

URTEIL DES GERICHTS (Vierte Kammer)

11. Mai 2005*

In der Rechtssache T-31/03

Grupo Sada, P.A., S.A., mit Sitz in Madrid (Spanien), Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte A. Aguilar De Armas und J. Marrero Ortega,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle)
(HABM), vertreten durch J. García Murillo und G. Schneider als Bevollmächtigte,

Beklagter,

* Verfahrenssprache: Spanisch.

andere Verfahrensbeteiligte im Verfahren vor der Beschwerdekammer des HABM und Streithelferin im Verfahren vor dem Gericht:

Sadia, S.A., mit Sitz in Concórdia (Brasilien), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte J. García del Santo und P. García Cabrerizo,

Streithelferin,

betreffend eine Nichtigkeitsklage gegen die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 20. November 2002 (Sache R 567/2001-1) über ein Widerspruchsverfahren zwischen der Sadia, S.A., und der Grupo Sada, P.A., S.A.,

erlässt

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Vierte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten H. Legal sowie des Richters P. Mengozzi und der Richterin I. Wiszniewska-Białecka,

Kanzler: B. Pastor, Hilfskanzlerin,

aufgrund der am 31. Januar 2003 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 4. Juni 2003 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

aufgrund der am 10. Juni 2003 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung der Streithelferin,

auf die mündliche Verhandlung vom 16. Dezember 2004

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

- 1 Am 1. April 1996 meldete die Grupo Sada, P.A., S.A. (im Folgenden: Klägerin), nach der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in ihrer geänderten Fassung beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) eine Gemeinschaftsmarke an.

- 2 Das angemeldete Zeichen ist nachfolgend wiedergegeben:

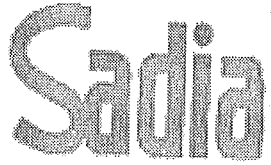


- 3 Das Zeichen wurde für folgende Waren der Klassen 29, 31 und 35 des Abkommens von Nizza vom 15. Juni 1957 über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken in seiner revidierten und geänderten Fassung angemeldet:
- Klasse 29: „Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren; Fruchtsaucen; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette“;

 - Klasse 31: „Land-, garten- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse sowie Samenkörner, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; lebende Tiere; frisches Obst und Gemüse; Sämereien, lebende Pflanzen und natürliche Blumen; Futtermittel, Malz“;

 - Klasse 35: „Werbung, Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten“.

- 4 Die Anmeldung wurde im *Blatt für Gemeinschaftsmarken* Nr. 32/97 vom 8. Dezember 1997 veröffentlicht.
- 5 Am 6. März 1998 erhob die Sadia Concórdia, S.A., Indústria e Comércio, jetzt Sadia, S.A., Widerspruch gegen die Eintragung des Zeichens und berief sich hierzu auf die Gefahr einer Verwechslung im Sinne von Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 mit einer älteren Bildmarke, deren Inhaberin sie ist. Diese Marke wurde in Spanien unter der Nummer 1 919 773 für Waren der Klasse 29 eingetragen und ist nachfolgend wiedergegeben:



- 6 Bei den Waren der Klasse 29, für die die ältere Marke der Streithelferin eingetragen wurde, handelt es sich um „Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren; Fruchtsaucen; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette“.
- 7 Der Widerspruch richtete sich gegen die in der Anmeldung angegebenen Waren der Klassen 29, 31 und 35.
- 8 Mit Entscheidung vom 3. April 2001 gab die Widerspruchsabteilung dem Widerspruch statt, soweit er sich gegen die Waren der Klasse 29 richtete, ordnete jedoch die Eintragung für die Waren der Klassen 31 und 35 an. Zu den Waren der Klasse 29 stellte die Widerspruchsabteilung fest, dass eine große Ähnlichkeit in Bild

und Klang zwischen den einander gegenüberstehenden Zeichen bestehe und dass die Waren identisch oder ähnlich seien, was zur Gefahr von Verwechslungen durch den spanischen Verbraucher führen könne.

- 9 Am 30. Mai 2001 legte die Klägerin beim HABM gegen die Entscheidung der Widerspruchsabteilung Beschwerde ein und beantragte, die Entscheidung aufzuheben, soweit mit ihr die Eintragung für die Waren der Klasse 29 abgelehnt werde, und die angemeldete Marke für diese Waren einzutragen.

- 10 Diese Beschwerde wurde mit Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 20. November 2002 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) zurückgewiesen. Im Wesentlichen vertrat die Beschwerdekammer die Auffassung, dass die Identität der Waren sowie die klangliche und eine gewisse bildliche Ähnlichkeit der prägenden Bestandteile der einander gegenüberstehenden Zeichen den Schluss zuließen, dass eine Gefahr von Verwechslungen durch den spanischen Verbraucher bestehe, die ihn dazu verleiten könne, zu glauben, dass die von den einander gegenüberstehenden Marken erfassten Waren von demselben Unternehmen oder gegebenenfalls von wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammten.

Anträge der Parteien

- 11 Die Klägerin beantragt,
 - die angefochtene Entscheidung aufzuheben, soweit mit ihr die Eintragung der angemeldeten Marke für die Waren der Klasse 29 abgelehnt wird;

- die Eintragung dieser Marke für die Waren der Klasse 29 zuzulassen;

 - dem HABM die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen;

 - ein Sachverständigengutachten über die Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken erstellen zu lassen.
- 12 In der mündlichen Verhandlung hat die Klägerin ihren zweiten und ihren vierten Antrag zurückgenommen; dies hat das Gericht im Sitzungsprotokoll vermerkt.
- 13 Das HABM und die Streithelferin beantragen,
- die Klage abzuweisen;

 - der Klägerin die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

- 14 Die Klägerin stützt ihren Antrag auf Aufhebung der angefochtenen Entscheidung auf einen einzigen Klagegrund, nämlich einen Verstoß gegen Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94.

- 15 Dieser Klagegrund besteht aus drei Teilen. Mit dem ersten Teil wird gerügt, dass die Beschwerdekammer den hohen Bekanntheitsgrad der angemeldeten Marke in Spanien verkannt habe. Mit dem zweiten Teil wird ein Verstoß gegen das Erfordernis einer Gesamtwürdigung der einander gegenüberstehenden Marken geltend gemacht. Der dritte Teil betrifft die Koexistenz von drei Eintragungen, die die Klägerin vor der Gemeinschaftsmarkenanmeldung bewirkt habe, und der älteren Marke der Streithelferin auf dem spanischen Markt.

