



HARMONISIERUNGSAMT FÜR DEN BINNENMARKT
(MARKEN, MUSTER UND MODELLE)

Die Beschwerdekammern

**ENTSCHEIDUNG
der Vierten Beschwerdekammer
vom 17. Juni 2011**

Im Beschwerdeverfahren R 1048/2010-4

Royal Appliance International GmbH
Jagenbergstr. 19
D-41468 Neuss
Deutschland

Anmelderin / Beschwerdeführerin

vertreten durch Siebecke - Lange - Wilbert, Cecilienallee 42, D-40474 Düsseldorf,
Deutschland

gegen

MediaShop AG
Schliessa 3
FL-9495 Triesen
Liechtenstein

Widersprechende / Beschwerdegegnerin

vertreten durch Barkhoff Reimann Vossius, Grosjeanstr. 2, D-81925 München,
Deutschland

betreffend das Widerspruchsverfahren Nr. B 1 524 761 (Gemeinschaftsmarken-
anmeldung Nr. 7 515 117)

erlässt

DIE VIERTE BESCHWERDEKAMMER

unter Mitwirkung von D. Schennen (Vorsitzender und Berichterstatter), F. López de
Rego (Mitglied) und E. Fink (Mitglied)

Geschäftsstellenbeamtin: P. López Fernández de Corres

die folgende

Verfahrenssprache: Deutsch

ENTSCHEIDUNG VOM 17. JUNI 2011 – R 1048/2010-4 – PLATINUM / PLATINUM

Entscheidung

Sachverhalt

- 1 Am 23. Dezember 2008 meldete die Beschwerdeführerin die Wortmarke

Platinum

als Gemeinschaftsmarke für folgende Waren an:

Klasse 7 – Elektrische Maschinen und Geräte für Reinigungszwecke, insbesondere Dampfreiniger, Dampfdruckreiniger, Staubsauganlagen für Reinigungszwecke, Staubsauger, Zyklonstaubsauger, Stielsauger, Bürstensauger, Handsauger, Akkusauger, Bodensauger, Beutelstaubsauger, Kanisterstaubsauger, Trockensauger, Naßsauger, Waschsauger, elektrische Shamponiermaschinen und -geräte für Teppiche, Teppichböden und Polsternöbel; Zubehör für vorgenannte Waren, soweit in Klasse 7 enthalten, insbesondere Staubsaugerfilter, Staubsaugerbeutel, Staubsaugerschläuche, Staubsaugerbürsten, Staubsaugenzubehörteile.

Klasse 11 – Dampferzeugungsgeräte, Dampferzeugungsanlagen.

Klasse 21 – Handbetätigte Reinigungsgeräte.

- 2 Der hiergegen von der Beschwerdegegnerin eingelegte Widerspruch wurde mit Doppelidentität und Vorliegen von Verwechslungsgefahr gemäß Artikel 8 (1) (a) und (b) GMV begründet und stützt sich auf die Gemeinschaftsmarke Nr. 3 728 391 für die Wortmarke

PLATINUM

angemeldet am 25. März 2004 und eingetragen am 30. Januar 2006 für folgende Waren:

Klasse 3 – Wasch-, Putz- und Poliermittel für Kraftfahrzeuge; Lackpflegemittel für Kraftfahrzeuge; Lackimprägniermittel für Kraftfahrzeuge; Autopolitur; Insektenreiniger und Felgenreiniger für Kraftfahrzeuge; Polierwachs und Poliercreme für Kraftfahrzeuge.

Klasse 7 – Poliermaschinen.

Klasse 21 – Poliertücher.

