URTEIL DES GERICHTS (Fünfte Kammer)

21. Februar 2006 *

In der Rechtssache T-214/04

The Royal County of Berkshire Polo Club Ltd mit Sitz in Winkfield, Windsor, Berkshire (Vereinigtes Königreich), Prozessbevollmächtigte: J. Maitland-Walker, Solicitor, und D. McFarland, Barrister,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch P. Bullock als Bevollmächtigten,

Beklagter,

andere Beteiligte am Verfahren vor der Beschwerdekammer des HABM und Streithelferin vor dem Gericht:

* Verfahrenssprache: Englisch.

The Polo/Lauren Co. LP mit Sitz in New York (Vereinigte Staaten von Amerika), Prozessbevollmächtigte: P. Taylor, Solicitor, und A. Bryson, Barrister,

wegen Aufhebung der Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 25. März 2004 (Sache R 273/2002-1) zu einem Widerspruchsverfahren zwischen der Polo/Lauren Co. LP und der Royal County of Berkshire Polo Club Ltd

erlässt

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Fünfte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten M. Vilaras und der Richterinnen M. E. Martins Ribeiro und K. Jürimäe,

Kanzler: K. Andová, Verwaltungsrat,

aufgrund der am 3. Juni 2004 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 29. September 2004 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

aufgrund der am 21. September 2004 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung der Streithelferin,

auf die mündliche Verhandlung vom 15. September 2005

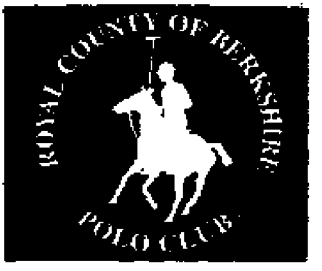
folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Am 5. Juni 1997 meldete die Royal County of Berkshire Polo Club Ltd (im Folgenden: Klägerin) gemäß der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in geänderter Fassung beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (im Folgenden: Amt) eine Gemeinschaftsmarke an.

2 Dabei handelt es sich um das folgende aus einem Wort- und einem Bildelement zusammengesetzte Zeichen:



3 Das Zeichen wurde für Waren der Klassen 3, 9, 14, 18, 21 und 25 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in revidierter und geänderter Fassung angemeldet; dabei handelte es sich in Klasse 3 um folgende Waren:

„Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Zahnputzmittel; Parfümerien, After-Shave, Präparate für das Haar, Shampoo, Seifen, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarlotion, Deodorants, Toilettenwasser, Körperspray, Badeöl, Schaumbad, Duschgel".

4 Die Anmeldung wurde im *Blatt für Gemeinschaftsmarken* Nr. 92/1998 vom 30. November 1998 veröffentlicht.

5 Am 8. Januar 1999 erhob die Polo/Lauren Company LP (im Folgenden: Streithelferin) gemäß Artikel 42 Absatz 1 der Verordnung Nr. 40/94 gegen die Anmeldung Widerspruch. Der Widerspruch war auf das Bestehen von Verwechslungsgefahr im Sinne des Artikels 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 zwischen der Anmeldemarke und folgenden älteren nationalen Marken der Streithelferin gestützt:

a) die am 30. Januar 1988 angemeldete, am 9. Februar 1990 eingetragene und bis zum 31. Januar 2008 geschützte deutsche Marke Nr. 1 153 949 für „Parfümerien, Eau de Cologne, Toilettenwasser, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, insbesondere Puder, Cremes, Lotionen, ätherische Öle, Seifen, kosmetische Präparate mit desodorierenden Zusätzen, jedoch ausgenommen Haarpflegemittel" in Klasse 3;

b) die am 23. April 1991 angemeldete und am 17. März 1994 eingetragene griechische Marke Nr. 103 778 für alle Waren der Klasse 3 einschließlich „Parfümerien, Eau de Cologne, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Puder, Cremes, Lotionen, ätherische Öle, Seifen, Deodorants für den persönlichen Gebrauch, Haarlotionen, Zahnpasten";

c) die am 19. Mai 1988 angemeldete und am 5. November 1990 eingetragene spanische Marke Nr. 1 253 471 für verschiedene Waren der Klasse 3, und zwar „Parfümerien, Eau de Cologne, Toilettenwasser, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Puder, Cremes, Lotionen, ätherische Öle, Seifen und Deodorants für den persönlichen Gebrauch, ausgenommen Zahnpasten und Zahnreinigungsmittel";

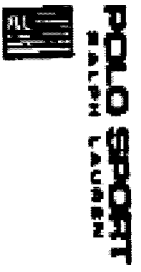
d) die am 4. Juli 1989 angemeldete und am 2. August 1991 eingetragene schwedische Marke Nr. 225 475 für Waren der Klasse 3, und zwar „Parfümerien, Eau de Cologne, Toilettenwasser, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Puder, Cremes und Lotionen, ätherische Öle, Seifen, Deodorants für den persönlichen Gebrauch";

bei diesen vier Marken handelt es sich um folgendes Zeichen:



