

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Engelsgleich? Zur Verwechslungsgefahr ähnlicher Wortmarke und Wortbildmarke

Das Bundespatentgericht hat entschieden, dass zwischen der Wort-/Bildmarke „Angel-J Collection“ und der Wortmarke „Angel“ keine Verwechslungsgefahr bestehe ([Beschluss vom 27.04.2011, Az. 29 W \(pat\) 553/10](#)).

Sachverhalt

Die Wort-/Bildmarke „Angel-J Collection“ (Text neben einem Tigerkopf) wurde am 17.12.2009 beim DPMA als Marke in den Klassen 25, 35 und 40 (u.a. Bekleidung und Textildruck) eingetragen. Gegen diese Eintragung hat der Inhaber der Wortmarke „Angel“, eingetragen am 01.03.2007 in die Klassen 14, 16, 18, 24, 25, 26 (u.a. Papier, Leder, Webstoffe und Bekleidungsstücke), Widerspruch erhoben. Dieser wurde jedoch von der zuständigen Markenstelle zurückgewiesen, weshalb die Inhaberin der Marke „Angel“ Beschwerde eingelegt hat.

Aus der Entscheidung des Gerichts

Nach Auffassung des Senats bestehe zwischen den beiden Marken keine Verwechslungsgefahr im Sinne von §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Wann kann überhaupt Verwechslungsgefahr vorliegen?

“

„Die Frage der Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist [...] unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt“

”

Selbst bei Benutzung für identische und hochgradig ähnliche Waren/Dienstleistungen und der Annahme einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft für sämtliche Widerspruchswaren halte die angegriffene Marke den zur Ablehnung der Verwechslungsgefahr notwendigen Abstand noch ein.

Zur Markenähnlichkeit führt das Gericht weiter aus:

“

„Maßgebend für die Beurteilung der Markenähnlichkeit ist der Gesamteindruck der Vergleichsmarken, wobei von dem allgemeinen Erfahrungssatz auszugehen ist, dass der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen [...]. Der Grad der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen ist dabei im Klang, im (Schrift)Bild und im Bedeutungs- (Sinn-)Gehalt zu ermitteln. Für die Annahme einer Verwechslungsgefahr reicht dabei regelmäßig bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Hinsicht aus [...]. Für den Gesamteindruck eines Zeichens ist insbesondere der Wortanfang von Bedeutung, weil der Verkehr diesem regelmäßig größere Beachtung schenkt als Endsilben“

”

Im konkreten Fall werden, nach Ansicht des BPatG, die sich gegenüberstehenden Marken weder klanglich noch schriftbildlich noch begrifflich ähnlich wahrgenommen. Eine Verwechslungsgefahr liege also nicht vor.

Auch eine sogenannte Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne liege nicht vor. „Eine solche wird angenommen, wenn die Vergleichskennzeichnungen zwar als unterschiedlich und als solche verschiedener Unternehmen aufgefasst werden, jedoch gleichwohl aufgrund besonderer Umstände, insbesondere wegen ihrer teilweisen Übereinstimmung, geschlossen wird, dass zwischen den Unternehmen Beziehungen geschäftlicher, wirtschaftlicher oder organisatorischer Art bestehen.“

Von einer solchen Verwechslungsgefahr könne regelmäßig aber nur dann ausgegangen werden, wenn die ältere Marke zugleich Unternehmenskennzeichen ist, was aber vorliegend nicht der Fall sei.

Fazit

Nur weil ein Wortbestandteil zweier Marken identisch ist, ist noch lange nicht gesagt, dass zwischen beiden Marken – auch wenn sie in ähnlichen Klassen eingetragen sind – Verwechslungsgefahr besteht.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement