



DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT

BESCHLUSS

Aktenzeichen: 305 54 723.2 / 22

Entscheidung vom 18. Juli 2006

In Sachen

...

betreffend die eingetragene Marke

"pussy".

Auf Grund des Widerspruchs aus der Marke 302 60 679.3 wird die angegriffene Marke gelöscht.

Kosten werden nicht auferlegt.

Gründe

Gegen die Eintragung der für die Waren

?Schurwolle"

registrierten Wortmarke 305 54 723.2 / 22

"pussy"

ist aus der für die Waren

"Parfümeriewaren; Tonträger (CD's, Schallplatten, Kassetten); Schmuckwaren; Schreibwaren; Taschen, soweit in Klasse 18 enthalten; Bekleidungsstücke; Schuhwaren, soweit in Klasse 25 enthalten"

unter Akz/Register-Nr. 302 60 679.3 eingetragenen prioritätsälteren Wort-/Bildmarke



Widerspruch erhoben worden.

Die angegriffene Kennzeichnung war im Register zu löschen, da wegen ihrer Ähnlichkeit mit der prioritätsälteren, eingetragenen Marke 302 60 679.3 und der Ähnlichkeit der durch beide Marken erfassten Waren für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht (§§ 43 Abs. 2, 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Die Frage der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls anhand der in Wechselbeziehung zueinander stehenden Faktoren des Grades der Ähnlichkeit der von ihnen erfassten Waren und Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 ? Canon; MarkenR 1999 236, 239 ? Lloyd). Aufgrund der Wechselbeziehung dieser gegeneinander abzuwägenden Faktoren kann bei einem hohen Grad der Ähnlichkeit der Marken und gesteigerter Kennzeichnungskraft der älteren Marke schon ein geringfügiger Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen für die Annahme einer Verwechslungsgefahr ausreichen und umgekehrt (vgl. BGH GRUR 2004, 235, 237 Davidoff II; GRUR 2004, 239 ? DONLINE). Dabei ist auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen (st. Rspr. vgl. z.B. EuGH a.a.O. ? Lloyd).

In Hinblick auf die Ähnlichkeit der Marken ist festzustellen, dass die jüngere Marke aus dem Element "pussy" besteht, die Widerspruchsmarke neben diesem Wortbestandteil sowohl das zusätzliche Wortelement "Deluxe" als auch die stilisierte Abbildung eines Katzenkopfs enthält. Insofern bestehen Unterschiede zwischen den Vergleichsmarken. In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass bei der Beurteilung der Markenähnlichkeit im Rahmen der Verwechslungsgefahr auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen abzustellen ist (vgl. BGH, GRUR 2004, 235, 237 = WRP 2004, 360 - Davidoff II; BGH GRUR 1996, 198, 199 und EuGH GRUR 1998, 387, 390 ? Sabel/Puma).

Eine Verwechslungsgefahr dem Gesamteindruck nach kann aber nach der Rechtsprechung auch dann gegeben sein, wenn nur jeweils ein Bestandteil der Vergleichsmarken identisch oder ähnlich ist (vgl. BGH GRUR 1996, 200, 202 ? INNOVADICLOPHLONT). Dies ist aber nur der Fall, wenn die übereinstimmenden Teile der Marken in diesen eine selbstständig kennzeichnende Stellung besitzen (vgl. BGH GRUR 1990, 367 ? ALPI/ALBA MODA). Dem gemeinsamen Bestandteil muss demnach in der Gesamtbezeichnung eine eigenständige, den Gesamteindruck allein prägende Bedeutung zukommen. Die bloße Gleichwertigkeit an Kennzeichnungskraft von Bestandteilen reicht für die Annahme einer kollisionsbegründenden Wirkung nicht aus (vgl. BI.f.PMZ 1998, 524, ECCO II; BGH Mitt. 2000, 65 ? RAUSCH/ELFT RAUCH).

Vorliegend wird die Widerspruchsmarke durch den Bestandteil "PUSSY" geprägt. Auch wenn das Wortelement "Deluxe" sich durch eine größere Schrift hervorhebt, wird es zumindest ein beachtlicher Teil des Verkehrs wegen seines rein beschreibenden Inhalts im Hinblick auf die beanspruchten Waren vernachlässigen. Das gilt auch hinsichtlich des Bildelements das lediglich als Verstärkung des Wortelements "PUSSY" erscheint, da es sich dabei um einen das auch im Inland geläufige englische Wort für "Mieze" handelt.

Angesichts dieser klanglichen Ähnlichkeit der Marken reicht bereits eine entferntere Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen aus, um die Gefahr von Verwechslungen zu begründen. Das gilt umso mehr, als dass von einem normalen Schutzzumfang beider Marken auszugehen ist, da weder Anhaltspunkte für einen erweiterten noch für einen verringerten Schutzzumfang vorliegen.

Die somit an den Abstand der Waren der gegenüberstehenden Marken zu stellenden Anforderungen erfüllen diese nicht. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein können, die beanspruchten Waren stammten von demselben Unternehmen.

Vorliegend stehen sich auf Seiten der angegriffenen Marke Schurwolle und auf Seiten der Widerspruchsmarke u.a. Bekleidungsstücke gegenüber. Die Schurwolle ist ein Ausgangsprodukt für Bekleidungsstücke. Vorliegend ist eine Ähnlichkeit zu bejahen, da das Vorprodukt nach der

Verkehrsauffassung maßgebliche Eigenschaften und die Wertschätzung der Bekleidungsstücke bestimmt sowie die Marke der Schurwollhersteller auch den Abnehmern des Bekleidungsstücks gegenüberreten kann (vgl. auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl. 2006, § 9 Rn. 90; BPatG in GRUR, 1970, 80).

Nach alledem war die angegriffene Marke somit im Register zu löschen (§§ 43 Abs. 2, 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 63 Abs. 1 MarkenG) bestand im vorliegenden Fall kein Anlass.

Unterschrift