e) die beiden am 18. Juli 1945 und 1. April 1947 angemeldeten, unter den Nummern 638 708 und 657 863 eingetragenen und bis zum 18. Juli 2008 und 1. April 2006 verlängerten britischen Wortmarken POLO für verschiedene Waren der Klasse 3, und zwar „Parfümerien, Mittel zur Körperpflege (nicht zu Heilzwecken) und Schönheitspflege, Zahnpasten, Haarentferner, Seifen, Toilettenartikel (soweit nicht in anderen Klassen enthalten), ausgenommen Puderdosen und jede andere Art von Puderbehältern" (Nr. 638 708) und „Badesalze, Talg, Gesichtspuder, Gesichtscreme, Tonika für den Haarboden, After-Shave-Lotionen, alle diese Präparate für die Körper- und Schönheitspflege und nicht zu Heilzwecken, Lippenstift, Brillantine, Haarlotionen, Shampoos, Zahnpasten, Seifen und Parfümerien" (Nr. 657 863);

f) die am 23. Dezember 1994 angemeldete und am 13. März 1996 unter der Nummer 2 007 609 eingetragene britische Bildmarke



für verschiedene Waren der Klasse 3, und zwar „Seifen, Parfümerien, Toilettenwasser, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Zahnpasten, Eau de Cologne, Rasiergel, Rasiercreme, After-Shave-Balsam, After-Shave-Schaum, Hautlotionen, Hautcremes, Gesichtsfeuchtigkeitscreme, Talg, Antitranspirant-Körpersprays und desodorierende Sticks für den persönlichen Gebrauch, alle diese Produkte für Herren", jedoch ausgenommen Haarpflegemittel;

g) die am 30. Juli 1997 angemeldete und am 27. Februar 1998 unter der Nummer 2 140 409 eingetragene britische Bildmarke



für verschiedene Waren der Klasse 3, und zwar „Parfümerien, Eau de Cologne, Duftmittel, After-Shave-Lotionen, After-Shave-Balsam, Antitranspirants, De-

odorants für den persönlichen Gebrauch, Talg, Toilettenwasser, Körperpuder, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, insbesondere Gesichts- und Körpercremes, Lotionen, Sonnenlotionen und -cremes, Sonnenschutzcremes und -lotionen, Haarpflegemittel wie Shampoos, Spülungen, Cremes und Lotionen, Brillantine, Tonika für den Haarboden; Bad- und Duschartikel wie Seifen, Körpershampoos, Peeling-Mittel, Körperspülungen, Badesalze, Bade- und Duschgels, Bade- und Duschöle sowie ätherische Öle";

h) die am 1. April 1947 angemeldete, unter der Nummer 657 864 eingetragene und am 15. Mai 1996 verlängerte britische Bildmarke



für verschiedene Waren der Klasse 3, und zwar „Badesalze, Talg, Gesichtspuder, Tonika für den Haarboden, After-Shave-Lotionen, Gesichtscreme, alle Waren für den kosmetischen Gebrauch und nicht zu Heilzwecken, Lippenstift, Brillantine, Haarlotionen, Shampoos, Zahnpasten, Seifen und Parfüms";

i) die am 28. November 1991 angemeldete und am 7. Januar 1994 unter der Nummer 1 484 052



eingetragene britische Bildmarke für Parfümerien in Klasse 3.

6 Mit der Entscheidung Nr. 182/2002 vom 31. Januar 2002, die den Beteiligten am selben Tag zugestellt wurde, wies die Widerspruchsabteilung des Amtes den Widerspruch zurück.

7 Am 27. März 2002 legte die Streithelferin gemäß Artikel 59 der Verordnung Nr. 40/94 gegen die Entscheidung der Widerspruchsabteilung beim Amt eine Beschwerde ein.

8 Mit Entscheidung vom 25. März 2004 (Sache R 273/2002-1), der Klägerin zugestellt am 1. April 2004 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung), gab die Erste Beschwerdekammer der Beschwerde teilweise statt. Nach Auffassung der Beschwerdekammer bestand zwischen der Anmeldemarke und der im Vereinigten Königreich

eingetragenen älteren Bildmarke Nr. 657 864 für folgende Waren Verwechslungsgefahr: „Putzmittel, Zahnpasten, Parfümerien, After-Shave, Präparate für das Haar, Shampoo, Seifen, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarlotion, Deodorants, Toilettenwasser, Körperspray, Badeöl, Schaumbad, Duschgel". Hingegen verneint die Beschwerdekammer Verwechslungsgefahr für die Waren „Wasch- und Bleichmittel, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel".

Anträge der Verfahrensbeteiligten

9 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— für die Waren aller Klassen einschließlich Klasse 3 die Eintragung der Marke anzuordnen;

— dem Amt die Kosten einschließlich der Kosten des Verfahrens vor der Beschwerdekammer aufzugeben.

10 Das Amt beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

11 Die Streithelferin beantragt, dem Widerspruch hinsichtlich aller in der Anmeldung beanspruchten Waren, darunter auch Wasch- und Bleichmittel sowie Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel, auf der Grundlage sowohl der im Vereinigten Königreich unter der Nummer 657 864 eingetragenen älteren Marke als auch der übrigen älteren Marken stattzugeben.

Entscheidungsgründe

12 Die Klägerin macht im Wesentlichen die beiden Klagegründe einer Verletzung der Begründungspflicht und eines Verstoßes gegen Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 geltend.

