

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 494/99

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 398 00 366**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. März 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler und die Richter Dr. Fuchs-Wisseemann und Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

### **Gründe**

#### **I.**

Gegen die für

Coaching, soweit in Klasse 41 enthalten; Veranstaltung von Seminaren; Unternehmensberatung; Personalmanagementberatung; gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung)

am 7. Januar 1998 angemeldete und am 22. April 1998 eingetragene Wortmarke

CTC

ist Widerspruch erhoben aus der seit 19. August 1936 für

Arzneimittel, chemische Produkte für medizinische und hygienische Zwecke, pharmazeutische Drogen und Präparate, Pflaster, Verbandstoffe, Tier- und Pflanzenvertilgungsmittel, Desinfektionsmittel

eingetragene Wortmarke 487 558

Cetebe.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, daß zwischen den Dienstleistungen der jüngeren Marke und den Waren der Widerspruchsmarke insofern eine gewisse Ähnlichkeit bestehe, als die genannten Dienstleistungen von pharmazeutischen Unternehmen erbracht würden. Es sei von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen, da die behauptete gesteigerte Kennzeichnungskraft nicht nachgewiesen worden sei. Aufgrund der im fraglichen Bereich vorauszusetzenden Sachkenntnis reiche bei dieser Sachlage schon ein geringer Abstand der Marken aus, um die Gefahr von Verwechslungen auszuschließen. Die hier vorhandenen schriftbildlichen und klanglichen Unterschiede reichten dafür aus.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie macht unter Vorlage von Unterlagen eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke geltend und weist daraufhin, daß die mit der Widerspruchsmarke gekennzeichneten Waren in jedem Drogeriemarkt zu erhalten seien. Bei dieser Sachlage reiche der klangliche Abstand der Marken nicht aus, um Verwechslungen zu vermeiden, da die Konsonanten am Schluß der Marken nicht als klangstark anzusehen seien.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er ist der Auffassung, daß der Widerspruchsmarke schon deshalb keine gesteigerte Kennzeichnungskraft zukomme, da eine erforderliche aufgrund intensiver Benutzung erlangte Verkehrsgeltung nicht bewiesen sei. Hierfür seien die in der Beschwerdebegründung beigefügten Unterlagen nicht beweiskräftig. In den eingereichten Unterlagen komme zum Ausdruck, daß es sich bei den mit der Widerspruchsmarke gekennzeichneten Arzneimitteln um apothekenpflichtige handele, denen der Verbraucher mit erhöhter Aufmerksamkeit begegne. An den Abstand der Marken dürften keine erhöhten Anforderungen gestellt werden, weil im pharmazeutischen Bereich bei Marken sehr enge Schutzbereiche die Regel seien. Es dürfe auch nicht unberücksichtigt bleiben, daß sich die Käufer von Vitaminpräparaten nach visueller Prüfung für ein Produkt entschieden, so daß die sich gegenüber stehenden Zeichen schon wegen des völlig unterschiedlichen schriftbildlichen Eindrucks nicht ähnelten.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Nach §§ 9 Abs 1 Nr 2, 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, ins-

besondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (vgl BGH MarkenR 2000, 359, 360 - Bayer/BeiChem).

Die sich gegenüber stehenden Waren/Dienstleistungen erreichen zum Teil eine durchschnittliche Ähnlichkeit. Dies gilt für das Verhältnis von "Veranstaltungen von Seminaren" des angegriffenen Zeichens und "Arzneimittel" der Widerspruchsmarke. Maßgeblich für die Feststellung der Ähnlichkeit ist in diesem Zusammenhang, ob bei den beteiligten Verkehrskreisen der Eindruck aufkommen kann, Ware und Dienstleistung unterlägen der Kontrolle des selben Unternehmens, sei es, daß das Dienstleistungsunternehmen sich selbständig auch mit der Herstellung bzw dem Vertrieb der Ware befaßt, sei es, daß der Warenhersteller oder -vertreiber sich auch auf dem entsprechenden Dienstleistungsbereich selbständig gewerblich betätigt (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 9 Rdn 67). Dies ist hier der Fall, da Arzneimittelhersteller regelmäßig Seminare durchführen, wo sie unter anderem ihre Produkte vorstellen.

Bei der Kollisionsprüfung ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen. Infolge des Bestreitens einer erhöhten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durch den Markeninhaber kann nur dann von einer erhöhten Kennzeichnungskraft ausgegangen werden, wenn alle für die Tatsache der behaupteten Benutzung und der durch sie bewirkten Verkehrsbekanntheit maßgeblichen Umstände amtsbekannt sind (vgl Althammer/Ströbele, aaO, § 9 Rdn 138). Dies ist nicht der Fall, zumal auch nicht vorgetragen ist, welcher Marktanteil von der Widerspruchsmarke gehalten wird und welche Bekanntheit in den beteiligten Verkehrskreisen erreicht wurde.

Die Dienstleistungen des Markeninhabers richten sich ausschließlich an Fachkreise, die erfahrungsgemäß Kennzeichnungen zumindest eine gewisse Aufmerksamkeit entgegenbringen. Ob die von der Widersprechenden mit der Widerspruchsmarke gekennzeichneten Arzneimittel auch von allgemeinen Verkehrskreisen erworben werden, ist ohne Belang, weil es bei der Beurteilung der Gefahr von Verwechslungen ausschließlich auf den Personenkreis ankommt, der als Verbraucher für die Waren der Widerspruchsmarke und gleichzeitig der Dienstleistungen des angegriffenen Zeichens in Frage kommt.

Bei dieser Sachlage genügen jedenfalls durchschnittliche Anforderungen an den Markenabstand, die von der angegriffenen Marke eingehalten werden.

Schriftbildliche Verwechslungen scheiden schon wegen der völlig unterschiedlichen Wortlänge aus. Aber auch klangliche Verwechslungen sind nicht zu befürchten, da die unterschiedlichen Endkonsonanten – weiches b (be) und scharfes C (tse) - nicht unbemerkt bleiben werden.

Eine Kostenauflegung ist nicht veranlaßt.

Winkler

Dr. Fuchs-Wisseemann

Sekretaruk

Mü/Fa