

BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 25/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die angegriffene Marke 2 013 307 (G 40 692/5 Wz)

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. Februar 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richter Knoll und Brandt

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patentamts vom 12. August 1998 insoweit aufgehoben, als die Löschung der angegriffenen Marke aufgrund der Widersprüche aus den Marken 339 528 und 207 837 angeordnet worden ist (Ziffer 1a) und 2.) des Beschlußtenors).

Die Widersprüche aus den Marken 339 528 und 207 837 werden zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

GRANODERM

ist unter der Nummer 2 013 307 vorläufig gemäß § 6a WZG in das Markenregister eingetragen worden. Gemäß dem im Laufe des Beschwerdeverfahrens gestellten Teillöschantrag beansprucht die Inhaberin der angegriffenen Marke nur noch Schutz für "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien, ätherische Öle, Seifen, Zahnputzmittel; diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke, Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke". Die Bekanntmachung der Anmeldung ist am 30. Mai 1992 erfolgt.

Widerspruch erhoben haben die Inhaberin der älteren, seit dem 29. September 1925 unter anderem für "Arzneimittel, chemische Produkte für medizinische und hygienische Zwecke, pharmazeutische Drogen und Präparate, Pflaster, Verbandstoffe, Tier- und Pflanzenvertilgungsmittel, Desinfektionsmittel, Parfümerien, kosmetische Mittel, ätherische Öle, Seifen, Wasch- und Bleichmittel, Stärke und Stärkepräparate (soweit in Klassen 3 und 5 enthalten)" eingetragenen Marke 339 528

Kaloderma

und die Inhaberin der älteren, seit dem 29. Dezember 1915 für "pharmazeutische Präparate und Arzneimittel für Menschen und Tiere, Desinfektionsmittel, Öle und Salben für medizinische Zwecke" eingetragenen Marke 207 837

Granugen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat bereits im Verfahren vor der Markenstelle des Deutschen Patentamts die Benutzung der Widerspruchsmarken bestritten. Nach Vorlage von Benutzungsunterlagen durch die beiden Widersprechenden hat die Inhaberin der angegriffenen Marke ihre gegen die Widerspruchsmarke "Kaloderma" erhobene Nichtbenutzungseinrede in bezug auf die Waren "Parfümerien, kosmetischen Mitteln und Seifen" zurückgenommen. In bezug auf die Widerspruchsmarke "Granugen" hat sie eine Benutzung für die Ware "Wundpaste" unstreitig gestellt. Eine über die unstreitig gestellten Warenbereiche hinausgehende Benutzung haben die beiden Widersprechenden nicht geltend gemacht.

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patentamts hat die Verwechslungsgefahr zwischen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke 339 528 Kaloderma teilweise bejaht und die Löschung der angegriffenen Marke für einen Teil der ursprünglich beanspruchten Waren, nämlich für "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien, ätherische Öle, Seifen, Zahnputzmittel; pharmazeutische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, ausgenommen ..." angeordnet. Diese Waren lägen im Ähnlichkeitsbereich der zu berücksichtigenden Widerspruchswaren "kosmetische Mittel, Seifen, Parfümerien". Teilweise seien die Vergleichswaren sogar identisch. Aber auch insoweit als die Waren nur im durchschnittlichen Ähnlichkeitsbereich lägen, bestehe Verwechslungsgefahr in klanglicher Hinsicht. Die Marken wiesen zwar Differenzen in der Silbenzahl sowie in den Wortanfängen auf. Die Anfangskonsonanten und die gegenüberstehenden stimmhaften Zahnlaute "n" und "l" kämen sich klanglich sehr nahe. Der in der Widerspruchsmarke zusätzlich vorhandene Vokal "a" werde am ohnehin weniger beachteten Wortende in der unbetonten Schlußsilbe nicht immer deutlich genug zu hören sein, um Verwechslungen mit hinreichender Sicherheit auszuschließen. Es seien keine markanten Abweichungen gegeben. Die Verwechslungsgefahr werde auch nicht durch das häufige Vorkommen des übereinstimmenden Bestandteils "derm" ausgeräumt, da auch dieser Bestandteil zum ähnlichen Gesamteindruck beitrage. In bezug auf die Waren "diätetische Le-

bensmittel für medizinische Zwecke, Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke" der angegriffenen Marke bestehe keine Verwechslungsgefahr und sei der Widerspruch zurückzuweisen.