Zum ersten Klagegrund einer Verletzung der Begründungspflicht

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

13 Nach Auffassung der Klägerin wird mit der angefochtenen Entscheidung die Begründungspflicht verletzt. So habe die Beschwerdekammer nicht oder nicht hinreichend begründet, warum sie die Ausführungen der Widerspruchsabteilung des Amtes verworfen habe, wonach in der Anmeldemarke, und zwar wegen der Anordnung über dem Bildelement, vor allem die Wörter „Royal County of Berkshire" den Blick der Verbraucher auf sich zögen und außerdem die ältere Marke POLO auf den Sport in einer generellen Weise Bezug nehme, während die Anmeldemarke auf einen ganz bestimmten Poloclub hinweise.

14 Das Amt meint, dass die Beschwerdekammer ihre Bejahung der visuellen Zeichenähnlichkeit in Randnummer 31 der angefochtenen Entscheidung ordnungsgemäß begründet habe. Im Rahmen des begrifflichen Vergleichs habe die Beschwerdekammer eine gewisse begriffliche Ähnlichkeit der Zeichen deshalb zu Recht bejaht, weil sich beide Zeichen auf den Polosport bezögen, der mit den in Frage stehenden Waren nichts zu tun habe. Damit habe die Beschwerdekammer die Gründe dargelegt, aus denen sie von der Entscheidung der Widerspruchsabteilung abgewichen sei.

15 Die Streithelferin hat zu der Rüge, dass die Beschwerdekammer ihre Abweichung von der Auffassung der Widerspruchsabteilung nicht oder nicht hinreichend begründet habe, nichts speziell vorgetragen. Sie hält die Darlegungen der Beschwerdekammer jedoch für zutreffend.

Würdigung durch das Gericht

16 Gemäß Artikel 73 Satz 1 der Verordnung Nr. 40/94 sind die Entscheidungen des Amtes mit Gründen zu versehen. Diese Verpflichtung hat den gleichen Umfang wie die aus Artikel 253 EG (Urteil des Gerichts vom 28. April 2004 in den Rechtssachen T-124/02 und T-156/02, Sunrider/HABM — Vitakraft-Werke Wührmann und Friesland Brands [VITATASTE und METABALANCE 44], Slg. 2004, II-1149, Randnr. 72).

17 Nach ständiger Rechtsprechung soll die Verpflichtung zur Begründung von Einzelfallentscheidungen dem doppelten Ziel dienen, die Beteiligten über die Gründe für die erlassene Maßnahme zu unterrichten, damit sie ihre Rechte verteidigen können, und es außerdem dem Gemeinschaftsrichter zu ermöglichen, die Rechtmäßigkeit der Entscheidung zu überprüfen (Urteil VITATASTE und METABALANCE 44, Randnr. 73 und die dort zitierte Rechtsprechung). Die Frage, ob die Begründung einer Entscheidung diesen Anforderungen genügt, ist nicht nur im Hinblick auf ihren Wortlaut zu entscheiden, sondern auch anhand ihres Kontextes sowie sämtlicher Rechtsvorschriften, die das betreffende Gebiet regeln (Urteil des Gerichtshofes vom 29. Februar 1996 in der Rechtssache C-122/94, Kommission/Rat, Slg. 1996, I-881, Randnr. 29, und Urteil des Gerichts vom 6. April 2000 in der Rechtssache T-188/98, Kuijer/Rat, Slg. 2000, II-1959, Randnr. 36).

18 Im vorliegenden Fall ist die Rüge der Klägerin zu prüfen, dass eine Begründung fehle oder unzureichend sei.

19 Soweit die Beschwerdekammer nicht der Auffassung der Widerspruchsabteilung gefolgt ist, dass in der Anmeldemarke wegen der Anordnung über dem Bildelement vor allem die Wörter „Royal County of Berkshire" den Blick der Verbraucher auf

sich zögen, konnte die Klägerin insbesondere der Randnummer 31 der angefochtenen Entscheidung, derzufolge die Schriftgestaltung der in dem Zeichen enthaltenen Wörter den dominierenden Charakter der Polospieler-Darstellung erheblich verstärkt, den genauen Grund entnehmen, aus dem die Beschwerdekammer das Wortelement der Marke nicht als deren dominierenden Bestandteil angesehen und infolgedessen die diesbezüglichen Darlegungen der Widerspruchsabteilung verworfen hat.

20 Soweit die Widerspruchsabteilung weiterhin ausgeführt hatte, dass die ältere Marke POLO auf den Sport in genereller Weise Bezug nehme, während die Anmeldemarke auf einen ganz bestimmten Poloclub hinweise, ist ihre Auffassung entgegen dem Vorbringen der Klägerin von der Beschwerdekammer nicht zurückgewiesen worden. Denn die Beschwerdekammer bestätigte in Randnummer 32 der angefochtenen Entscheidung ausdrücklich, dass die Wörter „Royal County of Berkshire Polo Club" geeignet seien, einen britischen Verbraucher auf einen ganz bestimmten Club hinzuweisen, in dem Polo gespielt werde.

21 Da die Gründe der angefochtenen Entscheidung insgesamt klar die Erwägungen erkennen ließen, von denen sich die Beschwerdekammer bei ihrer Beurteilung der Verwechslungsgefahr leiten ließ, ist der erste Klagegrund als nicht stichhaltig zurückzuweisen.