- 3 Mit Entscheidung vom 29. April 2010 gab die Widerspruchsabteilung dem Widerspruch statt, wies die Anmeldung zurück und legte der Beschwerdeführerin die Kosten des Verfahrens auf.
- 4 Die Widerspruchsabteilung bejahte aufgrund der Identität der Marken ausgehend von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der älteren Marke für identische Waren eine Doppelidentität gemäß Artikel 8 (1) (a) GMV und für die ähnlichen Waren Verwechslungsgefahr gemäß Artikel 8 (1) (b) GMV.
- 5 Mit Schriftsatz vom 9. Juni 2010 legte die Anmelderin gegen diese Entscheidung Beschwerde ein, in der sie beantragte, die angefochtene Entscheidung vollum-

fänglich zu widerrufen. Sodann begründete sie die Beschwerde am 30. August 2010 und schränkte das Warenverzeichnis der Anmeldung wie folgt ein:

Klasse 7 – Dampfreiniger, Dampfdruckreiniger, Staubsauganlagen für Reinigungszwecke, Staubsauger, Zyklonstaubsauger, Stielsauger, Bürstensauger, Handsauger, Akkusauger, Bodensauger, Beutelstaubsauger, Kanisterstaubsauger, Trockensauger, Naßsauger, Waschsauger, elektrische Shamponiermaschinen und -geräte für Teppiche, Teppichböden und Polstermöbel.

Klasse 21 – Handbetätigte Reinigungsgeräte, nämlich handbetätigte Sauggeräte.

- 6 Die Beschwerdeführerin macht geltend, dass die Waren nach Einschränkung des Warenverzeichnisses nicht mehr ähnlich seien. Die verbleibenden Waren der Klassen 7 und 21 wichen aufgrund der unterschiedlichen Produktart und Verwendungszwecke von den älteren „Poliermaschinen, Poliertüchern“ ab. Die Waren ergänzten sich weder noch stünden sie in einem Konkurrenzverhältnis.
- 7 Zudem sei die Kennzeichnungskraft der älteren Marke durch eine Vielzahl benutzter „Platinum“-Marken, insbesondere im Zusammenhang mit der Reinigung von Fahrzeugen, geschwächt. Sie legt Auszüge von Benutzungsbeispielen der Bezeichnung „Platinum“ für Reinigungsgeräte und -zubehör vor.
- 8 Die Beschwerdegegnerin (Widersprechende) beruft sich darauf, dass die Waren auch nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses der Anmelderin noch immer hochgradig ähnlich seien. Zudem seien die von der Anmelderin eingereichten Unterlagen nicht geeignet, eine Schwächung der älteren Marke zu belegen.

Entscheidungsgründe

Zur Zulässigkeit der Beschwerde

- 9 In der nach Einlegung der Beschwerde vorgenommenen Einschränkung des Warenverzeichnisses auf die in Rdn. 5 genannten Waren liegt eine Teilrücknahme der Anmeldung und zugleich eine Teilrücknahme der Beschwerde.

Zum Markenvergleich

- 10 Die sich gegenüberstehenden Marken sind identisch.

Zum Warenvergleich

- 11 Im Warenvergleich stehen sich gegenüber:

Angefochtene Anmeldung	Ältere Gemeinschaftsmarke
<p>Klasse 7 – Dampfreiniger, Dampfdruckreiniger, Staubsauganlagen für Reinigungszwecke, Staubsauger, Zyklonstaubsauger, Stielsauger, Bürstensauger, Handsauger, Akkusauger, Bodensauger, Beutelstaubsauger, Kanisterstaubsauger, Trockensauger, Naßsauger, Waschsauger, elektrische Shamponiermaschinen und -geräte für Teppiche, Teppichböden und Polstermöbel.</p> <p>Klasse 21 – Handbetätigte Reinigungsgeräte, nämlich handbetätigte Sauggeräte.</p>	<p>Klasse 3 – Wasch-, Putz- und Poliermittel für Kraftfahrzeuge; Lackpflegemittel für Kraftfahrzeuge; Lackimprägniermittel für Kraftfahrzeuge; Autopolitur; Insektenreiniger und Felgenreiniger für Kraftfahrzeuge; Polierwachs und Poliercreme für Kraftfahrzeuge.</p> <p>Klasse 7 – Poliermaschinen.</p> <p>Klasse 21 – Poliertücher.</p>

