

## Rechtssache T-273/02

**Krüger GmbH & Co. KG**

**gegen**

**Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt  
(Marken, Muster und Modelle) (HABM)**

„Gemeinschaftsmarke — Widerspruchsverfahren — Anmeldung der Gemeinschaftswortmarke CALPICO — Ältere nationale Wortmarke CALYPSO — Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 40/94 — Anspruch auf rechtliches Gehör“

Urteil des Gerichts (Vierte Kammer) vom 20. April 2005 . . . . . II - 1274

### Leitsätze des Urteils

1. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Relative Eintragungshindernisse — Widerspruch des Inhabers einer für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen eingetragenen identischen oder ähnlichen älteren Marke — Gefahr der Verwechslung mit der älteren Marke — Wortmarken CALPICO und CALYPSO (Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b)*

II - 1271

2. *Gemeinschaftsmarke — Beschwerdeverfahren — Beschwerdekammern — Qualifizierung als Verwaltungsstellen des Amtes — Kein Anspruch der Parteien auf einen fairen „Prozess“ (Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 60 bis 62)*
3. *Gemeinschaftsmarke — Entscheidungen des Amtes — Wahrung der Verteidigungsrechte — Tragweite des Grundsatzes (Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 73)*

1. Für den deutschen Durchschnittsverbraucher besteht keine Gefahr der Verwechslung des Wortzeichens CALPICO, dessen Eintragung für „Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke, insbesondere physiologisch wirkende Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte sowie Getränke auf Fruchtsaftbasis; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken“ der Klassen 29, 30 und 32 im Sinne des Abkommens von Nizza beantragt worden ist, und der älteren Wortmarke CALYPSO, die in Deutschland für „Fruchtpulver und alkoholfreie Fruchtpräparate für die Zubereitung von alkoholfreien Getränken (sämtliche vorgenannten Waren auch in Instant-Form)“ der Klasse 32 dieses Abkommens eingetragen ist, weil eine Gefahr der Verwechslung dieser Marken trotz teilweiser Warenidentität und teilweise hochgradiger Warenähnlichkeit aufgrund des Unterschieds der einander gegenüberstehenden Marken im Bild und ihrer klaren Unterschiede im Klang und in der Bedeutung für das maßgebliche Publikum verneint werden kann, auch wenn der angesprochene Verbraucher diesen Marken keine be-

sondere Aufmerksamkeit entgegenbringt.

(vgl. Randnrn. 45, 54-55)

2. Die Geltendmachung des Anspruchs auf einen fairen „Prozess“ im Sinne des Artikels 6 Absatz 1 der Europäischen Konvention zum Schutze der Menschenrechte gegenüber den Beschwerdekammern des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) ist ausgeschlossen, weil das Verfahren vor den Beschwerdekammern kein gerichtliches Verfahren, sondern ein Verwaltungsverfahren ist.

(vgl. Randnr. 62)

3. Der Anspruch auf rechtliches Gehör, wie er in Artikel 73 Satz 2 der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke verankert ist, erstreckt sich zwar auf alle tatsächlichen oder rechtlichen Gesichtspunkte sowie auf die Beweise, die die Grundlage für die Entscheidungsfindung durch das Harmonisierungsamt für den

Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) bilden, nicht aber auf den endgültigen Standpunkt, den die Verwaltung einnehmen will.

(vgl. Randnr. 65)