Zum zweiten Klagegrund eines Verstoßes gegen Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94

Vorbringen der Verfahrensbeteiligten

22 Die Klägerin trägt verschiedene Argumente vor, mit denen sie im Wesentlichen einen Verstoß gegen Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 geltend macht.

23 Sie rügt erstens, dass die Anmeldemarke in der angefochtenen Entscheidung zu Unrecht einer zergliedernden Betrachtungsweise unterworfen und nicht als ein Ganzes beurteilt worden sei, sondern als eine Aneinanderreihung verschiedener Bestandteile, denen jeweils eine unterschiedliche Wertigkeit, Unterscheidungskraft und Aufmerksamkeit erweckende Wirkung zuerkannt worden seien.

24 Zweitens habe die Beschwerdekammer in ihrer Entscheidung fehlerhaft festgestellt, dass keines der das Wortelement der Anmeldemarke bildenden Wörter „Royal County of Berkshire Polo Club" gegenüber dem Bildelement des kreisförmig eingefassten Polospielers eine hervorgehobene Stellung besitze. Diese Feststellung lasse unberücksichtigt, dass diesen Wörtern das gleiche Gewicht wie dem Bildelement zukomme. Wegen ihrer Größe, ihrer Schriftgestaltung und den weißen Großbuchstaben seien die Wörter ein eindeutiger Blickfang. Die Annahme der Beschwerdekammer, dass das Bildelement der dominierende und prägende Bestandteil der Marke sei, gehe daher fehl.

25 Drittens werde in der angefochtenen Entscheidung zu Unrecht angenommen, dass die Anmeldemarke willkürlich gestaltet sei. Mit dieser Annahme der Willkürlichkeit der Marke werde verkannt, dass es sich um eine Herkunftsmarke handele, eine Marke also, die auf die Herkunft der Waren aus dem Royal County of Berkshire Polo Club hinweise.

26 Viertens würde der Streithelferin, wenn die angefochtene Entscheidung nicht aufgehoben werde, ein unbilliges und ungerechtfertigtes Monopol an dem Bildelement des Polospielers eingeräumt. Dass dies unbillig und unzulässig wäre, zeige besonders die Zahl der Marken, die für Waren der Klasse 3 für andere Poloclubs eingetragen seien. Insoweit sei etwa auf die britische Marke Nr. 1 558 682 und die Gemeinschaftsmarke Nr. 980 995 hinzuweisen.

27 Fünftens habe die Beschwerdekammer rechtsfehlerhaft einen Prüfungsmaßstab angelegt, mit dem in Wirklichkeit die von ihr angenommene Zeichenähnlichkeit an die Stelle der eigentlichen Prüfung der Verwechslungsgefahr unter Einbeziehung aller Umstände des Einzelfalls getreten sei.

28 Das Amt meint erstens, dass die Beschwerdekammer zutreffend die Anmeldemarke als Ganzes gewürdigt und die Abbildung des Polospielers für ein optisch dominierendes Element gehalten habe. Die Beschwerdekammer sei zu dem Schluss gelangt, dass die Zeichen zwar bestimmte Unterschiede aufwiesen, diese aber — zumal eingedenk des Grundsatzes, wonach eine Marke vom Verbraucher nur unvollkommen in Erinnerung behalten werde — nicht genügten, um die Ähnlichkeiten der Marken auszugleichen. Das Vorbringen der Klägerin, dass die Beschwerdekammer die Anmeldemarke nicht als Ganzes gewürdigt habe, sei daher offenkundig unbegründet. Die Beschwerdekammer habe dem Logo des Reiters nicht infolge einer isolierten Betrachtung ein zu großes Gewicht beigemessen und somit die in Frage stehenden Waren auch nicht übermäßig zergliedert.

29 Zweitens habe die Beschwerdekammer zu Recht angenommen, dass die Darstellung eines Polospielers für die betroffenen Waren der Klasse 3 willkürlich sei. Soweit die Klägerin in diesem Zusammenhang geltend mache, dass die Anmeldemarke eine Herkunftsmarke sei, wäre ihr nur dann zu folgen, wenn die Anmeldemarke ausschließlich für Dienstleistungen der Klasse 41 wie sportliche Aktivitäten oder die Aktivitäten eines Poloclubs angemeldet worden wäre.

30 Drittens werde der Streithelferin mit der angefochtenen Entscheidung auch kein unbilliges und ungerechtfertigtes Monopol an der Darstellung eines Polospielers eingeräumt. Die Beschwerdekammer habe völlig zu Recht festgestellt, dass die Darstellung eines Polospielers zu Pferde für die Waren der Klasse 3, die durch die im

Vereinigten Königreich eingetragene ältere Marke geschützt seien, in hohem Maße originär unterscheidungskräftig sei, weil sie für diese Waren ein Bildelement mit hohem Fantasiegehalt darstelle. Es stehe außer Zweifel, dass eine solche Abbildung für die in Frage stehenden Waren willkürlich gewählt sei und gegen spätere Anmeldungen mit ähnlichen, verwechslungsfähigen Abbildungen geschützt werden müsse. Im vorliegenden Fall komme als zusätzlicher Faktor die Verkehrsdurchsetzung der älteren Marke hinzu, die ihren Schutz gegen eine jüngere Marke mit einer ähnlichen Polospieler-Darstellung als dominierenden Bildbestandteil rechtfertige. Soweit die Klägerin auf eingetragene Marken anderer Poloclubs für Waren der Klasse 3 verweise, sei zu berücksichtigen, dass die angeführte britische Marke Nr. 1 558 682 nur mit der Zustimmung der Streithelferin als Inhaberin der britischen Marke Nr. 657 864 eingetragen worden sei. Was die Gemeinschaftsmarke Nr. 980 995 anbelange, so habe die Beschwerdekammer darauf hingewiesen, dass diese Marke zwei Polospieler abbilde.