- 13 Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen sind alle relevanten Umstände in Betracht zu ziehen, einschließlich der Art, Zweckbestimmung und Verwendungsweise der Waren oder Dienstleistungen und ob sie miteinander in Wettbewerb stehen oder zueinander komplementär sind (Urteil vom 29. September 1998, C-39/97, „Canon“, Rdn. 23). Dies ist im Hinblick darauf zu prüfen, ob die relevanten Verkehrskreise auf einen gemeinsamen betrieblichen Ursprung der betreffenden Waren oder Dienstleistungen schließen würden (Urteil vom 4. November 2003, T-85/02, „Castillo“, Rdn. 32, 38) und die Verbraucher die Vermarktung dieser Waren unter derselben Marke als gängig ansehen, was normalerweise impliziert, dass die jeweiligen Hersteller oder Händler der Produkte größtenteils dieselben sind (Urteil vom 11. Juli 2007, T-150/04, „Tosca Blu“, Rdn. 37).
- 14 Die im Warenverzeichnis der Widersprechenden enthaltenen „Poliermaschinen“ sind elektrisch angetriebene Maschinen zum Polieren von Metallteilen oder Gesteinen. „Polieren“ lässt sich dabei beschreiben als das „durch ein bestimmtes Verfahren blank, glänzend machen, reiben“ (DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch). Im Handel werden die verschiedensten Arten von Poliermaschinen vertrieben, sowohl für gewerbliche Zwecke zur Oberflächenbearbeitung von Metallen und Gesteinen, aber auch Poliermaschinen, die in der Gebäudereinigung zur Reinigung von Fußböden eingesetzt werden sowie Poliermaschinen für den Heimwerkerbedarf, insbesondere im Bereich der Fahrzeugpflege.
- 15 Bei den Waren der angefochtenen Marke in Klasse 7 „Dampfreiniger, Dampfdruckreiniger, Staubsauganlagen für Reinigungszwecke, Staubsauger, Zyklonstaubsauger, Stielsauger, Bürstensauger, Handsauger, Akkusauger, Bodensauger, Beutelstaubsauger, Kanisterstaubsauger, Trockensauger, Naßsauger, Waschsauger, elektrische Shamponiermaschinen und -geräte für Teppiche, Teppichböden und Polstermöbel“ handelt es sich, auch nach Streichung des Oberbegriffs „Elektrische Maschinen und Geräte für Reinigungszwecke“, sämtlich um Maschinen und Geräte, die zur Reinigung eingesetzt werden.
- 16 Die beiderseitigen Waren, „Dampfreiniger, Dampfdruckreiniger, Staubsauganlagen für Reinigungszwecke etc.“ einerseits und „Poliermaschinen“ andererseits,

dienen dem übereinstimmenden Zweck der Reinigung. Da Poliermaschinen beispielsweise auch zur Reinigung von Fußböden und Oberflächen eingesetzt werden können, erfüllen die Waren denselben Zweck. Insoweit sind die Vergleichswaren auch komplementär, denn dem Polieren von Oberflächen geht notwendigerweise deren Reinigung voraus. Die Waren richten sich damit an dieselben Abnehmer.

- 17 Wie die Widersprechende bereits im Widerspruchsverfahren durch Vorlage von Internetauszügen belegt hat, ist es üblich, dass Reinigungsunternehmen sowohl Poliermaschinen als auch weitere Reinigungsmaschinen, wie Dampfreiniger und verschiedenste Arten von Staubsaugern anbieten (vgl. z.B. www.karcher.de, die ein umfassendes Angebot von Dampfreinigern, Saugern, Dampfsaugern, Saugbohnern bereitstellen). Diese gelangen über die gleichen Vertriebswege in den Verkehr.
- 18 Zusammenfassend führen die Überschneidungen in Verwendungszweck, bei den Herstellerunternehmen, den Vertriebswegen sowie Abnehmern und das Ergänzungsverhältnis der Vergleichswaren zu einem normal hohen Grad der Warenähnlichkeit.
- 19 Auch hinsichtlich der angefochtenen Waren in Klasse 21 „handbetätigte Reinigungsgeräte, nämlich handbetätigte Sauggeräte“ besteht eine Ähnlichkeit zu den älteren „Poliermaschinen“ in Klasse 7, wenngleich diese geringer sein mag als zu den angefochtenen Waren in Klasse 7. Auch „handbetätigte Sauggeräte“ dienen der Reinigung. Häufig finden sie beispielsweise im Bereich der Autopflege Verwendung, um die Innenräume eines Fahrzeuges zu reinigen. Auch Poliermaschinen werden zur Kfz-Pflege eingesetzt, nämlich um den Lack der Fahrzeuge zu polieren. Insoweit überschneidet sich der Verwendungszweck der Waren, nämlich die Fahrzeugreinigung. Es ist nicht unwahrscheinlich, dass Endverbraucher denken werden, dass die Hersteller der handbetätigten Sauggeräte etwa für den Bereich der Autopflege auch für die Produktion entsprechender elektrischer Poliermaschinen für die Kfz-Pflege verantwortlich sind. Zudem werden die Waren über dieselben Vertriebswege vertrieben und richten sich an dieselben Abnehmerkreise.

