasse 09:

Blendschutzbrillen; Brillen (Optik); Brillenetuis, Brillenfassungen, -gestelle; Brillengläser, Kneifer (Augengläser); Sonnenbrillen; Optikerwaren.

Klasse 14:

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente.

Klasse 25:

Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen, Jeanswear; Textilien, soweit nicht in anderen Klassen enthalten.

Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Dienstleistungen des Einzelhandels über das Internet in den Bereichen: Kosmetikwaren, Drogeriewaren, Uhren und Schmuckwaren, Schuhe, Bekleidung, Textilwaren, Optikerwaren, insbesondere Brillen; Dienstleistungen des Großhandels über das

Internet in den Bereichen: Kosmetikwaren, Drogeriewaren, Uhren und Schmuckwaren, Schuhe, Bekleidung, Textilwaren, Optikerwaren, insbesondere Brillen; Einzelhandelsdienstleistungen in den Bereichen: Kosmetikwaren, Drogeriewaren, Uhren und Schmuckwaren, Schuhe, Bekleidung, Textilwaren, Optikerwaren, insbesondere Brillen; Großhandelsdienstleistungen in den Bereichen: Kosmetikwaren, Drogeriewaren, Uhren und Schmuckwaren, Schuhe, Bekleidung, Textilwaren, Optikerwaren, insbesondere Brillen; Online- oder Katalogversandhandelsdienstleistungen in den Bereichen: Kosmetikwaren, Drogeriewaren, Uhren und Schmuckwaren, Schuhe, Bekleidung, Textilwaren, Optikerwaren, insbesondere Brillen; Vermittlung und Abschluss von Verträgen über den An- und Verkauf von Kosmetikwaren, Drogeriewaren, Uhren und Schmuckwaren, Schuhe, Bekleidung, Textilwaren, Optikerwaren, insbesondere Brillen; Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 2. Oktober 2013 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen.

Zwar seien die Waren „Damenoberbekleidung“ der jüngeren Marke zu den Waren der Widerspruchsmarke „Bekleidungsstücke“ als identisch anzusehen und die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke als normal einzustufen, weshalb an den Abstand der Marken hinsichtlich der Waren „Bekleidungsstücke“ überdurchschnittliche Anforderungen zu stellen seien. Diese halte die jüngere Marke in jeder Hinsicht ein.

Ausgangspunkt bei der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr sei stets der Gesamteindruck der Kennzeichnungen.

Der Begriff der Wortmarke „Liebeskind“ werde als Substantiv in der deutschen Sprache nicht verwendet, stelle einen Fantasiebegriff dar, der mit einem „lieben Kind“ oder einem „Kind der Liebe“ assoziiert werden könne. Demgegenüber bezeichne „Sternenkind“ ursprünglich Kinder, die mit einem Gewicht von weniger als 500 Gramm vor, während oder nach der Geburt versterben. Ein gedankliches Inverbindungbringen von „Liebeskind“ mit dem Begriff „Sternenkind“ sei aufgrund der äußerst unterschiedlichen Bedeutung nicht anzunehmen.

Die visuellen Unterschiede der Zeichen seien ausreichend. In der jüngeren Marke sei „Sternenkind“ in auffällig geschwungener Schrift dargestellt und mit einer schwarzen, rechteckige Umrahmung grafisch gestaltet. Bei der älteren Marke handele es sich um die Wortmarke „Liebeskind“, für die zwar alle üblichen Schreibweisen zu berücksichtigen sind. Die visuellen Unterschiede in den Wortanfängen seien sehr stark.

Klanglich seien die Unterschiede der Zeichen ebenfalls überwiegend, da grundsätzlich Wortanfänge stärker beachtet würden als Endungen. Deshalb habe der deutliche klangliche Unterschied der ersten beiden Silben der Vergleichswörter „Liebes“ und „Sternen“ hohes Gewicht, die Übereinstimmung in der letzten Silbe der beiden Marken „kind“ habe keine selbstständig kennzeichnende, den Gesamteindruck prägende Stellung.

Es handele sich um zwei Gesamtbegriffe, die genauso gesprochen und gesehen und nicht auf einen Teil reduziert würden.

Eine begriffliche Verwechslungsgefahr sei angesichts der sehr unterschiedlichen Bedeutungen nicht zu besorgen.

Dagegen wendet sich die Widersprechende mit ihrer Beschwerde vom 6. November 2013, die sie nicht schriftsätzlich begründet hat. Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle vom 2. Oktober 2013 aufzuheben
und die Marke Nr. 30 2012 002 752.0 zu löschen.

Die Markeninhaberin beantragt sinngemäß,

die Beschwerde zurückzuweisen.

II.

Über die Beschwerde kann ohne mündliche Verhandlung entschieden werden, weil

die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, den Widerspruch mangels einer Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, weil der Durchschnittsverbraucher eine Marke regelmäßig als Ganzes wahrnimmt (vgl. EuGH GRUR 2007, 700 – Limoncello; BGHZ 169, 295 - Goldhase).

Mit der Markenstelle sind die wechselseitig eingetragenen Waren als identisch und die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durchschnittlich anzusehen.

Den danach im Bereich der Warenidentität erforderlichen deutlichen Abstand halten die Marken in schriftlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht ein.

Schriftbildlich unterscheiden sich die Marken durch die deutlich unterschiedlichen Wortanfänge. Auf die besondere graphische Ausgestaltung der als Wort-/Bildmarke eingetragenen jüngeren Marke kommt es damit nicht an.

Dies gilt aufgrund der verschiedenen Wortanfänge auch in klanglicher Hinsicht. Das Publikum wird die klanglichen Unterschiede in den ersten Silben Sternen- im Vergleich zu Liebes- nicht überhören.

Begrifflich besteht zwischen den Marken keine Ähnlichkeit, da es sich bei der Widerspruchsmarke um einen Phantasiebegriff handelt. Die jüngere Marke weist demgegenüber den von der Markenstelle umschriebenen Sinngehalt auf, den der Phantasiebegriff „Liebeskind“ nicht aufgreift.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeit besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG), da immerhin identische Waren vorliegen.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Dr. Albrecht

Hermann

Schmid

Hu