31 Viertens habe die Beschwerdekammer auch nicht rechtsfehlerhaft die Prüfung der Verwechslungsgefahr durch eine Prüfung der von ihr angenommenen Zeichenähnlichkeit ersetzt. Vielmehr habe die Beschwerdekammer das Bestehen von Verwechslungsgefahr fehlerfrei dadurch ermittelt, dass sie in ihre Prüfung alle relevanten Umstände des vorliegenden Falles einbezogen habe, nämlich die teilweise Identität oder Ähnlichkeit der Waren, die visuellen und begrifflichen Ähnlichkeiten der Zeichen, die sowohl originär als auch infolge zeichenmäßiger Benutzung hohe Unterscheidungskraft der in den älteren Marken der Streithelferin enthaltenen Darstellung eines Polospielers und schließlich das Bestehen einer auf dem Begriff des Polo basierenden Markenfamilie für Waren der Klasse 3.

32 Die Streithelferin hebt erstens hervor, dass die Abbildung des Reiters einen viel stärkeren visuellen Eindruck hinterlasse und leichter erinnert werde als das Wortelement der Marke. Das Wortelement sei schon deshalb ein bloßer Zusatz, weil es aus sechs Wörtern in relativ kleiner Schrift bestehe, die wegen ihrer kreisförmigen Anordnung besonders schwer lesbar seien. Keines dieser Wörter sei

im Übrigen dominierend. Es komme hinzu, dass der Durchschnittsverbraucher nur selten Gelegenheit habe, eine Marke aufmerksam zu studieren, und deshalb von ihr nur ein unvollkommenes Bild oder eine unvollkommene Erinnerung im Gedächtnis behalten werde. Es sei deshalb äußerst unwahrscheinlich, dass sich der Verbraucher, der die angemeldete Marke nur unvollkommen im Gedächtnis bewahre, noch ihres Wortelements erinnern werde. Soweit die Klägerin behaupte, die in der Anmeldemarke enthaltenen Wörter seien wegen ihrer Sichtbarkeit deren dominierendes Element, berücksichtige sie weder den von der Marke hervorgerufenen Gesamteindruck noch eben die Tatsache, dass der Durchschnittsverbraucher eine Marke nicht im Einzelnen analysiere und von ihr normalerweise nur ein unvollkommenes Bild im Gedächtnis behalte.

33 Was zweitens die Willkürlichkeit des zwischen der Anmeldemarke und den Waren bestehenden Zusammenhangs betreffe, so sei festzustellen, dass die Marke zu den Waren der Klasse 3 keinerlei Verbindung und auch keinen Aussagegehalt habe, der sich diesen Produkten zuordnen ließe; sie sei gerade nicht für Waren oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Polosport angemeldet worden, sondern für Produkte, die mit diesem nichts zu tun hätten.

34 Wenn die Klägerin drittens dahin argumentiere, dass der Streithelferin mit der Entscheidung der Beschwerdekammer, falls diese nicht aufgehoben werde, ein unbilliges und ungerechtfertigtes Monopol an der Darstellung des Polospielers eingeräumt werde, so erkenne sie damit in Wirklichkeit stillschweigend an, dass ihr eigenes Reiter-Logo dem Logo jeder der älteren Widerspruchsmarken ähnlich sei und beim Publikum Verwechslungsgefahr hervorrufe. In diesem Fall sei es aber völlig gerechtfertigt, dass die Anmeldung der jüngeren Marke zurückgewiesen worden sei. Die Beschwerdekammer habe auch zu Recht festgestellt, dass die Klägerin keine Benutzung anderer Marken mit der Abbildung eines Polospielers für Waren der Klasse 3 nachgewiesen habe. Was die eingetragene britische Marke Nr. 1 558 682 angehe, so sei diese nur mit Zustimmung der Streithelferin eingetragen worden. Was die Gemeinschaftsmarke Nr. 980 995 betreffe, so habe die

Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung zutreffend festgestellt, dass diese Marke zwei Polospieler abbilde.

35 Viertens habe die Beschwerdekammer bei ihrer Beurteilung der Verwechslungsgefahr zu Recht auch berücksichtigt, dass die Unterscheidungskraft der älteren Marke durch ihre Benutzung zusätzlich erhöht worden sei und die Streithelferin zudem für die Waren der Klasse 3 eine ganze Markenfamilie entwickelt habe, die auf dem Gedanken des Polospiels aufbaue.

36 Dass Verwechslungsgefahr bestehe, werde zusätzlich durch die Feststellung gestützt, dass die in der Anmeldung beanspruchten Waren mit denen der älteren Marken der Streithelferin identisch oder ihnen ähnlich seien. Insoweit sei an die Rechtsprechung des Gerichtshofes zu erinnern, nach der ein geringer Ähnlichkeitsgrad der Waren oder Dienstleistungen durch einen hohen Ähnlichkeitsgrad der Marken ausgeglichen werden könne und umgekehrt (Urteil des Gerichtshofes vom 22. Juni 1999 in der Rechtssache C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Slg. 1999, I-3819).