Auch in bezug auf die Widerspruchsmarke 207 837 Granugen hat die Markenstelle die Verwechslungsgefahr bejaht und die Löschung der angegriffenen Marke für sämtliche beanspruchten Waren angeordnet. Angesichts der durchgreifenden beschränkten Nichtbenutzungseinrede sei bei der Widerspruchsmarke die Ware "Wundpaste" zu berücksichtigen. Ausgehend davon könnten die Marken sich teilweise auf identischen und im übrigen auf ähnlichen Waren begegnen. Der erforderliche deutliche Markenabstand sei in klanglicher Hinsicht nicht eingehalten. Beide Markenwörter hätten die Lautfolge "Gran--e--" und die Silbenzahl gemeinsam. Die abweichenden und jeweils gegenüberstehenden Laute stünden einander im Klang jeweils so nahe, daß insgesamt ein übereinstimmender Klangeindruck entstehe. Auch die Sinnanklänge der Wortteile "derm" und "gen" seien nicht geeignet, die Ähnlichkeit der Marken auszuschließen.

Gegen die Löschanordnung der Markenstelle richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke, die sinngemäß beantragt,

den angefochtenen Beschluß insoweit aufzuheben und die Widersprüche zurückzuweisen.

In bezug auf die Widerspruchsmarke "Kaloderma" könne die Ähnlichkeit der Vergleichswaren keine Verwechslungsgefahr begründen, da die Marken nicht ähnlich seien. Wesentlich sei, daß die Wortanfangsbestandteile "GRANO" und "Kalo" ganz unterschiedlich seien. Abgesehen von der gleichen Vokalfolge bestünden keine Gemeinsamkeiten. Es ergebe sich ein völlig unterschiedliches Klangbild. Die teilweise Übereinstimmung der Wortbestandteile "derma" und "derm" habe keine maßgebliche Bedeutung, zumal diese Bestandteile am Wortende angeordnet und

zudem beschreibend und eher kennzeichnungsschwach seien. Auch in schriftbildlicher Hinsicht bestehe keine Verwechslungsgefahr.

Nach der Einschränkung des Warenverzeichnisses der jüngeren Marke läge zwischen der auf seiten der Widerspruchsmarke "Granugen" zu berücksichtigenden "Wundpaste" und den Waren der angegriffenen Marke überhaupt keine Warenähnlichkeit mehr vor. Selbst eine etwaige geringe Warenähnlichkeit sei vorliegend nicht schädlich, da die Marken einen ausreichenden Abstand einhielten. Sie wiesen in klanglicher Hinsicht keine Ähnlichkeit auf. Sie unterschieden sich in zwei von drei Silben, wobei der Unterschied zwischen den Wortbestandteilen "derm" und "gen" besonders auffällig sei. Diese Bestandteile wiesen zudem unterschiedliche, deutlich erkennbare begriffliche Anlehnungen auf, die vom Verbraucher leicht erkannt würden. Die Übereinstimmung der Marken in der ersten Silbe bzw in den ersten vier Buchstaben habe vorliegend keine relevante Auswirkung, da im kosmetischen und pharmazeutischen Bereich zahlreiche Marken mit den Buchstaben "Gran" beginnen würden, wobei gerade die Inhaberin der angegriffenen Marke zahlreiche derart gebildete Marken besitzen würde. Auch in schriftbildlicher Hinsicht bestehe keine Verwechslungsgefahr.

Die aus der Marke "Kaloderma" Widersprechende hat sich im Beschwerdeverfahren in der Sache nicht geäußert und auch keine Anträge gestellt.

Die aus der Marke "Granugen" Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

In der Sache hat auch diese Widersprechende sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Beschluß der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke ist zulässig, insbesondere statthaft sowie form- und fristgerecht eingelegt, § 66 Abs 1 Satz 1, Abs 2 MarkenG.

