



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 7/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 399 60 674

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie des Richters Engels und der Richterin Bayer in der Sitzung vom 16. Oktober 2003

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

EuRho

ist am 30. September 1999 für eine Vielzahl von Waren der Klassen 3 und 5 ua "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Präparate für die Gesundheitspflege, diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke..." zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden. Die Veröffentlichung der Eintragung erfolgte am 16. Dezember 1999.

Widerspruch erhoben hat der Inhaberin der am 2. Oktober 1986 für "Pharmazeutische Erzeugnisse" eingetragenen Marke 1 097 231

EURIM,

deren Benutzung bestritten ist.

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss vom 9. September 2002 den Widerspruch mangels Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke zurückgewiesen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Widersprechenden mit dem (sinngemäßen) Antrag,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Zu Unrecht sei die Markenstelle davon ausgegangen, dass die Widerspruchsmarke nicht rechtserhaltend benutzt worden sei. Die angegriffene Marke sei vielmehr wegen bestehender Verwechslungsgefahr zu löschen. Zwischen den sich gegenüberstehenden Waren bestehe teilweise Identität, teilweise Ähnlichkeit, so dass an die angegriffene Marke strenge Anforderungen an den gebotenen Markenabstand zu stellen seien. Diese würden aufgrund der hochgradigen Ähnlichkeit der Markennörter nicht eingehalten. Die angegriffene Marke weise einen identischen Wortanfang, eine übereinstimmende Silbenanzahl sowie einen deutlich angenäherten Klangrhythmus auf.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat sich im Beschwerdeverfahren nicht zur Sache geäußert und beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss sowie die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde des Widersprechenden ist zulässig, sie hat in der Sache jedoch keinen Erfolg. Nach Auffassung des Senats kann die Frage der rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke dahingestellt bleiben, da auch unter Berücksichtigung der Registerlage keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG besteht und der Widerspruch von der Markenstelle zu recht zurückgewiesen worden ist.

Als angesprochene Verkehrskreise sind mangels Festschreibung einer Rezeptpflicht in den Warenverzeichnissen auch in bezug auf die für die Widerspruchsmarke geschützten "pharmazeutischen Erzeugnisse" Laien uneingeschränkt zu berücksichtigen (vgl auch BGH MarkenR 2002, 49, 51 – ASTRA/ESTRA-PUREN). Auch bei Laien ist allerdings grundsätzlich nicht auf einen sich nur flüchtig mit der Ware befassenden, sondern auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher abzustellen, dessen Aufmerksamkeit je nach Art der Ware oder Dienstleistung unterschiedlich hoch sein kann (vgl BGH MarkenR 2000, 140, 144 ATTACHÉ / TISSERAND; BGH MarkenR 2001, 465, 469 – Bit/Bud; zum geänderten Verbraucherleitbild BGH MarkenR 2002, 124, 127 – Warsteiner III; vgl ferner EuGH MarkenR 1999, 236, 239 unter 24. - Lloyd / Loints; EuGH MarkenR 2002 , 231, 236 – Philips/Remington) und der insbesondere allem, was mit der Gesundheit zusammenhängt, eine gesteigerte Aufmerksamkeit beizumessen pflegt (vgl BGH GRUR 1995, 50, 53 – Indorektal / Indohexal).

Auch soweit danach unter Berücksichtigung einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und der jedenfalls teilweise engen Berührungspunkte der sich gegenüber stehenden Waren zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG strenge Anforderungen an den von der jüngeren Marke einzuhaltenden Markenabstand zu stellen sind, ist die Ähnlichkeit der Marken nach Auffassung des Senats dennoch in keiner Richtung derart ausgeprägt, dass die Gefahr von Verwechslungen zu bejahen wäre.

Nach Auffassung des Senats erweist sich der Gesamteindruck der wie "eu-ro" und "eu-rim" gesprochenen und relativ kurzen Markenwörter in klanglicher Hinsicht wegen der deutlichen Abweichungen der jeweiligen zweiten Worthälfte der im Klangbild leicht erfassbaren zweisilbigen Wörter als hinreichend verschieden. So sorgen insbesondere die abweichenden, betont artikulierten und im Klangbild deutlich nachwirkenden Vokale "o" und "i" für eine hinreichende Differenzierung auch des jeweiligen Gesamteindrucks der Wörter und gewährleisten ihr sicheres Auseinanderhalten auch noch dann, wenn man ungünstigere Übermittlungsbedingungen oder eine wenig artikuliertere Aussprache in die Beurteilung einbezieht und berücksichtigt, dass die Verkehrsauffassung eher von einem undeutlichen Erinnerungsbild bestimmt wird (vgl auch PAVIS PROMA, Kliems, 25 W (pat) 227/95, EURO RHO PHARMA # EURIM-PHARM).

Ebenso halten die Wörter im schriftbildlichen Markenvergleich wegen der abweichenden Buchstabenkontur und der unterschiedlichen Umrisscharakteristik einen ausreichenden Abstand ein. Dies gilt nicht nur für die konkret gewählte Schreibweise der Anmeldung der angegriffenen Marke, sondern für jede verkehrsübliche Wiedergabeform, wobei die angegriffene Marke insbesondere in Normalschrift oder bei handschriftlicher Wiedergabe durch die zusätzlich enthaltene Oberlänge eine weitere Unterscheidungshilfe bietet. Ein hinreichend sicheres Auseinanderhalten der Wörter ist deshalb auch in ihrem bildlichen Gesamteindruck gewährleistet, zumal das Schriftbild erfahrungsgemäß sehr viel besser eine ruhige oder auch wiederholte Wahrnehmung der Bezeichnung gestattet als das schnell verklingende gesprochene Wort.

Anhaltspunkte dafür, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht und so verwechselt werden (§ 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG) bestehen unter diesen Umständen gleichfalls nicht.

Nach alledem war die Beschwerde der Widersprechenden zurückzuweisen.

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

Kliems

Bayer

Engels

Pü