Würdigung durch das Gericht

37 Gemäß Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 ist die angemeldete Marke auf Widerspruch des Inhabers einer älteren 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. Nach Artikel 8 Absatz 2 Buchstabe a Ziffer ii der Verordnung Nr. 40/94 gehören zu den älteren Marken die in einem Mitgliedstaat eingetragenen Marken mit einem früheren Anmeldetag als dem Tag der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke.

38 Nach ständiger Rechtsprechung ist bei der umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr hinsichtlich der Ähnlichkeit der betreffenden Marken in Bild, Klang oder Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. analog Urteile des Gerichtshofes vom 11. November 1997 in der Rechtssache C-251/95, Sabèl, Slg. 1997, I-6191, Randnr. 23, und Lloyd Schuhfabrik Meyer, Randnr. 25).

39 Weiterhin 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 dominierende Element in dem von der zusammengesetzten Marke hervorgerufenen Gesamteindruck ist. Dies 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 (Urteil des Gerichts vom 23. Oktober 2002 in der Rechtssache T-6/01, Matratzen Concord/HABM — Hukla Germany [MATRATZEN], Slg. 2002, II-4335, Randnr. 33).

40 Die von der Beschwerdekammer vorgenommene Beurteilung der zwischen den Marken bestehenden Verwechslungsgefahr ist im Licht dieser Erwägungen zu überprüfen.

41 Insoweit ist erstens festzustellen, dass die Beschwerdekammer mit ihrer Beurteilung, dass das Bildelement der Anmeldemarke ihr dominierender Bestandteil ist, bei ihrem visuellen Zeichenvergleich das Wortelement der Marke nicht außer Betracht gelassen hat. Sie hat nämlich bei diesem Vergleich die schriftbildliche Gestaltung der Wörter ausdrücklich einbezogen. Das Vorbringen der Klägerin, dass die Beschwerdekammer die Anmeldemarke nicht als Ganzes gewürdigt habe, ist daher offenkundig unbegründet. Die Beschwerdekammer hat das Bildelement auch zu Recht im Ergebnis als den dominierenden Bestandteil der Anmeldemarke angesehen. Denn es ist der dargestellte Polospieler, d. h. das Bildelement, der der angemeldeten Marke ihre Unterscheidungskraft verleiht und den sich die Verbraucher am leichtesten einprägen werden. Dagegen ist das in der Anmeldemarke enthaltene Wortelement, das aus sechs in relativ kleinen Buchstaben geschriebenen

Wörtern besteht und wegen deren kreisförmigen Anordnung besonders schwer zu lesen ist, im von der Marke hervorgerufenen Gesamteindruck zu vernachlässigen. Im Übrigen hebt das kreisförmig angeordnete Wortelement den Bildbestandteil der Marke noch weiter hervor und verstärkt dadurch dessen dominierenden Charakter.

42 Zweitens ist das Vorbringen der Klägerin zu prüfen, wonach mit der in der angefochtenen Entscheidung getroffenen Feststellung, dass die angemeldete Marke einen willkürlichen Charakter aufweise, nicht berücksichtigt worden sei, dass es sich bei dieser Marke um einen Herkunftshinweis handele, der die Herkunft der Waren aus dem Royal County of Berkshire Polo Club anzeige. Die Beschwerdekammer hat insoweit in Randnummer 31 der angefochtenen Entscheidung festgestellt, dass das von ihr als dominierender Zeichenbestandteil betrachtete Bildelement der angemeldeten Marke im Hinblick auf die beanspruchten Waren willkürlich erscheine. Diese Feststellung ist ohne weiteres zutreffend, da der der Anmeldemarke zugrunde liegende Gedanke des Polosports keinerlei Verbindung zu den beanspruchten Waren der Klasse 3 der Anmeldung aufweist. Die Frage, ob in der angefochtenen Entscheidung berücksichtigt wurde, dass es sich um eine Herkunftsmarke handelt, ist daher für die Entscheidung des vorliegenden Rechtsstreits unerheblich.

43 Drittens kann auch nicht das Argument durchgreifen, dass die angefochtene Entscheidung, wenn sie nicht aufgehoben wird, der Streithelferin ein unbilliges und ungerechtfertigtes Monopol an der Darstellung des Polospielers einräumen und ihr eine Blockierung jeder späteren Anmeldung mit einem ähnlichen Logo erlauben würde. Insoweit hat die Beschwerdekammer völlig zu Recht angenommen, dass die Darstellung eines Polospielers für die in der Anmeldung beanspruchten und von der älteren eingetragenen britischen Marke erfassten Waren der Klasse 3 in hohem Maße originäre Unterscheidungskraft besitzt, da sie für diese Waren eine bildliche Darstellung mit hohem Fantasiegehalt ist. Eine solche Darstellung ist für die in Frage stehenden Waren als willkürlich anzusehen und gegenüber jüngeren Anmeldungen von Marken mit ähnlichen, verwechslungsfähigen Darstellungen schutzwürdig. Denn den Rechtsvorschriften über die Gemeinschaftsmarke liegt gerade der Gedanke zugrunde, dass Inhabern einer älteren Marke der Widerspruch gegen

spätere Anmeldungen von Marken ermöglicht wird, die die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzen. Diese Rechtsvorschriften räumen damit den Inhabern einer älteren Marke keineswegs ein unbilliges und ungerechtfertigtes Monopol ein, sondern erlauben ihnen den Schutz und die Nutzung der erheblichen Investitionen, die sie erbracht haben, um ihre ältere Marke zu fördern.