Die Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg. Die Widersprüche waren gemäß § 152 in Verbindung mit § 43 Abs 2 Satz 2 MarkenG zurückzuweisen. Nach Auffassung des Senats besteht keine Gefahr von Verwechslungen im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG, der nach §§ 158 Abs 2 Satz 2, 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG Anwendung findet. Dies gilt auch für die Widerspruchsmarke "Granugen", jedenfalls nach der gegenüber der Situation vor der Markenstelle veränderten Warenlage, die durch Einschränkung des Warenverzeichnisses der angegriffenen Marke im Beschwerdeverfahren nach Streichung der Waren "pharmazeutische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, ausgenommen ..." eingetreten ist.

Widerspruch aus der Marke "Kaloderma":

Nachdem die Inhaberin der angegriffenen Marke ihre zunächst unbeschränkt erhobene Nichtbenutzungseinrede in bezug auf "Parfümerien, kosmetische Mittel und Seifen" zurückgenommen und die Widersprechende eine weitergehende Benutzung nicht geltend gemacht hat, ist auf seiten der Widerspruchsmarke nur von den als benutzt zugestandenen Waren auszugehen, § 43 Abs 1 Satz 1 bis 3 MarkenG. Diesen Waren sind die insoweit noch streitgegenständlichen Waren "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien, ätherische Öle, Seifen, Zahnputzmittel" der angegriffenen Marke gegenüberzustellen. Danach können die Marken jedenfalls teilweise zur Kennzeichnung gleicher Waren verwendet werden. Es erübrigen sich Untersuchungen darüber, ob im Verhältnis der Waren "ätherische Öle und Zahnputzmittel" der angegriffenen Marke zu den Widerspruchswaren

Identität möglich ist oder wie sich ggfs der Warenabstand darstellt, da auch bei Warenidentität keine Verwechslungsgefahr besteht.

Bei seiner Entscheidung geht der Senat von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus. Der auf Haut hinweisende Bestandteil "derma" ist phantasievoll mit dem weiteren Bestandteil "Kalo" verknüpft, so daß jedenfalls keine Kennzeichnungsschwäche der Gesamtbezeichnung angenommen werden kann.

Die Ähnlichkeit der Marken ist nach Auffassung des Senats in keiner Richtung derart ausgeprägt, daß unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und der Warenlage die Gefahr von Verwechslungen im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zu bejahen wäre. Auch wenn angesichts möglicher Warenidentität und im Hinblick auf die angesprochenen breiten Verkehrskreise strenge Anforderungen an den Markenabstand gestellt werden, wird die angegriffene Marke diesen gerecht.

Zunächst fällt die Ähnlichkeit der Marken in den Endbestandteilen "derm" bzw "derma" bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr nicht besonders stark ins Gewicht. Diese Bestandteile weisen deutlich auf den Anwendungsbereich hin und haben somit warenbeschreibenden Charakter. Sie stehen für griechisch déрма (= Haut) und werden insbesondere bei Hautpflegemitteln, Hautcremes und auch Dermatika sehr häufig als Markenbestandteil verwendet. Im Bereich der Warenklasse 3 sind mit dem Endbestandteil "derm" bzw "derma" über 200 bzw über 50 Marken im Register eingetragen. Berücksichtigt man auch noch die Marken im Bereich der Warenklasse 5, die zur Kennzeichnung der im Verhältnis zu Hautpflegemitteln unter Umständen sehr ähnlichen Dermatika verwendet werden können, steigt die Anzahl der eingetragenen Marken noch erheblich. Diese hohe Anzahl von Markeneintragungen im Register zeigt, daß Bestandteile wie "derm" oder "derma" bei der Bildung von Marken auf dem einschlägigen Warengbiet außerordentlich beliebt sind. Dabei hat die Drittzeichenlage nach dem Registerstand

unabhängig von der tatsächlichen Benutzungslage schon für sich genommen Bedeutung, was in der höchstrichterlichen Rechtsprechung schon vor Jahrzehnten hervorgehoben (vgl dazu BGH GRUR 1967, 246, 250 reSp aE - Vitapur) und auch in jüngster Zeit bestätigt worden ist (vgl MarkenR 1999, 57 - Lions). Entgegen den noch weiterreichenden Schlußfolgerungen des Bundesgerichtshofes (vgl "Vitapur" und "Lions" aaO) mag dies nach Auffassung des Senats nicht unbedingt zu einer Kennzeichnungsschwäche der Gesamtbezeichnung führen (vgl auch Althammer/Ströbele MarkenG, 5. Aufl, § 9 Rdn 121 aE), hat aber jedenfalls die Auswirkung, daß aus Rechtsgründen der warenbeschreibende Bestandteil in seinem kennzeichnenden Gewicht reduziert ist (im Sinne einer partiellen Kennzeichnungsschwäche) und den weiteren Bestandteilen und dort anzutreffenden Unterschieden bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr ein vergleichsweise stärkeres Gewicht zukommt.

