

Bundespateatgericht

24 W (pat) 66/09

vom 09.11.2010

Markenbeschwerdeverfahren - "Simpreso/surpresso" – weder klangliche noch
schriftbildliche Verwechslungsgefahr -



*REWIS: open. smart. legal.
Datenbank für Rechtsprechung
Angaben ohne Gewähr*



*URL: <https://rewis.io/s/u/acU/>
Bundespateatgericht
24. Senat*

24 W (pat) 66/09 vom 09.11.2010

Beschluss | Bundespatentgericht | 24. Senat

Tenor

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 307 28 931

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 9. November 2010 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, des Richters Viereck und der Richterin Dr. Mittenberger-Huber

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

1 Die am 3. Mai 2007 angemeldete Wortmarke

2 Simpresso

3 wurde am 21. Juni 2007 unter der Nr. 307 28 931 für die Waren

4 „11: elektrische Kaffee-, Tee- und Espressomaschinen“

5 in das Markenregister eingetragen.

6 Widerspruch erhoben ist aus der Gemeinschaftsmarke 3 103 264 (angemeldet
am 20. März 2003 unter Inanspruchnahme der deutschen Priorität vom 15.
Oktober 2002, eingetragen am 7. September 2004)

7 surpresso

8 die für folgende Waren registriert ist:



9

„7

10

Haushalts- und Küchenmaschinen und -geräte (soweit in Klasse 07 enthalten), insbesondere elektrische Küchenmaschinen und -geräte einschließlich Zerkleinerungsgeräte, Rühr- und Knetgeräte, Pressgeräte, Entsafter, Saftzentrifugen, Mahlgeräte, Schneidegeräte, elektromotorische Werkzeuge, Dosenöffner, Messerschleifgeräte sowie Maschinen und Geräte zur Bereitung von Getränken und/oder Speisen; elektrische Müllentsorgungsgeräte einschließlich Müllzerkleinerer und Müllverdichter; Geschirrspülmaschinen; elektrische Maschinen und Geräte zur Behandlung von Wäsche- und Kleidungsstücken einschließlich Waschmaschinen, Wäscheschleudern, Bügelpressen, Bügelmaschinen; elektrische Reinigungsgeräte für den Haushalt einschließlich, elektrische Fensterputzgeräte und elektrische Schuhputzgeräte und Staubsauger; Teile aller vorgenannten Waren, soweit in Klasse 07 enthalten, insbesondere Schläuche, Rohre, Staubfilter und Staubfilterbeutel, alle für Staubsauger.

9

11

Elektrische Apparate und Instrumente soweit in Klasse 09 enthalten, insbesondere elektrische Bügeleisen; Küchenwaagen, Personenwaagen; elektrische Folienschweißgeräte; Fernbedienungs-, Signal- und Steuergeräte für Haushalts- und Küchenmaschinen und -geräte; bespielte und unbespielte maschinenlesbare Datenträger für Haushaltsgeräte; elektrische Ausgabegeräte für Getränke oder Speisen, Verkaufsautomaten; Datenverarbeitungsgeräte und Datenverarbeitungsprogramme für die Steuerung und Bedienung von Haushaltsgeräten; Teile aller vorgenannten Waren, soweit in Klasse 09 enthalten.

11

12

Heizungs-, Dampferzeugungs- und Kochgeräte, insbesondere Herde, Back-, Brat-, Grill-, Toast-, Auftau- und Warmhaltegeräte, Tauchsieder, eigenbeheizte Kochtöpfe, Mikrowellengeräte, Tee- und Kaffeemaschinen; Kühlgeräte, insbesondere Kühlschränke, Kühltruhen, Kühl-Gefrierkombinationsgeräte, Gefriergeräte, Eismaschinen und -apparate; Trockengeräte, insbesondere auch Wäschetrockner, Wäschetrockenmaschinen, Händetrockner, Haartrockengeräte; Lüftungsgeräte, insbesondere Ventilatoren, Dunstfilter, Dunstabzugsgeräte und Dunstabzugshauben, Klimaapparate sowie Geräte zur Verbesserung der Luftgüte, Luftbefeuchter; Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen, insbesondere auch Armaturen für Dampf-, Luft- und Wasserleitungsanlagen, Warmwassergeräte, Speicherwassererhitzer und Durchlaufwassererhitzer; Geschirrspülbecken; Wärmepumpen; Speiseeismaschinen; Teile aller vorgenannten Waren, soweit in Klasse 11 enthalten.“

13

Der Widerspruch richtet sich gegen alle Waren der jüngeren Marke.