Zur Verwechslungsgefahr

- 20 Nach Artikel 8 (1) (b) GMV ist der Widerspruch gegen eine Gemeinschaftsmarkenanmeldung begründet, wenn wegen ihrer Identität oder Ähnlichkeit mit der älteren Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen in dem Gebiet besteht, in dem die ältere Marke Schutz genießt. Dies setzt nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs voraus, dass das Publikum glauben könnte, dass die betreffenden Waren oder Dienstleistungen, wenn sie mit den betreffenden Marken gekennzeichnet sind, aus demselben Unternehmen oder aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (Urteil vom 22. Juni 1999, C-342/97, „Lloyd Schuhfabrik“, Rdn. 17). Die Rechtsprechung des Gerichtshofs unterscheidet nicht zwischen den Fällen, in denen die beiden

Marken unmittelbar miteinander verwechselt werden, und den Fällen, in denen das Publikum wegen der Ähnlichkeit der Marken das Bestehen wirtschaftlicher Beziehungen zwischen den Markeninhabern annimmt.

- 21 Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Diese Beurteilung impliziert eine bestimmte Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere zwischen der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit diesen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen. So kann ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt (Urteil vom 22. Juni 1999, C-342/97, „Lloyd Schuhfabrik“, Rdn. 18, 19). Die Verwechslungsgefahr ist umso größer, je größer sich die Kennzeichnungskraft der älteren Marke darstellt (Urteil vom 11. November 1997, C-251/95, „Sabèl“, Rdn. 24).
- 22 Die von den streitgegenständlichen Reinigungs- und Poliergeräten angesprochenen Verkehrskreise bestehen aus dem allgemeinen Endverbraucher, der als durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständlich anzusehen ist (Urteil vom 22. Juni 1999, C-342/97, „Lloyd Schuhfabrik“, Rdn. 26) und Fachkreisen, nämlich Reinigungsunternehmen, in Europa. Der Aufmerksamkeitsgrad bei Erwerb der Waren ist als normal anzusehen. Zwar werden die Waren nicht täglich gekauft, und ihre Lebensdauer beträgt mehrere Jahre. Andererseits handelt es sich aber nicht um derart hochpreisige Waren, dass die Verbraucher bei ihrem Erwerb besondere Überlegungen anstellen würden (Urteil vom 15. September 2009, T-446/07, „Centrixx“, Rdn. 26 ff).
- 23 Eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke wurde nicht geltend gemacht. Die inhärente Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist normal. „Platinum“ bezeichnet das chemische Element „Platin“. „Platin“ ist ein korrosionsbeständiges, schmiedbares und weiches Schwermetall, das aufgrund seiner physikalischen und chemischen Eigenschaften für vielfältige Anwendungen verwendet wird (u.a. Schmuckherstellung, Fahrzeugkatalysatoren, chemischer Apparatebau, Herstellung von Labor- und Analysegeräten, medizinische Implantate, Legierungszusatz in Dentalwerkstoffen, Kontaktwerkstoffe). Soweit die Anmelderin im Widerspruchsverfahren geltend machte, „Platin“ sei für die Waren der Widersprechenden beschreibend, da es als Metall für eine Korrosionsbeständigkeit, einen besonderen Oberflächenschutz Sorge, bestätigt die Kammer die Auffassung der Widerspruchsabteilung, dass zumindest für den auch angesprochenen Durchschnittsverbraucher ein Zusammenhang zwischen Reinigungs- bzw. Poliergeräten und Platin nicht ohne weiteres erkennbar ist.
- 24 Auch eine Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durch eine relevante Anzahl benutzter Drittmarken wurde von der Anmelderin nicht belegt. Die hierzu bereits im Widerspruchsverfahren vorgelegten Registerauszüge von Gemeinschaftsmarken mit dem Bestandteil „Platinum“ sowie die im Beschwerdeverfahren eingereichten 9 Auszüge von Benutzungsbeispielen der Bezeichnung „Platinum“ für Reinigungsgeräte und -zubehör belegen weder, dass die vorgelegten Internetauszüge eingetragene Marken betreffen, noch handelt es