44 Schließlich ist auch das Argument der Klägerin als unbegründet zurückzuweisen, dass die Beschwerdekammer die Prüfung der Verwechslungsgefahr durch eine Prüfung der von der Beschwerdekammer angenommenen Ähnlichkeit zwischen den Marken ersetzt habe. Die Beschwerdekammer hat das Bestehen von Verwechslungsgefahr zwischen den Marken fehlerfrei festgestellt, indem sie in ihre Prüfung alle relevanten Umstände des vorliegenden Falles einbezog, so die teilweise Identität oder Ähnlichkeit der Waren, die visuellen und begrifflichen Ähnlichkeiten der Zeichen, die sowohl originär als auch infolge zeichenmäßiger Benutzung hohe Unterscheidungskraft der Abbildung des Polospielers in der Marke der Streithelferin und das Bestehen einer Markenfamilie der Streithelferin, die auf der Idee des Polosports für Waren der Klasse 3 aufbaut.

45 Da die Klägerin somit nicht nachgewiesen hat, dass die Beschwerdekammer gegen Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 verstoßen hat, ist der vorliegende Klagegrund zurückzuweisen.

Zum Antrag der Streithelferin gemäß Artikel 134 § 3 der Verfahrensordnung des Gerichts

Vorbringen der Streithelferin

46 In ihrer Klagebeantwortung hat die Streithelferin beantragt, die Entscheidung der Beschwerdekammer abzuändern, soweit darin der Widerspruch für die in der Anmeldung beanspruchten Waren „Wasch- und Bleichmittel; Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel" zurückgewiesen worden ist. Die Streithelferin macht geltend, dass diese Waren mit Seifen vergleichbar seien, die aber durch ihre im Vereinigten Königreich eingetragene Marke Nr. 657 864 geschützt seien. Die Ähnlichkeit der genannten Produkte mit Seifen ergebe sich daraus, dass sie ebenso wie diese als Haushaltsreiniger Verwendung fänden, die gleichen Vertriebswege hätten, in denselben Regalen (in Supermärkten und Kaufhäusern) angeboten würden und auch zusammen mit Seifen eingesetzt werden könnten und dass schließlich Unternehmen, die derartige Produkte herstellten, eine vollständige Palette von Reinigungsmitteln anböten. Wegen der Ähnlichkeit zwischen Seifen und den genannten Produkten sowie der Verwechslungsgefahr zwischen den beiden Marken hätte die Beschwerdekammer die Anmeldung daher für sämtliche Waren einschließlich „Wasch- und Bleichmittel; Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel" zurückweisen müssen.

47 Die Streithelferin rügt ferner, dass dem Widerspruch nicht auch auf der Grundlage ihrer übrigen älteren Marken stattgegeben worden sei. So heiße es in Randnummer 44 der angefochtenen Entscheidung fehlerhaft, dass die Unterschiede zwischen der Anmeldemarke und ihren eigenen, oben in Randnummer 5 genannten älteren Marken zahlreicher seien als die visuellen und klanglichen Ähnlichkeiten. Die

Beschwerdekammer habe auch darauf abgestellt, dass von den älteren Marken vier keine Abbildung eines reitenden Polospielers enthielten und in den übrigen vier, in denen ein Polospieler abgebildet werde, das Wortelement „Polo" dominierend sei.

48 Die Anmeldemarke und die übrigen älteren Marken seien jedoch in Wirklichkeit ähnlich und es bestehe zwischen ihnen bei den maßgeblichen Verkehrskreisen auch Verwechslungsgefahr. Denn zum einen beziehe sich die Anmeldemarke auf den Begriff des Polos als Sport, womit dieser Begriff der Marke zugrunde liege. Genau dieser Begriff liege aber auch den anderen älteren Marken zugrunde, so dass diese und die Anmeldemarke begrifflich sehr ähnlich seien. Da die älteren Marken zudem sowohl von Haus aus als auch infolge zeichenmäßiger Benutzung eine erhöhte Unterscheidungskraft hätten und der Verbraucher, was die Beurteilung der Verwechslungsgefahr angehe, eine Marke nur unvollkommen im Gedächtnis behalte, erscheine es wahrscheinlich, dass die Verbraucher die angemeldete Marke auch mit einer der anderen Marken verwechseln würden, die zu der Markenfamilie der Streithelferin gehörten.

49 Insgesamt habe die Beschwerdekammer die Frage der begrifflichen Ähnlichkeit der angemeldeten Marke mit den anderen älteren Marken somit nicht hinreichend geprüft und eine Entscheidung über die Frage der Verwechslungsgefahr versäumt.