Zum ersten Teil: Verkennung des hohen Bekanntheitsgrads der angemeldeten Marke in Spanien durch die Beschwerdekammer

Vorbringen der Parteien

- 16 Die Klägerin trägt vor, schon vor der Einreichung ihrer Anmeldung beim HABM habe sie im Geschäftsleben jahrelang ein Symbol benutzt, das mit der angemeldeten Marke absolut identisch gewesen sei. Wie aus den der Klageschrift beigefügten Beweisangeboten hervorgehe, bestehe sie aus acht Gesellschaften, die über ganz Spanien verteilt seien und ihre Waren alle unter dem Zeichen GRUPO SADA vertrieben. Dieses Zeichen befinde sich auf den Dienstausweisen ihrer Arbeitnehmer, auf Briefumschlägen, Notizzetteln, Rechnungen, Liefer- und Bestellscheinen, auf Schildern, die am Firmensitz aufgestellt seien, sowie auf diversen Publikationen. Folglich genieße die angemeldete Marke auf dem spanischen Markt infolge ihrer Benutzung und zu Werbezwecken getätigter Investitionen offenkundige Bekanntheit. Zudem falle diese Marke, die den Wortbestandteil „GRUPO SADA“ enthalte, mit ihrer Gesellschaftsbezeichnung zusammen. Dies erleichtere es dem Verbraucher erheblich, das Unternehmen mit den von der betreffenden Marke erfassten Waren in Verbindung zu bringen.

- 17 Aus den der Klageschrift beigefügten Beweisangeboten gehe hervor, dass der hohe Bekanntheitsgrad ihrer Marke bei beiden Kategorien von Adressaten der von ihr vertriebenen Waren erwiesen sei, nämlich sowohl bei den Großhändlern und Verbrauchermärkten in ganz Spanien, die direkt bei ihr bestellten, als auch bei den Endverbrauchern, den Kunden der Verbrauchermärkte.
- 18 Daher habe die Beschwerdekammer zu Unrecht den hohen Bekanntheitsgrad der angemeldeten Marke bei den angesprochenen Verkehrskreisen unberücksichtigt gelassen. Wie sich aus den Urteilen des Gerichtshofes vom 29. September 1998 in der Rechtssache C-39/97 (Canon, Slg. 1998, I-5507) und vom 11. November 1997 in der Rechtssache C-251/95 (SABEL, Slg. 1997, I-6191) ergebe, schließe der hohe Bekanntheitsgrad einer Marke jede Verwechslungsgefahr aus.
- 19 Das HABM entgegnet, da das Argument, mit dem auf den hohen Bekanntheitsgrad der angemeldeten Marke in Spanien abgestellt werde, erstmals vor dem Gericht vorgebracht worden sei, handele es sich bei ihm um eine Änderung des Streitgegenstands, die nach Artikel 135 § 4 der Verfahrensordnung des Gerichts unzulässig sei. Deshalb solle das Gericht das Vorbringen, dass die Beschwerdekammer nicht auf den angeblich hohen Bekanntheitsgrad der angemeldeten Marke eingegangen sei, nicht prüfen. Außerdem seien die der Klageschrift beigefügten Beweismittel unzulässig.
- 20 In Bezug auf die Zulässigkeit des Arguments der Klägerin und der von dieser vorgelegten Beweismittel schließt sich die Streithelferin dem Standpunkt des HABM an. Sie fügt zur Begründetheit hinzu, dass die Bekanntheit der angemeldeten Marke allein nicht das Bestehen einer Verwechslungsgefahr ausschließe. So sei ihre Marke den spanischen Verbrauchern ebenfalls wohlbekannt. Sie sei als größter Ausführer von Fleischerzeugnissen aus Brasilien auf zahlreichen nationalen Märkten präsent, insbesondere im Vereinigten Königreich und in Italien. Zum Beweis des großen

Umfangs ihrer Handelstätigkeit legt die Streithelferin ihrem Schriftsatz verschiedene Broschüren und Zeitschriften sowie von ihr verwendete Verpackungen und Beutel bei, die die ununterbrochene Benutzung ihrer Marke belegen sollen.

Würdigung durch das Gericht

- 21 In Artikel 74 Absatz 1 Satz 2 der Verordnung Nr. 40/94 heißt es: „Soweit es sich ... um Verfahren bezüglich relativer Eintragungshindernisse handelt, ist das [HABM] bei [der] Ermittlung [des Sachverhalts] auf das Vorbringen und die Anträge der Beteiligten beschränkt.“ Das Gericht hat festgestellt, dass nach dieser Bestimmung eine Beschwerdekammer ihre Entscheidung über eine Beschwerde, mit der eine ein Widerspruchsverfahren abschließende Entscheidung angefochten wurde, nur auf die von dem betreffenden Verfahrensbeteiligten geltend gemachten relativen Eintragungshindernisse und die von ihm vorgebrachten Tatsachen und entsprechenden Beweismittel stützen darf (Urteil des Gerichts vom 23. September 2003 in der Rechtssache T-308/01, Henkel/HABM — LHS [UK] [KLEENCARE], Slg. 2003, II-3253, Randnr. 32).
- 22 Hier steht fest, dass der angeblich hohe Bekanntheitsgrad der angemeldeten Marke, der infolge der Benutzung eines identischen Zeichens im Geschäftsleben in Spanien erlangt worden sein soll, erstmals im Verfahren vor dem Gericht geltend gemacht worden ist.
- 23 Außerdem hatte weder die Widerspruchsabteilung noch die Beschwerdekammer von Amts wegen den angeblich hohen Bekanntheitsgrad festzustellen, den die angemeldete Marke erworben haben soll. Folglich ist das betreffende Vorbringen unzulässig.
- 24 Aus den gleichen Gründen haben auch die Beweismittel, die die Streithelferin erstmals im Verfahren vor dem Gericht vorgelegt hat und die die angebliche

Bekanntheit ihrer früheren Marke belegen sollen, außer Betracht zu bleiben, ohne dass ihre Beweiskraft geprüft zu werden braucht (vgl. Urteile des Gerichts vom 12. Dezember 2002 in der Rechtssache T-247/01, eCOPY/HABM [ECOPY], Slg. 2002, II-5301, Randnr. 49, und vom 3. Juli 2003 in der Rechtssache T-129/01, Alejandro/HABM — Anheuser-Busch [BUDMEN], Slg. 2003, II-2251, Randnr. 67).

- 25 Demnach ist der erste Teil des Klagegrundes als unzulässig zurückzuweisen.