sich hierbei um eine relevante Anzahl von Drittmarken, die geeignet wäre, zu einer Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu führen.

- 25 Überdies wäre selbst bei einer geschwächten Kennzeichnungskraft der älteren Marke aufgrund der Identität der Marken und der Ähnlichkeit der Waren von einer Verwechslungsgefahr auszugehen.
- 26 Angesichts der Identität der Marken und der Ähnlichkeit der Waren wird der Verbraucher daher ohne weiteres Fehlvorstellungen über den betrieblichen Ursprung der jeweiligen Waren unterliegen können.
- 27 Die Beschwerde der Anmelderin musste daher erfolglos bleiben.

Kosten

- 28 Die Beschwerdeführerin ist in beiden Instanzen unterlegen und hat gemäß Artikel 85 (1) GMV und Regel 94 (1) GMDV die Kosten des Widerspruchsverfahrens und des Beschwerdeverfahrens zu tragen.

Kostenfestsetzung

- 29 Gemäß Artikel 85 (6) GMV und Regel 94 (7) GMDV setzt die Kammer die Kosten in der Entscheidung fest, wenn sich diese auf die an das Amt gezahlten Gebühren und die Vertretungskosten beschränken. Diese bestehen aus den Vertretungskosten der Beschwerdegegnerin (Widersprechenden), für das Beschwerdeverfahren von EUR 550 gemäß Regel 94 (7) (d) (vi) GMDV und für das Widerspruchsverfahren von EUR 300 gemäß Regel 94 (7) (d) (i) GMDV. Hinzu kommt gemäß Regel 94 (6) GMDV die Widerspruchsgebühr von EUR 350. Zugunsten der Beschwerdegegnerin werden die Kosten in Höhe von EUR 1.200 festgesetzt.

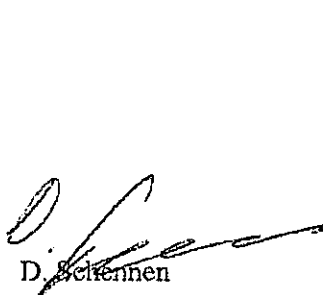
Tenor der Entscheidung

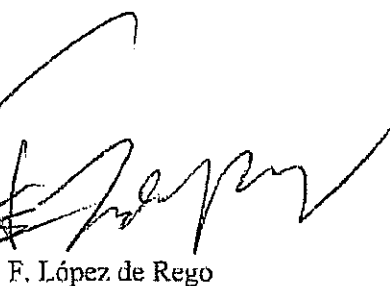
Aus diesen Gründen entscheidet

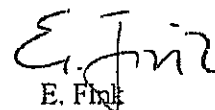
DIE KAMMER

wie folgt:

1. Die Beschwerde wird zurückgewiesen.
2. Die Beschwerdeführerin trägt die Kosten des Widerspruchsverfahrens und des Beschwerdeverfahrens.
3. Der Betrag der von der Beschwerdeführerin an die Beschwerdegegnerin zu erstattenden Kosten für das Widerspruchs- und Beschwerdeverfahren wird auf EUR 1.200 festgesetzt.


D. Schenken


F. López de Rego


E. Fial

Geschäftsstellenbeamtin:



P. López Fernández de Corres