14

Seitens der Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts ist der Widerspruch in einem ersten Beschluss vom 21. Oktober 2008 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen worden. Der beiden Marken gemeinsame Bestandteil „presso“ sei eine beliebte Endung, um auf Espresso oder für dessen Zubereitung bestimmte Maschinen hinzuweisen. Angesichts der Kennzeichnungsschwäche dieses Bestandteils richte der Verkehr seine Aufmerksamkeit auf die ohnehin stärker beachteten Wortanfänge der Vergleichsmarken. Deren klangliche und schriftbildliche Unterschiede reichten zum Ausschluss einer Verwechslungsgefahr aus.

15

Die Erinnerung der Widersprechenden ist in einem zweiten Beschluss der Markenstelle - Beamtin des höheren Dienstes - vom 14. August 2009 zurückgewiesen worden. Die angesichts der Warenidentität und der durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke erhöhten Anforderungen an den Abstand der sich gegenüberstehenden Zeichen würden in jeder Hinsicht eingehalten. Die Beurteilung folgt insoweit der des Erstbeschlusses. In phonetischer Hinsicht führe die Verbindung des hellen Vokals „i“ mit dem Lippen- und Verschlusslaut „m“ zu einem deutlich anderen Klangbild der angegriffenen Marke als das dunkle „u“ in Verbindung mit dem Gaumenlaut „r“ in der Widerspruchsmarke. Verwechslungsmindernd wirke sich zusätzlich aus, dass auf dem betroffenen Warengbiet vergleichbar gebildete Marken verbreitet seien (Hinweis auf „CaféPresso, belpresso, Shakespresso, soundpresso, Classpresso“). Als Stamm einer Zeichenserie komme „presso“ nicht in Betracht.

16

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem Antrag,

17

die deutsche Marke 307 28 931 unter Aufhebung der Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. Oktober 2008 und vom 14. August 2009 aufgrund des Widerspruchs aus der Gemeinschaftsmarke 3 103 264 zu löschen.

18

Die sich gegenüberstehenden Marken wiesen weitgehende Übereinstimmungen auf und unterschieden sich lediglich in den zweiten und dritten Buchstaben der jeweiligen Anfangssilben. Angesichts des sehr ähnlichen Gesamtklang- und -schriftbilds könne eine Verwechslungsgefahr nicht ausgeschlossen werden. Unbeschadet eines möglicherweise beschreibenden Begriffsgehalts trage der übereinstimmende Bestandteil „presso“ zum Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Marken bei und müsse bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit mitberücksichtigt werden. In Anbetracht der Warenidentität und des oft flüchtigen Erinnerungsbildes bestehe daher die Gefahr, dass der Verkehr die jüngere Marke für die Widerspruchsmarke halte.

19



Die Markeninhaberin hat im Beschwerdeverfahren keine Stellungnahme in der Sache abgegeben und auch an der mündlichen Verhandlung - gemäß vorheriger Ankündigung - nicht teilgenommen.

20 Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

21 Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, jedoch in der Sache nicht begründet, weil die sich gegenüberstehenden Marken - wie die Markenstelle in den angefochtenen Beschlüssen zutreffend dargelegt hat - nicht der Gefahr einer Verwechslung im Verkehr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, [§ 125b MarkenG](#) unterliegen.