Zum zweiten Teil: Verstoß gegen das Erfordernis einer Gesamtwürdigung der einander gegenüberstehenden Marken

Vorbringen der Parteien

- 26 Die Klägerin wirft der Beschwerdekammer vor, sie habe in mehrfacher Hinsicht gegen das von der Rechtsprechung aufgestellte Erfordernis einer Gesamtwürdigung der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Marken in Bild, Klang und Bedeutung verstoßen.
- 27 Erstens habe die Beschwerdekammer dadurch, dass sie in Randnummer 27 der angefochtenen Entscheidung die Aspekte Bild, Klang und Bedeutung getrennt voneinander geprüft habe, gegen das Erfordernis einer Gesamtwürdigung der Marken verstoßen, da sie die Ergebnisse der jeweiligen Prüfungen nicht verglichen habe.
- 28 Zweitens habe die Beschwerdekammer das Erfordernis einer Gesamtwürdigung der einander gegenüberstehenden Marken auch dadurch verletzt, dass sie unter Ausschluss des Bestandteils „Grupo“ nur den von ihr als prägend eingestuften

Bestandteil „Sada“ der angemeldeten Marke analysiert habe. Nach dem Urteil des Gerichts vom 23. Oktober 2002 in der Rechtssache T-6/01 (Matratzen Concord/HABM — Hukla Germany [MATRATZEN], Slg. 2002, II-4335) erfordere eine Gesamtwürdigung die Berücksichtigung aller Bestandteile der Marken und nicht nur ihres prägenden Bestandteils. Insoweit sei unverständlich, warum die angefochtene Entscheidung den Begriff „Grupo“ als wenig unterscheidungskräftig einstufe, während sie zur Frage der — deutlich geringeren — Unterscheidungskraft des Bestandteils „Sadia“ der älteren Marke der Streithelferin schweige. Die Beschwerdekammer habe die einander gegenüberstehenden Marken demnach unterschiedlich behandelt.

- 29 Nur eine künstliche Aufspaltung der angemeldeten Marke habe es der Beschwerdekammer ermöglicht, das Bestehen einer Verwechslungsgefahr festzustellen. Denn es sei für einen Verbraucher unmöglich, in den Sekundenbruchteilen, die er den einander gegenüberstehenden Marken widme, ihre Bildbestandteile auszublenden, den Bestandteil „Grupo“ der angemeldeten Marke und das „i“ der älteren Marke der Streithelferin außer Acht zu lassen und die beiden verschiedenen Schrifttypen auf eine einzige Schrifttype zu reduzieren, um eine Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Marken festzustellen. Ein Verbraucher, der dies täte, könnte nicht als Durchschnittsverbraucher angesehen werden und durch die angemeldete Marke nicht in die Irre geführt werden, da er sich zwangsläufig des Gedankengangs bewusst wäre, durch den er zu der Feststellung einer Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Marken gelangt sei.
- 30 Prägender Bestandteil der angemeldeten Marke sei im Übrigen nicht der Wortbestandteil „Sada“, sondern das Motiv der vier Kreise, auf denen sechs schräge Linien zu sehen seien; dieses Motiv sei erheblich größer als der genannte Wortbestandteil und ziehe unwillkürlich den Blick auf sich. Der von der Marke der Streithelferin ausgehende Gesamteindruck werde von dem großen „S“ geprägt, das eine fast hypnotische Wirkung ausübe. Aufgrund der Gesamtwürdigung der angemeldeten Marke, deren Gesamteindruck von dem Bildbestandteil geprägt werde, und der älteren Marke der Streithelferin, deren Gesamteindruck von dem stilisierten Anfangsbuchstaben „S“ geprägt werde, könne somit für den Verbraucher jede Verwechslungsgefahr ausgeschlossen werden.

- 31 Drittens habe die Beschwerdekammer einen Beurteilungsfehler begangen, indem sie nicht berücksichtigt habe, dass es sich bei dem Wortbestandteil „Sadia“ um einen portugiesischen Gattungsbegriff handele, der „Gesundheit“ bedeute, was die Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken verringere.
- 32 Nach Ansicht des HABM hat die Beschwerdekammer keinen Beurteilungsfehler in Bezug auf die Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken begangen.
- 33 Erstens stehe fest, dass die von den einander gegenüberstehenden Marken geschützten Waren identisch seien.
- 34 Was zweitens das Argument der Klägerin betreffe, dass die Adressaten der von der angemeldeten Marke erfassten Waren Verbrauchermärkte und Endverbraucher seien, so handele es sich bei den betreffenden Waren nicht nur um Hühnerfleisch und daraus hergestellte Erzeugnisse, sondern auch um andere Waren wie Milch, Milchprodukte, Öl und Speisefette. Die letztgenannten Waren seien jedoch unmittelbar für die Endverbraucher bestimmt und nicht überwiegend für Supermärkte und Vertriebsketten. Der Verbraucher der von der angemeldeten Marke erfassten Waren sei also nicht zwangsläufig ein Fachverbraucher. Außerdem seien die betreffenden Waren, da es sich um Lebensmittel handele, Artikel des täglichen Bedarfs, die ohne besondere Aufmerksamkeit gekauft würden.
- 35 Was drittens den Vergleich der einander gegenüberstehenden Zeichen angehe, so bestehe trotz gewisser Unterschiede aufgrund des hohen Stellenwerts des Bestandteils „Sada“ in dem von der angemeldeten Marke hervorgerufenen Gesamteindruck eine bildliche Ähnlichkeit zwischen den einander gegenüberstehenden Zeichen, da

dieser Bestandteil mit Ausnahme des „i“ dieselbe Buchstabenfolge aufweise wie die ältere Marke der Streithelferin. Daher sei der Schlussfolgerung der Beschwerdekammer zuzustimmen, dass eine „gewisse bildliche Ähnlichkeit“ bestehe.

- 36 Wie in der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, seien sich die einander gegenüberstehenden Zeichen in klanglicher Hinsicht ähnlich.
- 37 Was schließlich den begrifflichen Vergleich der einander gegenüberstehenden Zeichen betreffe, so sei der Beschwerdekammer darin zuzustimmen, dass es unmöglich sei, diesen Vergleich durchzuführen, da die Wortbestandteile „Sada“ und „Sadia“ im Spanischen keinen Bedeutungsgehalt hätten. Insoweit sei die Behauptung der Klägerin, dass der Wortbestandteil „Sadia“ auf Portugiesisch „Gesundheit“ bedeute, neu. Das portugiesische Wort für „Gesundheit“ sei „saúde“, und „sadia“ sei im Portugiesischen ein Adjektiv, das in Bezug auf eine Person „gesund“ und in Bezug auf ein Erzeugnis „heilsam“ bedeute. Der Wortbestandteil „Sadia“ sei für die angesprochenen Verkehrskreise, nämlich die spanischen Verbraucher, bedeutungslos, da er im Spanischen keine Bedeutung habe, dieser Bestandteil sei auch in Spanien nicht zur Bezeichnung von Waren der Klasse 29 üblich, und es sei nicht nachgewiesen, dass die spanischen Verbraucher ausreichende Portugiesischkenntnisse hätten, um die Bedeutung dieses Wortes im Portugiesischen zu verstehen.
- 38 Der Begriff „Grupo“ der angemeldeten Marke existiere zwar auf Spanisch und bezeichne eine Gesamtheit von Unternehmen. Der Bedeutungsgehalt dieses Bestandteils und die Tatsache, dass er bei der älteren Marke der Streithelferin fehle, seien jedoch unerheblich, da der Begriff „Grupo“ in Spanien im Lebensmittelsektor üblich sei, um eine Gruppe von Unternehmen zu bezeichnen, was mehrere andere Beispiele bestätigten.

- 39 Was viertens und letztens die Würdigung der Gefahr von Verwechslungen zwischen den Marken angehe, so treffe die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer zu, dass eine solche Gefahr bestehe. Die Identität der Waren, die Tatsache, dass sie ohne besondere Aufmerksamkeit gekauft würden, und der Umstand, dass das unvollkommene Bild der angemeldeten Marke, das der Verbraucher im Gedächtnis behalten werde, das ihres prägenden Bestandteils „Sada“ sei, der eine große Ähnlichkeit mit der Marke der Streithelferin aufweise, ließen auf das Bestehen einer Verwechslungsgefahr schließen. Diese Gefahr werde zudem dadurch verstärkt, dass der Begriff „Grupo“ als Teil der angemeldeten Marke eine Verbindung zwischen Unternehmen andeute und die Verbraucher auf den Gedanken bringen könnte, dass die Unternehmen Sadia und Grupo Sada zu derselben Gruppe gehörten.
- 40 Die Streithelferin schließt sich im Wesentlichen den Ausführungen des HABM an.

Würdigung durch das Gericht

- 41 Nach Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 ist auf Widerspruch des Inhabers einer älteren Marke die angemeldete Marke von der Eintragung ausgeschlossen, 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.
- 42 Nach ständiger Rechtsprechung liegt eine Verwechslungsgefahr vor, wenn das Publikum glauben könnte, dass die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen.

- 43 Nach dieser Rechtsprechung ist das Vorliegen von Verwechslungsgefahr umfassend, anhand der Wahrnehmung der Zeichen und der betreffenden Waren oder Dienstleistungen durch die maßgeblichen Verkehrskreise und unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls, insbesondere der Wechselbeziehung zwischen der Ähnlichkeit der Zeichen und der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen, zu beurteilen (Urteil des Gerichts vom 9. Juli 2003 in der Rechtssache T-162/01, Laboratorios RTB/HABM — Giorgio Beverly Hills [GIORGIO BEVERLY HILLS], Slg. 2003, II-2821, Randnrn. 31 bis 33 und die dort zitierte Rechtsprechung).
- 44 Ferner ist nach der Rechtsprechung bei der umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr hinsichtlich der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Marken in Bild, Klang oder Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Zeichen hervorrufen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. Urteil des Gerichts vom 14. Oktober 2003 in der Rechtssache T-292/01, Phillips-Van Heusen/HABM — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel [BASS], Slg. 2003, II-4335, Randnr. 47 und die dort zitierte Rechtsprechung).
- 45 Der vorliegende Rechtsstreit betrifft den Vergleich zwischen den einander gegenüberstehenden Zeichen. Die Identität der von den einander gegenüberstehenden Marken gekennzeichneten Waren ist unstrittig.
- 46 Da die ältere Marke in Spanien eingetragen ist, werden die angesprochenen Verkehrskreise von den spanischen Durchschnittsverbrauchern gebildet.
- 47 Insoweit ist das im Rahmen der Prüfung des ersten Teils des Klagegrundes erwähnte Vorbringen der Klägerin zurückzuweisen, dass es sich bei den angesprochenen Verkehrskreisen sowohl um die Kunden der Verbrauchermärkte als auch um die Großhändler und die Verbrauchermärkte selbst handele. Wie das HABM zu Recht geltend gemacht hat, bleibt nämlich selbst unter der Annahme, dass die Klägerin, wie sie behauptet, das mit der angemeldeten Marke versehene Hühnerfleisch nur an Verbrauchermärkte liefert, festzuhalten, dass die anderen mit dieser Marke

gekennzeichneten Waren der Klasse 29 wie Milch und Milchprodukte an Endverbraucher verkauft werden. Folglich ist bei der Prüfung der Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken auf den durchschnittlich verständigen und aufmerksamen spanischen Durchschnittsverbraucher abzustellen, wie es in der angefochtenen Entscheidung zu Recht geschehen ist.

48 Was den Vergleich der einander gegenüberstehenden Zeichen angeht, so ist zunächst die Behauptung der Klägerin zurückzuweisen, dass die Beschwerdekammer unter Missachtung des oben in Randnummer 28 angeführten Urteils MATRATZEN nur den prägenden Bestandteil der angemeldeten Marke, nämlich den Wortbestandteil „Sada“, mit der älteren Marke der Streithelferin verglichen habe.

49 Wie dem betreffenden Urteil zu entnehmen ist, kann eine zusammengesetzte Marke nur dann als einer anderen Marke, die mit einem ihrer Bestandteile identisch oder diesem ähnlich ist, ähnlich angesehen werden, wenn dieser Bestandteil das prägende Element in dem von der zusammengesetzten Marke hervorgerufenen Gesamteindruck ist. Das ist dann der Fall, wenn dieser Bestandteil allein schon geeignet ist, das Bild dieser Marke, das die angesprochenen Verkehrskreise im Gedächtnis behalten, so zu prägen, dass alle übrigen Bestandteile der Marke in dem durch diese hervorgerufenen Gesamteindruck zu vernachlässigen sind. Das bedeutet nicht, dass nur ein Bestandteil einer zusammengesetzten Marke zu berücksichtigen und mit einer anderen Marke zu vergleichen wäre. Vielmehr sind die fraglichen Marken jeweils als Ganzes miteinander zu vergleichen. Das schließt jedoch nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile einer zusammengesetzten Marke für den durch diese im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein können. Zudem sind bei der Beurteilung der Frage, ob ein bestimmter oder mehrere bestimmte Bestandteile einer zusammengesetzten Marke prägend sind, die Eigenschaften jedes einzelnen dieser Bestandteile insbesondere in der Weise zu berücksichtigen, dass sie mit den Eigenschaften der anderen Bestandteile verglichen werden. In zweiter Linie kann auch auf die jeweilige Rolle der einzelnen Bestandteile bei der Gesamtgestaltung der zusammengesetzten Marke abgestellt werden (Urteil MATRATZEN, oben in Randnr. 28 angeführt, Randnrn. 33 bis 35, bestätigt durch Beschluss des Gerichtshofes vom 28. April 2004 in der Rechtssache C-3/03 P, Matratzen Concord/HABM, Slg. 2004, I-3657, Randnrn. 32 und 33).

- 50 Im vorliegenden Fall hat die Beschwerdekammer in Bezug auf die ältere Marke der Streithelferin ausgeführt, dass das Schriftbild des Buchstabens „S“ dieser Marke nicht von Bedeutung sei.
- 51 Dem kann nur zugestimmt werden. Denn — anders als die Klägerin meint — das Schriftbild des Buchstabens „S“ der älteren Marke der Streithelferin, dessen oberer Bogen geringfügig größer als der untere ist, ist nicht besonders eigentümlich und daher kein prägender Bestandteil dieser Marke. Nach Auffassung des Gerichts wird das Bild, das der spanische Durchschnittsverbraucher im Gedächtnis behält, vielmehr von dem Wortbestandteil der älteren Marke — „Sadia“ — in seiner Gesamtheit geprägt.
- 52 Bei der angemeldeten Marke stellt der Wortbestandteil „Sada“ nach Ansicht der Beschwerdekammer den prägenden Bestandteil dar.
- 53 In Bezug auf die Wortbestandteile der angemeldeten Marke hat die Beschwerdekammer in Randnummer 27 der angefochtenen Entscheidung festgestellt, dass der Begriff „Grupo“, der eine „Gesamtheit von Unternehmen“ bezeichne, in kleineren und feineren Buchstaben geschrieben sei als der Bestandteil „Sada“ und vom Verbraucher in den Hintergrund gedrängt werde.
- 54 Diese Beurteilung trifft zu. Was den optischen Eindruck betrifft, so setzen sich im Gesamteindruck, den der Wortbestandteil hervorruft, sowohl die Schrifttype und die Breite der Buchstaben des Wortbestandteils „Sada“ als auch die zentrale Stellung dieses Bestandteils in der Gestaltung der angemeldeten Marke gegenüber dem Bestandteil „Grupo“ durch. Außerdem ist die Annahme völlig richtig, dass der letztgenannte Begriff nicht im Gedächtnis des Verbrauchers haften bleiben wird. Denn der Verbraucher wird diesem Begriff nur seine allgemeine Bedeutung zuweisen, nämlich die einer Gesamtheit von Unternehmen. Der Verbraucher wird also den Begriff „Grupo“ nicht als Hauptbestandteil der angemeldeten Marke und als Bestandteil im Gedächtnis behalten, der die Herkunft der mit dieser Marke gekennzeichneten Waren angibt.

- 55 Außerdem hat sich die Beschwerdekammer — anders als die Klägerin behauptet — bei der Prüfung der einander gegenüberstehenden Zeichen in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht nicht darauf beschränkt, unter Ausschluss des Begriffes „Grupo“ den prägenden Bestandteil „Sada“ der angemeldeten Marke mit der älteren Marke der Streithelferin zu vergleichen. Aus Randnummer 27 der angefochtenen Entscheidung ergibt sich nämlich eindeutig, dass die Beschwerdekammer das Vorhandensein des Begriffes „Grupo“ in der angemeldeten Marke beim Gesamtvergleich mit der älteren Marke der Streithelferin berücksichtigt hat.
- 56 In Bezug auf den Bildbestandteil der angemeldeten Marke — vier dunkle Kreise, auf denen sechs helle schräge Linien zu sehen sind, die aufeinander zuzulaufen scheinen — hat die Beschwerdekammer, wie aus Randnummer 13 in Verbindung mit Randnummer 26 der angefochtenen Entscheidung hervorgeht, die Erwägungen der Widerspruchsabteilung bestätigt, dass der Bildbestandteil nur dekorativer Art sei und daher nicht als prägender Bestandteil der angemeldeten Marke angesehen werden könne.
- 57 An dieser Beurteilung ist nichts auszusetzen. Zwar zieht der Bildbestandteil der angemeldeten Marke aufgrund seiner Größe die Aufmerksamkeit auf sich. Die Darstellung ist aber schwer im Gedächtnis zu behalten und wird infolgedessen nicht das Bild der angemeldeten Marke prägen, das den angesprochenen Verkehrskreisen in Erinnerung bleiben wird. Denn erstens weist dieses Motiv eine gewisse geometrische Komplexität auf, insbesondere aufgrund der sechs schrägen Linien, die die vier Kreise schneiden, sich aber nicht alle am obersten Punkt des obersten Kreises treffen, während zwei dieser Linien im Inneren des obersten Kreises zu einer einzigen verschmelzen. Zweitens ist in der Gestaltung der angemeldeten Marke die Position des Bildbestandteils gegenüber der senkrechten Fluchtlinie, die die beiden Wortbestandteile „Grupo“ und „Sada“ bilden, nach links verschoben, was für eine untergeordnete, dekorative Bedeutung im Rahmen des durch diese Marke hervorgerufenen Gesamteindrucks spricht.

- 58 Daher kann der Beschwerdekammer ihre Feststellung, dass der Wortbestandteil „Sada“ den prägenden Bestandteil der angemeldeten Marke bilde, den die angesprochenen Verkehrskreise im Gedächtnis behalten würden, nicht zum Vorwurf gemacht werden.
- 59 Das Gericht hält auch die Beurteilung der Ähnlichkeit der Zeichen durch die Beschwerdekammer für zutreffend.
- 60 In Bezug auf den bildlichen Vergleich hat die Beschwerdekammer ausgeführt, trotz der Unterschiede zwischen den einander gegenüberstehenden Marken — nämlich dem Bildmotiv der vier Kreise und dem Bestandteil „Grupo“ der angemeldeten Marke — wiesen die ältere Marke und der prägende Bestandteil der angemeldeten Marke — „Sada“ — aufgrund der Position dieses Bestandteils und der den beiden Marken mit Ausnahme des „i“ in der älteren Marke gemeinsamen Buchstabenfolge eine gewisse Ähnlichkeit auf.
- 61 Tatsächlich ist in optischer Hinsicht die Ähnlichkeit der Zeichen zwar nicht besonders stark — wie die Beschwerdekammer im Übrigen eingeräumt hat —, aber dennoch ausreichend, um die in der angefochtenen Entscheidung erwähnten Unterschiede zwischen den einander gegenüberstehenden Zeichen zu überdecken.
- 62 In klanglicher Hinsicht ist wie in der angefochtenen Entscheidung festzustellen, dass sich die einander gegenüberstehenden Zeichen ähneln. Zum einen ist nämlich, auch wenn die angemeldete Marke den Begriff „Grupo“ enthält, dieser Bestandteil nicht wichtig genug, um die klare klangliche Ähnlichkeit zwischen dem prägenden Bestandteil der angemeldeten Marke — „Sada“ — und der älteren Marke auszugleichen. Zum anderen hat die Beschwerdekammer zu Recht ausgeführt, dass unter Berücksichtigung der im Spanischen geltenden Betonungsregeln der Buchstabe „i“, der einen Diphthong mit dem starken Vokal „a“ im Wortbestandteil „Sadia“ bildet, im Spanischen unbetont ausgesprochen wird. Folglich würden der Wortbestandteil „Sada“ der angemeldeten Marke und die ältere Marke der Streithelferin von den angesprochenen Verkehrskreisen ähnlich ausgesprochen.

Infolgedessen ist unter Berücksichtigung des prägenden Charakters des Wortbestandteils „Sada“ in der angemeldeten Marke in Bezug auf den Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Marken eine klangliche Ähnlichkeit zwischen den einander gegenüberstehenden Zeichen festzustellen.

63 Was den Vergleich der Bedeutungen angeht, so hat die Beschwerdekammer ebenfalls zu Recht die Ansicht vertreten, dass dieser Vergleich nicht sachdienlich sei, da weder der prägende Bestandteil der angemeldeten Marke noch die ältere Marke eine Bedeutung auf Spanisch hätten.

64 Erstens kann die Klägerin mit ihrem Vorbringen, die Beschwerdekammer habe zu Unrecht nicht berücksichtigt, dass der Wortbestandteil „Sadia“ auf Portugiesisch „Gesundheit“ bedeute, keinen Erfolg haben. Hierzu genügt die Feststellung, dass die Klägerin — selbst wenn man unterstellt, dass eine der Bedeutungen des Wortbestandteils „Sadia“ diejenige ist, die ihr die Klägerin beimisst — nicht dargelegt hat, dass die angesprochenen Verkehrskreise, nämlich die spanischen Verbraucher, hinreichende Portugiesischkenntnisse besitzen, um den Wortbestandteil „Sadia“ sofort mit dieser Bedeutung in Verbindung zu bringen. Daher werden die angesprochenen Verkehrskreise, wie die Beschwerdekammer in Randnummer 28 der angefochtenen Entscheidung zu Recht ausgeführt hat, diesen Wortbestandteil als ein Phantasieelement betrachten.

65 Zweitens führt die Tatsache, dass der Wortbestandteil „Grupo“ eine Bedeutung im Spanischen besitzt, nicht dazu, dass der angemeldeten Marke eine Bedeutung zuerkannt wird oder dass die angesprochenen Verkehrskreise diese Marke begrifflich von der älteren Marke der Streithelferin unterscheiden. Denn — wie schon oben in Randnummer 54 ausgeführt — die angesprochenen Verkehrskreise werden dem Begriff „Grupo“ seine allgemeine Bedeutung zuordnen, nämlich die einer „Gesamtheit von Unternehmen“. In der Bedeutung tritt der Ausdruck „Grupo“ daher hinter den prägenden Bestandteil „Sada“ der angemeldeten Marke zurück.

- 66 Schließlich kann die Klägerin der Beschwerdekammer nicht mit Erfolg vorwerfen, dass sie gegen das von der Rechtsprechung aufgestellte Erfordernis einer Gesamtwürdigung der einander gegenüberstehenden Zeichen verstoßen habe, weil die Ausführungen der Beschwerdekammer zu analytisch seien und nicht dem Vorgehen eines mit den beiden einander gegenüberstehenden Marken konfrontierten Durchschnittsverbrauchers entsprächen.
- 67 Es ist nämlich darauf hinzuweisen, dass der Durchschnittsverbraucher die Marke zwar normalerweise als Ganzes wahrnimmt und nicht auf ihre verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. analog dazu Urteil SABEL, oben in Randnr. 18 angeführt, Randnr. 23), dass es aber im Allgemeinen die prägenden und unterscheidungskräftigen Merkmale eines Zeichens sind, an die man sich leichter erinnert (vgl. in diesem Sinne Urteil des Gerichts vom 23. Oktober 2002 in der Rechtssache T-104/01, Oberhauser/HABM — Petit Liberto [Fifties], Slg. 2002, II-4359, Randnrn. 47 und 48). Daher ist es nicht zu beanstanden, dass die Beschwerdekammer geprüft hat, welche Markenbestandteile vom Verbraucher als unterscheidungskräftig und prägend wahrgenommen und ihm in Erinnerung bleiben werden.
- 68 Außerdem hat die Beschwerdekammer in Randnummer 26 der angefochtenen Entscheidung als Vorbemerkung zu ihren speziellen Ausführungen zum bildlichen, klanglichen und begrifflichen Vergleich der einander gegenüberstehenden Marken festgestellt, dass die Bestandteile, durch die sich die einander gegenüberstehenden Marken voneinander unterschieden, nicht bedeutend genug seien, um die Ähnlichkeit ihrer prägenden Bestandteile auszugleichen. Folglich hat die Beschwerdekammer sehr wohl eine Gesamtwürdigung der einander gegenüberstehenden Zeichen vorgenommen.
- 69 Daher wird der von den einander gegenüberstehenden Marken hervorgerufene Gesamteindruck unter Berücksichtigung der Identität der durch diese Marken gekennzeichneten Waren sowie der Ähnlichkeit in Bild und Klang zwischen dem prägenden Bestandteil der angemeldeten Marke und der älteren Marke die angesprochenen Verkehrskreise zu der Annahme bringen, dass die durch die betreffenden Marken gekennzeichneten Waren von demselben Unternehmen oder zumindest von wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Der Wortbestandteil „Grupo“ der angemeldeten Marke, der eine Gesamtheit von Unternehmen bezeichnet, ist im Übrigen, selbst wenn er keinen prägenden

Charakter besitzt, gleichwohl geeignet, den Gedanken zu bestärken, dass zwischen den betreffenden Unternehmen eine Verbindung in Form einer „Gruppe“ von Unternehmen besteht, und dadurch die Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken zu vergrößern.

- 70 Aus all diesen Gründen ist der zweite Teil des Klagegrundes zurückzuweisen.

Zum dritten Teil: Koexistenz von drei Eintragungen, die die Klägerin vor der Gemeinschaftsmarkenmeldung bewirkt habe, und der älteren Marke der Streithelferin auf dem spanischen Markt

Vorbringen der Parteien

- 71 Die Klägerin trägt vor, dass sie Inhaberin von drei spanischen Marken sei, die für Waren der Klasse 29 eingetragen seien, nämlich der Wortmarke SADA SOCIEDAD ANÓNIMA PARA LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA, eingetragen am 5. April 1991 unter der Nummer 1 311 019, der Wortmarke LA DESPENSA DE SADA, eingetragen am 1. Mai 1994 unter der Nummer 1 807 310, und einer Bildmarke, die aus vier Kreisen bestehe, auf denen sechs schräge Linien zu sehen seien, eingetragen am 5. Juli 1990 unter der Nummer 1 311 021.
- 72 Die angemeldete Marke vereine in einem Zeichen die Bestandteile der drei nationalen Marken, deren Inhaberin sie sei, nämlich den Wortbestandteil „Sada“ der Marken, die unter den Nummern 1 311 019 und 1 807 310 eingetragen seien, und den unter der Nummer 1 311 021 eingetragenen Bildbestandteil, der aus vier Kreisen bestehe, auf denen sechs schräge Linien zu sehen seien. Die angemeldete Marke dürfte daher den Verbraucher nicht verwirren, da er sie mit den älteren nationalen Marken der Klägerin und nicht mit der Marke der Streithelferin in Verbindung bringen werde. Daher bestehe keine Gefahr von Verwechslungen durch

den Verbraucher zwischen der angemeldeten Marke und der Marke der Streithelferin. Im Übrigen könne die friedliche Koexistenz der nationalen Marken vor der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke auch anhand der Internetseiten der beiden Unternehmen belegt werden.

- 73 Folglich habe die Beschwerdekammer zu Unrecht die friedliche Koexistenz auf dem spanischen Markt unberücksichtigt gelassen, die vor der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke zwischen den drei nationalen Marken, deren Inhaberin sie sei, und der älteren Marke der Streithelferin bestanden habe, wobei Letztere im Übrigen in Spanien nach den drei von ihr angeführten Marken eingetragen worden sei.
- 74 Als die Streithelferin ihre nationale Marke in Spanien angemeldet habe, habe niemand behauptet, dass deren Eintragung eine Verwechslungsgefahr für den spanischen Verbraucher mit sich bringen könne. Das spanische Patent- und Markenamt habe diese Frage nicht von Amts wegen geprüft und nicht einmal angeschnitten. Ferner sei zum Zeitpunkt der Einreichung der vorliegenden Klage weder von Wettbewerbern der Klägerin noch von Verbraucherverbänden oder privaten Vereinigungen die Erstattung eines Schadens verlangt worden, der durch die Verwechslung von Waren der Klägerin mit denen eines anderen Unternehmens, insbesondere der Streithelferin, verursacht worden sein solle.
- 75 Das HABM tritt diesem Vorbringen entgegen. Zunächst weist es darauf hin, dass die Beschwerdekammer in Randnummer 29 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt habe, dass „die bloße Behauptung der angeblichen Koexistenz mit Marken Dritter kein Beweis dafür [ist], dass im vorliegenden Fall keine Verwechslungsgefahr besteht, da es sich um Marken handelt, die nicht den hier geprüften Marken entsprechen, und da sie keine Waren erfassen, die den von den einander gegenüberstehenden Marken erfassten Waren ähnlich sind“.

- 76 Die Klägerin habe zwar im Verfahren vor dem HABM die spanischen Eintragungen der Marke LA DESPENSA DE SADA unter der Nummer 1 807 310 und der Marke SADA SOCIEDAD ANÓNIMA PARA LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA unter der Nummer 1 311 019 erwähnt, aber niemals behauptet, dass sie Inhaberin dieser Eintragungen sei, und niemals den Beweis ihrer Existenz erbracht. Außerdem habe die Klägerin niemals vorgetragen, dass eine wirkliche und echte Koexistenz zwischen diesen beiden nationalen Marken und der Marke der Streithelferin bestehe, und kein Dokument zum Beweis dieser Koexistenz vorgelegt.
- 77 Ferner hätten, wie die Beschwerdekammer ausgeführt habe, die beiden nationalen Marken, die die Klägerin ihr gegenüber angeführt habe, mit der angemeldeten Marke nur den Wortbestandteil „Sada“ gemein. Selbst wenn zwischen diesen beiden nationalen Marken und der Marke der Streithelferin eine friedliche Koexistenz auf dem spanischen Markt bestehe, könne daraus folglich nicht auf eine friedliche Koexistenz zwischen der angemeldeten Marke und der Marke der Streithelferin geschlossen werden. Das Argument, dass die Beschwerdekammer nicht auf die friedliche Koexistenz der einander gegenüberstehenden Marken eingegangen sei, müsse deshalb zurückgewiesen werden.
- 78 Die Beschwerdekammer habe zwar einen Fehler begangen, als sie trotz der Angabe der Klägerin, dass die beiden nationalen Marken mit dem Wortbestandteil „Sada“ für Waren der Klasse 29 eingetragen seien, festgestellt habe, dass diese beiden nationalen Marken keine Waren kennzeichneten, die denen entsprächen, auf die sich die einander gegenüberstehenden Marken bezögen. Dieser Fehler sei aber nicht von Bedeutung für die Schlussfolgerung, zu der die Beschwerdekammer in Randnummer 29 der angefochtenen Entscheidung gelangt sei.
- 79 Schließlich seien die erstmals vor dem Gericht angebotenen Beweise für die friedliche Koexistenz der älteren nationalen Marken der Klägerin und der älteren Marke der Streithelferin unzulässig.

80 Die Streithelferin schließt sich im Wesentlichen dem Vorbringen des HABM an.

Würdigung durch das Gericht

81 Zunächst ist festzustellen, dass die Klägerin sowohl vor der Widerspruchsabteilung als auch vor der Beschwerdekammer geltend gemacht hat, dass „die Marke SADIA und unterscheidungskräftige Zeichen mit dem Wortbestandteil ‚Sada‘ seit mehreren Jahren auf dem spanischen Markt koexistier[t]en“, und hierfür die Marken LA DESPENSA DE SADA und SADA SOCIEDAD ANÓNIMA PARA LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA, die Waren der Klasse 29 kennzeichnen, angeführt hat.