Würdigung durch das Gericht

50 Mit ihrem Antrag, zum einen die Entscheidung der Beschwerdekammer abzuändern, soweit darin der Widerspruch für Wasch- und Bleichmittel sowie Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel zurückgewiesen wurde, und zum anderen dem Widerspruch auf der Grundlage sowohl der im Vereinigten Königreich eingetra-

genen älteren Marke Nr. 657 864 als auch der übrigen älteren Marken hinsichtlich aller in der Anmeldung genannten Waren stattzugeben, nimmt die Streithelferin die ihr durch Artikel 134 § 3 der Verfahrensordnung eingeräumte Möglichkeit wahr, in ihrer Klagebeantwortung Anträge zu stellen, die auf die Abänderung der Entscheidung der Beschwerdekammer in einem in der Klageschrift nicht geltend gemachten Punkt gerichtet sind.

51 In einem solchen Fall können nach Artikel 135 § 3 der Verfahrensordnung die anderen Parteien innerhalb einer Frist von zwei Monaten nach Zustellung der Klagebeantwortung an sie einen Schriftsatz einreichen, der auf die Beantwortung der Anträge und Angriffs- und Verteidigungsmittel beschränkt ist, die erstmals in der Klagebeantwortung eines Streithelfers gestellt und vorgebracht worden sind. Weder das Amt noch die Klägerin haben von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht. Beide haben hingegen in der mündlichen Verhandlung zu dem Antrag der Streithelferin Stellung genommen. Dabei hat die Klägerin beantragt, den Antrag der Streithelferin als unbegründet zurückzuweisen. Das Amt hat sich nur zu dem Teil des Antrags geäußert, der die Zurückweisung des Widerspruchs durch die Beschwerdekammer für Wasch- und Bleichmittel sowie Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel betrifft. Es hat sich insoweit der Auffassung der Streithelferin angeschlossen.

52 Dazu ist festzustellen, dass zwar die meisten Waren, die von der im Vereinigten Königreich unter der Nr. 657 864 eingetragenen älteren Bildmarke erfasst werden, nur als Mittel zur Schönheits- oder Körperpflege verwendet werden, dies jedoch nicht für Seifen gilt, die eine doppelte Zweckbestimmung haben. Auch wenn nämlich Seifen verwendet werden, um den Körper zu reinigen und ihm einen angenehmen Duft oder ein angenehmes Erscheinungsbild zu verleihen, hat die Beschwerdekammer doch in Randnummer 22 der angefochtenen Entscheidung außer Betracht gelassen, dass Seifen auch zur Haushaltsreinigung eingesetzt werden. Sie sind insoweit mit Bleich- und Waschmitteln sowie mit Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmitteln vergleichbar. Folglich besteht zwischen Seifen,

die von der im Vereinigten Königreich unter der Nr. 657 864 eingetragenen älteren Bildmarke erfasst werden, und den in der Anmeldung beanspruchten Bleich- und Waschmitteln sowie Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmitteln Ähnlichkeit. Angesichts dieser Ähnlichkeit erstreckt sich die von der Beschwerdekammer festgestellte Verwechslungsgefahr auch auf die Bleich- und Waschmittel sowie Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel, so dass die Entscheidung der Beschwerdekammer teilweise aufzuheben ist, soweit darin die Anmeldung nicht auch für diese Waren zurückgewiesen wurde. Nach Artikel 63 der Verordnung Nr. 40/94 hat das Amt die Maßnahmen zu ergreifen, die sich aus dieser Teilaufhebung ergeben.

53 Was den Antrag der Streithelferin anbelangt, ihrem Widerspruch auch auf der Grundlage ihrer anderen älteren Marken als der im Vereinigten Königreich eingetragenen Marke Nr. 657 864 stattzugeben, so kann dieser Antrag allenfalls zu dem gleichen Ergebnis führen wie die Erwägungen in der vorstehenden Randnummer, also zur vollständigen Zurückweisung der Anmeldung für die Waren der Klasse 3. Da sich der Antrag der Streithelferin auf dieser zweiten Grundlage damit erledigt hat, ist er zurückzuweisen.

Kosten

54 Nach Artikel 87 § 2 der Verfahrensordnung ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da im vorliegenden Fall die Klägerin unterlegen ist, sind ihr gemäß dem Antrag des Amtes die Kosten aufzuerlegen. In der mündlichen Verhandlung hat auch die Streithelferin beantragt, der Klägerin die Kosten aufzuerlegen. Dass sie diesen Antrag erst in der mündlichen Verhandlung gestellt hat, ist kein Hindernis, dem Antrag stattzugeben (Urteil des Gerichtshofes vom 29. März 1979 in der Rechtssache 113/77, NTN Toyo Bearing u. a./Rat, Slg. 1979, 1185, und Schlussanträge von Generalanwalt Warner, Slg. 1979, 1212, 1274). Der Klägerin sind damit sämtliche Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Fünfte Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. **Die angefochtene Entscheidung wird aufgehoben, soweit darin die Anmeldung des Royal County of Berkshire Polo Club Ltd für folgende Waren der Klasse 3 zur Eintragung zugelassen wird: Wasch- und Bleichmittel sowie Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel.**

2. **Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.**

3. **Die Klägerin trägt ihre eigenen Kosten sowie die Kosten des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) und der Streithelferin.**

Vilaras Martins Ribeiro Jürimäe

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 21. Februar 2006.

Der Kanzler

E. Coulon

Der Präsident

M. Vilaras