Im schriftbildlichen Vergleich heben sich die Vergleichswörter durch die deutlich abweichenden Anfangs- und Endbuchstaben in allen üblichen Wiedergabeformen auch im Gesamteindruck ausreichend voneinander ab.

In klanglicher Hinsicht stimmen die Markenwörter zwar bei ähnlicher Vokalfolge in der Lautfolge "derm" überein. Die vorhandenen Abweichungen prägen den maßgeblichen klanglichen Gesamteindruck der Bezeichnung aber hinreichend unterschiedlich. So heben sich die Wortanfangsbestandteile "Grano" gegenüber "Kalo" trotz gleicher Vokallaute relativ klar voneinander ab. Schon die Anfangslaute unterscheiden sich deutlich, und zwar nicht nur wegen ihrer unterschiedlichen Härte, sondern insbesondere aufgrund des allein in der angegriffenen Marke an zweiter Buchstabenstelle vorhandenen zusätzlichen "r"-Lauts, der mit dem Anfangslaut "G" verschmilzt. Die konsonantischen Anlaute "l" und "n" der Zweitsilben mögen nicht besonders klangstark sein, sie weisen aber auch keine relevanten Annäherungen auf und tragen zumindest in gewissem Umfang zu einem abweichenden Klangbild bei. Von Bedeutung ist dabei auch, daß der Verkehr schon unabhängig von der Kennzeichnungsschwäche nachfolgender Bestandteile Wortan-

fänge erfahrungsgemäß stärker zu beachten pflegt (vgl hierzu Althammer/Ströbele MarkenG, 5. Aufl, § 9 Rdn 83 mit weitergehenden Rechtsprechungsnachweisen) und deshalb hier sogar weniger starke Abweichungen eher wahrnimmt als etwa im Wortinnern. Schließlich wird der allein in der Widerspruchsmarke vorhandene Schlußvokal "a" bei normal deutlicher Aussprache nicht zu überhören sein. Die Markenwörter heben sich dann bei unterschiedlicher Vokalfolge in der Silbenzahl und vor allem im Sprechrhythmus relativ deutlich voneinander ab. Während die jüngere Marke aus drei Sprechsilben besteht (Gra-no-derm), wird die Widerspruchsmarke viersilbig (Ka-lo-der-ma) ausgesprochen. Auch wenn der Schlußvokal "a" innerhalb der Widerspruchsmarke bei undeutlicherer Aussprache oder ungünstigeren Übermittlungsbedingungen in Ausnahmefällen etwas in den Hintergrund treten kann, wird gleichwohl auch dann der Unterschied im Sprechrhythmus im Regelfall nicht zu überhören sein.

Widerspruch aus der Marke "Granugen":

Nachdem die Inhaberin der angegriffenen Marke ihre zunächst unbeschränkt erhobene Nichtbenutzungseinrede in bezug auf "Wundpaste" zurückgenommen und die Widersprechende eine weitergehende Benutzung nicht geltend gemacht hat, ist auf seiten der Widerspruchsmarke von dieser Ware auszugehen, § 43 Abs 1 Satz 1 bis 3 MarkenG. Um eine unangemessene Einschränkung der wirtschaftlichen Bewegungsfreiheit der Inhaber von Widerspruchsmarken zu vermeiden, ist diesen im Rahmen der Integrationsfrage allerdings über eine unstreitig benutzte (oder als benutzt glaubhaft gemachte) Spezialware hinaus regelmäßig ein größerer Warenbereich zuzugestehen. In Anlehnung an die Hauptgruppeneinteilung der Roten Liste berücksichtigt der Senat bei der Entscheidung gewöhnlich die Waren einer Hauptgruppe ganz allgemein, insbesondere ohne Beschränkung auf rezeptpflichtige Präparate oder bestimmte Darreichungsformen (so ständige Rechtsprechung, die schlagwortartig mit dem Stichwort erweiterte Minimallösung beschrieben werden kann; vgl Althammer/Ströbele MarkenG, 5. Aufl, § 26 Rdn 74-76; vgl ferner BPatG Mitt 1979, 223 - Mastu; GRUR 1995, 488 - APISOL/Aspisol;