22 Ob Verwechslungsgefahr im Sinne dieser Vorschrift vorliegt, ist im Einzelfall unter Berücksichtigung aller maßgeblichen Faktoren, insbesondere der Identität bzw. Ähnlichkeit der Waren, des Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke, des Grades der Ähnlichkeit der Zeichen sowie der Art der Waren und der bei der Auswahl zu erwartenden Aufmerksamkeit des beteiligten Verkehrs umfassend zu beurteilen (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 1998, 387 - Sabèl/Puma; GRUR 2008, 343 Nr. 48 - BAINBRIDGE; BGH GRUR 2008, 903, Nr. 10 - SIERRA ANTIGUO; zur Wechselwirkung der genannten Einzelfaktoren s. auch Hacker in: Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 9 Rdn. 32, 33).

23 Da das Verzeichnis der Widerspruchsmarke u. a. auch die Waren „11: Tee- und Kaffeemaschinen“ enthält, besteht insoweit Warenidentität zu den von der jüngeren Marke beanspruchten Produkten. In welchem Umfang darüber hinaus Warenähnlichkeit vorhanden ist, bedarf keiner Klärung.

24 Die Kennzeichnungskraft und der durch diese mitbestimmte Schutzzumfang der Widerspruchsmarke liegen, bei der Betrachtung der Marke in ihrer Gesamtheit von Hause aus im durchschnittlichen Bereich. Anhaltspunkte für eine Steigerung des Schutzzumfangs, z. B. infolge starker Benutzung und hoher Bekanntheit, liegen nicht vor.

25 Eine Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen ist - schriftbildlich ebenso wie klanglich - zwar vorhanden, beruht aber im Wesentlichen auf der als solchen für Geräte zur Kaffee- und Teezubereitung schutzunfähigen Endung „presso“. In den Anfangssilben unterscheiden sich beide Marken, unbeschadet des gemeinsamen Anfangsbuchstabens „S“, durch die nachfolgenden Vokal- und Konsonantenfolgen „im“ und „ur“ sehr deutlich; auf die insoweit zutreffenden Ausführungen der Markenstelle wird zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug genommen. Aus Gemeinsamkeiten nur in schutzunfähigen Bestandteilen - wie hier - kann eine Verwechslungsgefahr nicht hergeleitet werden, wobei diese Beurteilung nicht nur für mehrteilige Marken gilt, sondern in gleicher Weise auch für Einwortmarken (vgl. Hacker in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 141).



Die Marken sind zwar in ihrer Gesamtheit zu vergleichen, die Abweichungen in den - ohnehin stärker beachteten - Anfangssilben führen aber zu einer deutlich verminderten Zeichenähnlichkeit.

- 26 Es gilt das in der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs entwickelte Verbraucherbild des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittskonsumenten (vgl. Hacker in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 173 m. w. N.). Die im vorliegenden Fall auf beiden Seiten betroffenen Geräte für die Zubereitung von Kaffee und Tee werden im Allgemeinen eher mit erhöhter Aufmerksamkeit erworben. Die Gesamtabwägung der für die Verwechslungsgefahr maßgeblichen Faktoren, welche nicht schematisch oder nach irgendwelchen mathematischen Kategorien vorzunehmen ist (vgl. Ingerl/Rohnke, MarkenG, 3. Aufl., § 14 Rdn. 434), ergibt im vorliegenden Fall, dass eine - unmittelbare - Verwechslungsgefahr (noch) mit der gebotenen Sicherheit ausgeschlossen werden kann.
- 27 Für das Bestehen der Gefahr einer Verwechslungsgefahr infolge gedanklichen In-Verbindung-Bringens der Vergleichszeichen ([§ 9 Abs. 1 Nr. 2, Altern. 2 MarkenG](#)) liegen keine Anhaltspunkte vor. Insbesondere kommt die - wie ausgeführt beschreibende - gemeinsame Endung „presso“ nicht als Stamm einer Zeichenserie in Betracht (vgl. Hacker in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 387). Dass beide Marken einem gemeinsamen Zeichenbildungsprinzip folgen, reicht für sich gesehen nicht für die Annahme einer sog. assoziativen Verwechslungsgefahr aus (Ingerl/Rohnke, a. a. O., § 14 Rdn. 1219, 1220).
- 28 Nach allem ist der Beschwerde der Erfolg zu versagen.
- 29 Für die Auferlegung von Verfahrenskosten (gem. [§ 71 Abs. 1 MarkenG](#)) besteht kein Anlass.