82 Da aus keinem Schriftstück der Akten des Verfahrens vor dem HABM hervorgeht, dass die Klägerin im Laufe dieses Verfahrens die Existenz der unter der Nummer 1 311 021 eingetragenen spanischen Bildmarke erwähnt — oder gar ihre Inhaberschaft an dieser Marke bewiesen — hätte, muss diese erstmals im Verfahren vor dem Gericht angeführte Eintragung außer Betracht bleiben (vgl. Urteil des Gerichts vom 4. November 2003 in der Rechtssache T-85/02, Díaz/HABM — Granias Castelló [CASTILLO], Slg. 2003, II-4835, Randnr. 46).

83 Was zweitens die nationalen Marken LA DESPENSA DE SADA und SADA SOCIEDAD ANÓNIMA PARA LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA angeht, so hat die Beschwerdekammer, nachdem sie zu dem Schluss gelangt war, dass die Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken bestehe, in Randnummer 29 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass trotz der angeblichen Koexistenz der älteren Marke der Streithelferin und der spanischen Marken, die im Besitz Dritter seien und den Wortbestandteil „Sada“ enthielten, eine Verwechslungsgefahr nicht ausgeschlossen werden könne, da diese Marken nicht mit den einander gegenüberstehenden Marken identisch seien und keine ähnlichen Waren erfassten.

- 84 Allgemein ist daran zu erinnern, dass die Gemeinschaftsregelung für Marken ein autonomes System ist, das aus einer Gesamtheit von Vorschriften besteht, mit dem ihm eigene Ziele verfolgt werden und dessen Anwendung von jedem nationalen System unabhängig ist (Urteil des Gerichts vom 27. Februar 2002 in der Rechtssache T-106/00, Streamserve/HABM [STREAMSERVE], Slg. 2002, II-723, Randnr. 47), und dass die Rechtmäßigkeit der Entscheidungen der Beschwerdekammern ausschließlich anhand der Verordnung Nr. 40/94 in ihrer Auslegung durch den Gemeinschaftsrichter zu beurteilen ist (Urteil CASTILLO, oben in Randnr. 82 angeführt, Randnr. 37).
- 85 Dass das spanische Patent- und Markenamt die Eintragung der beiden von der Klägerin genannten älteren Marken und der älteren Marke der Streithelferin zugelassen haben soll, ist folglich, anders als die Klägerin behauptet, ohne Bedeutung für die Frage, ob eine Verwechslungsgefahr zwischen den einander gegenüberstehenden Marken im Sinne der Verordnung Nr. 40/94 besteht. Insbesondere kann sich die Klägerin nicht darauf berufen, dass sie sich seinerzeit nicht auf der Grundlage ihrer eigenen älteren Marken der Eintragung der älteren Marke der Streithelferin in Spanien widersetzt habe. Denn daraus folgt nicht, dass jede Verwechslungsgefahr zwischen den einander gegenüberstehenden Marken ausgeschlossen ist.
- 86 Zwar ist nicht völlig ausgeschlossen, dass in bestimmten Fällen die Koexistenz älterer Marken auf dem Markt die von den Instanzen des HABM festgestellte Gefahr von Verwechslungen zwischen zwei einander gegenüberstehenden Marken verringern könnte. Dies kann aber nur berücksichtigt werden, wenn im Verfahren wegen relativer Eintragungshindernisse vor dem HABM der Anmelder der Gemeinschaftsmarke hinreichend nachgewiesen hat, dass die betreffende Koexistenz darauf beruht, dass keine Gefahr von Verwechslungen durch die angesprochenen Verkehrskreise zwischen den älteren Marken, auf die er sich beruft, und der älteren Marke der Streithelferin, auf die sich der Widerspruch stützt, bestand, und wenn die betreffenden älteren Marken mit den einander gegenüberstehenden Marken identisch sind.
- 87 Im vorliegenden Fall hat die Klägerin im Verwaltungsverfahren nur eine Liste, in der die beiden oben genannten älteren Marken aufgeführt sind, als Beleg dafür

vorgelegt, dass diese Eintragungen mit der älteren Marke der Streithelferin auf dem Markt koexistiert hätten. Diese Angaben genügen jedoch nicht für den Nachweis, dass die Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken verringert oder gar ausgeschlossen ist. Die anderen Dokumente, auf die sich die Klägerin zum Beweis der betreffenden Koexistenz berufen hat, sind unzulässige Beweismittel, da sie erstmals im Verfahren vor dem Gericht vorgelegt worden sind (Urteil BUDMEN, oben in Randnr. 24 angeführt, Randnr. 67).

⁸⁸ Außerdem hat die Beschwerdekammer zu Recht ausgeführt, dass die von der Klägerin herangezogenen älteren Marken — deren Inhaberschaft die Klägerin im Übrigen im Verfahren vor dem HABM nicht nachgewiesen hat — nicht mit der angemeldeten Marke identisch waren.

⁸⁹ Ferner steht fest, dass die Klägerin niemals behauptet oder gar nachgewiesen hat, dass die Marken SADA SOCIEDAD ANÓNIMA PARA LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA und LA DESPENSA DE SADA über eine hohe Unterscheidungskraft verfügt hätten, aufgrund deren die Gefahr von Verwechslungen zwischen der älteren Marke der Streithelferin und der angemeldeten Marke möglicherweise verringert worden wäre.

⁹⁰ Die Beschwerdekammer hat daher zu Recht eine Gefahr von Verwechslungen zwischen den einander gegenüberstehenden Marken festgestellt und diese Schlussfolgerung nach Prüfung der anderen ihr gegenüber angeführten Marken aufrechterhalten.

⁹¹ Demnach ist der dritte Teil des Klagegrundes zurückzuweisen, und die Klage ist in vollem Umfang abzuweisen.

Kosten

- ⁹² Nach Artikel 87 § 2 der Verfahrensordnung ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da die Klägerin mit ihrem Vorbringen unterlegen ist, sind ihr gemäß den Anträgen des HABM und der Streithelferin die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Vierte Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

- 1. Die Klage wird abgewiesen.**
- 2. Die Klägerin trägt die Kosten des Verfahrens.**

Legal

Mengozi

Wiszniewska-Białecka

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 11. Mai 2005.

Der Kanzler

Der Präsident

H. Jung

H. Legal