vgl allgemein zur Integrationsfrage auch BGH GRUR 1990, 39 ff "Taurus" in einem Lösungsverfahren; vgl ferner BGH GRUR 1999, 164, 165 letzter Absatz, 166 - JOHN LOBB). Ausgehend von "Wundpaste", die zu den Wundbehandlungsmitteln (Hauptgruppe 85 der Roten Liste 1999) gehört, ist bei der Entscheidung demzufolge gemäß § 43 Abs 1 Satz 3 MarkenG diese Warengruppe zu berücksichtigen.

Den "Wundbehandlungsmitteln" der Widerspruchsmarke sind die nach Einschränkung des Warenverzeichnisses der jüngeren Marke noch verbliebenen Waren "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien, ätherische Öle, Seifen, Zahnputzmittel; diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke, Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke" gegenüberzustellen. Unabhängig davon, ob nicht teilweise schon die Warenähnlichkeit zu verneinen ist, besteht jedenfalls ein deutlicher Warenabstand. Die Waren der angegriffenen Marke unterscheiden sich in wichtigen Ähnlichkeitskriterien, wie der stofflichen Zusammensetzung der Waren und dem Verwendungszweck. Diesem zuletzt genannten Gesichtspunkt kommt bei der Beurteilung des Warenabstandes nach der maßgeblichen Verkehrsanschauung regelmäßig ein erhebliches Gewicht zu. Teilweise mögen Überschneidungen bei Vertriebswegen, Verkaufsstätten und Herstellerbetrieben gegeben sein, was zwar Grund für die Bejahung der Warenähnlichkeit ist, für sich genommen aber eine Warennähe oder große Warenähnlichkeit nicht begründen kann.

Bei seiner Entscheidung geht der Senat von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus. In den Markenbestandteilen "Granu" und "gen" klingen zwar die warenbeschreibenden Begriffe "Granulationsgewebe" (= gefäßreiches Bindegewebe, das sich bei der Heilung von Wunden und Geschwüren bildet und nach einiger Zeit in Narbengewebe übergeht) und "erzeugend, bildend" an, so daß die Gesamtbezeichnung bei entsprechenden Fachkenntnissen und ausreichendem Assoziationsvermögen einen Hinweis auf ein Wundheilungsmittel geben kann, das die bei der Wundheilung erforderliche Bildung des Granulationsgewebes fördert. Gleich-

wohl sind die Markenbestandteile hinreichend phantasievoll verfremdet und zusammengefügt, so daß jedenfalls keine Kennzeichnungsschwäche der Gesamtbezeichnung angenommen werden kann, zumal im pharmazeutischen Bereich Markenbildungen üblich sind, welche die Art, Zusammensetzung, Wirkung, Indikation und dergleichen des zu kennzeichnenden Präparats jedenfalls für den Fachmann erkennen lassen.

Die Ähnlichkeit der Marken ist nach Auffassung des Senats in keiner Richtung derart ausgeprägt, daß unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und der Warenlage die Gefahr von Verwechslungen im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zu bejahen wäre. Trotz der angesprochenen breiten Verkehrskreise sind im Hinblick auf den deutlichen Warenabstand nur mittlere Anforderungen an den Markenabstand zu stellen, denen die angegriffene Marke noch gerecht wird.

Im schriftbildlichen Vergleich heben sich die Vergleichswörter aufgrund der deutlich abweichenden Buchstaben in der zweiten Worthälfte "Granoderm" und "Granugen" bzw. "GRANODERM" und "GRANUGEN" in allen üblichen Wiedergabeformen auch im Gesamteindruck ausreichend deutlich voneinander ab.

