

Verbundene Rechtssachen T-350/04 bis T-352/04

Bitburger Brauerei Th. Simon GmbH

gegen

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

„Gemeinschaftsmarke — Widerspruchsverfahren — Anmeldung der Gemeinschaftswortmarke BUD — Anmeldungen der Gemeinschaftsbildmarken American Bud und Anheuser Busch Bud — Ältere nationale Wort-/Bildmarken mit dem Begriff „Bit“ — Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b und Absatz 5 der Verordnung (EG) Nr. 40/94“

Urteil des Gerichts (Fünfte Kammer) vom 19. Oktober 2006 II - 4258

Leitsätze des Urteils

1. *Gemeinschaftsmarke — Beschwerdeverfahren*
(*Verfahrensordnung des Gerichts, Artikel 44 § 1, 46, 130 § 1, 132 § 1 und 135 § 1 Absatz 2*)

II - 4255

2. *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 (Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b)*

1. Gemäß Artikel 44 § 1 der Verfahrensordnung des Gerichts, der auf dem Gebiet des geistigen Eigentums gemäß Artikel 130 § 1 und Artikel 132 § 1 der Verfahrensordnung anwendbar ist, muss im Rahmen einer Klage, die gegen das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) gerichtet ist, die Klageschrift eine kurze Darstellung der Klagegründe enthalten. Dabei kann die Klageschrift zwar zu bestimmten Punkten durch Bezugnahme auf in der Anlage beigefügte Aktenauszüge untermauert und ergänzt werden, doch kann eine pauschale Bezugnahme auf andere Schriftstücke nicht das Fehlen der wesentlichen Bestandteile der Rechtsausführungen ausgleichen, die nach den genannten Bestimmungen in der Klageschrift selbst enthalten sein müssen.

Dasselbe gilt gemäß Artikel 46 der Verfahrensordnung, der bei Rechtsstreitigkeiten betreffend das geistige Eigentum gemäß Artikel 135 § 1 Absatz 2 der Verfahrensordnung anwendbar ist, für die Klagebeantwortung des anderen Beteiligten am Verfahren vor der Beschwerdekammer des Amtes, der am Verfahren vor dem Gericht als Streit Helfer beteiligt ist. Eine solche Klagebeantwortung ist daher, soweit sie auf beim Amt eingereichte Schriftstücke Bezug

nimmt, insoweit unzulässig, als sich die darin enthaltene pauschale Bezugnahme nicht zu den Klagegründen und dem Vorbringen in der Klagebeantwortung selbst in Beziehung setzen lässt.

(vgl. Randnrn. 33-35)

2. Für den deutschen Durchschnittsverbraucher besteht zwischen der Wortmarke BUD und den Bildzeichen American Bud und Anheuser Busch Bud, deren Eintragung als Gemeinschaftsmarken für „Bier, Ale, Porter, gemaltzte alkoholische und alkoholfreie Getränke“ in der Klasse 32 des Abkommens von Nizza beantragt worden ist, einerseits und der Wortmarke BIT sowie der Wort-/Bildmarke Bit, die zuvor in Deutschland für „Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken“ sowie für „Bier“ in derselben Klasse dieses Abkommens eingetragen wurden, andererseits ungeachtet der Identität oder Ähnlichkeit der in Rede stehenden Waren und selbst angesichts einer eventuell erhöhten Un-

terscheidungskraft der älteren Marken keine Verwechslungsgefahr. Unter Berücksichtigung der beachtlichen Unterschiede zwischen den in Rede stehenden Marken sowie des Fehlens einer begrifflichen Ähnlichkeit sind nämlich

- die angemeldete Wortmarke BUD und die älteren Marken trotz einer schwachen visuellen und klanglichen Ähnlichkeit und
- die angemeldeten Bildmarken und die älteren Marken trotz einer schwachen klanglichen Ähnlichkeit

insgesamt verschieden.

Erst recht besteht keine Verwechslungsgefahr zwischen den angemeldeten Marken und den Wort-/Bildmarken „Bitte ein Bit !“, die zuvor in Deutschland für die Waren „Bier, alkoholfreie Getränke“ in der Klasse 32 und für verschiedene Waren der Klassen 16, 18, 20, 21, 24, 25,

28, 32, 34 und 42 des Abkommens von Nizza eingetragen wurden. Diese älteren deutschen Marken enthalten nämlich zusätzliche Wort- („bitte“, „ein“) und Gestaltungselemente („!“) sowie eine im Verhältnis zu den älteren deutschen Marken mit dem Worтеlement „Bit“ besondere Gestaltung. Somit sind sie visuell noch weiter von den angemeldeten Marken entfernt als diese. Im Übrigen wäre in klanglicher Hinsicht, selbst wenn man annimmt, dass die älteren deutschen Marken „Bitte ein Bit !“ so ausgesprochen werden könnten, dass ausschließlich auf den Begriff „Bit“ Bezug genommen wird, die Schlussfolgerung keine andere als die in Bezug auf die älteren deutschen Marken mit dem Worтеlement „Bit“. Aus begrifflicher Sicht schließlich wurden dem Gericht keine Gesichtspunkte vorgetragen, die die Annahme zuließen, dass die in Rede stehenden Marken irgendeinen Ähnlichkeitsgrad aufwiesen. Daher sind die angemeldeten Marken und die älteren deutschen Marken „Bitte ein Bit !“ bei umfassender Würdigung nicht ähnlich.

(vgl. Randnrn. 107, 109, 123-124)