Klanglich sind die Annäherungen zwischen den Marken zwar etwas stärker ausgeprägt als schriftbildlich. So weisen sie bei gleicher Silbenzahl ähnliche Anfangsbestandteile "Granu" gegenüber "Grano" auf. Auch wenn Anfangsbestandteile häufig stärker beachtet werden als nachfolgende Wortteile, prägen vorliegend die in den Endbestandteilen vorhandenen deutlichen Abweichungen den maßgeblichen klanglichen Gesamteindruck der Bezeichnung noch hinreichend unterschiedlich, zumal die Endbestandteile betont sind und klanglich nicht in den Hintergrund treten. Die Schlußsilben "derm" und "gen" heben sich ziemlich klar voneinander ab. Wegen der unterschiedlichen Einbindung in die Konsonantenstruktur hat der Vokallaut "e" in beiden Markenwörtern eine klar abweichende Färbung, was zusammen mit den unterschiedlichen Vokalen "o" gegenüber "u" ins-

gesamt zu einer hinreichend abweichenden Vokalfolge führt. Hinzu kommen die Unterschiede in den konsonantischen Lauten der Schlußsilben, die für sich genommen zwar nicht markant sein mögen, gleichwohl aber im Zusammenhang mit den unterschiedlich klingenden Vokalen zum klar differierenden Klangcharakter der betonten Endbestandteile beitragen.

Außerdem ist zu berücksichtigen, daß die Übereinstimmung der Marken in dem Anfangsbestandteil "Gran" bzw die Ähnlichkeit in den Bestandteilen "Grano" gegenüber "Granu" bei der Beurteilung des jeweiligen Gesamteindrucks und der Markenähnlichkeit nicht so stark ins Gewicht fällt, wie dies bei einem originellen Bestandteil der Fall wäre. Diese Bestandteile sind nämlich in zahlreichen Marken der Klasse 3 und 5 enthalten (mehr als 200 "Gran"-Marken und mehr als 50 "Grano"- bzw "Granu"-Marken) und können ua einen Hinweis auf "Granulat" darstellen. Dabei hat die Drittzeichenlage nach dem Registerstand unabhängig von der tatsächlichen Benutzungslage schon für sich genommen Bedeutung, wie bereits oben zum Widerspruch aus der Marke "Kaloderma" ausgeführt ist. Auch wenn nicht im Sinne einer strengen Abstandslehre argumentiert werden soll (vgl hierzu Althammer/Ströbele MarkenG, 5. Aufl, § 9 Rdn 120), zeigt die Durchsicht der eingetragenen Drittmarken auch, daß einige davon der Widerspruchsmarke wohl noch näher kommen als die hier angegriffene Marke. Erwähnt seien die Marken 1 070 269 "GRANOCHHEL", 2 102 235 "GRANOMET" und 913 142 "GRANO-DENT", die allesamt der Inhaberin der angegriffenen Marke gehören.

Schließlich wirken sich auch die unterschiedlichen Bedeutungsanklänge in den Schlußsilben zumindest in geringem Umfang verwechslungsmindernd aus. Die Bedeutung der Schlußsilbe "gen" der Widerspruchsmarke wird sich zwar wegen der Einbindung des Bestandteils in die Gesamtbezeichnung und seines Endungscharakters nur Fachleuten erschließen. Dagegen tritt der warenbeschreibende Gehalt des Bestandteils "derm" in der angegriffenen Marke deutlicher hervor. Im Hinblick auf bekannte Fremdwörter wie "Dermatikum", "Dermatologe" oder "Dermatologie" und Werbeaussagen wie "dermatologisch getestet", aber auch wegen

seiner außerordentlich häufigen Verwendung in Markenbezeichnungen wird er in seiner Bedeutung in erheblichem Umfang erkannt werden, was zwar nicht zum Ausschluß (iSv BGH GRUR 1992, 130 ff "BALL/Bally"), aber doch zu einer Reduzierung der Verwechslungsgefahr führen kann. Erkennbare begriffliche Anklänge erleichtern nämlich die Merkbarkeit, das Wiedererkennen und damit auch die Unterscheidung von Markenbezeichnungen.

Die Widersprüche konnten deshalb keinen Erfolg haben. Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke hin war deshalb der Beschluß der Markenstelle des Deutschen Patentamts aufzuheben, soweit er die Löschung der angegriffenen Marke anordnet.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlaß,
§ 71 Abs 1 MarkenG.

Kliems

Brandt

Knoll

Pü