



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 185/01

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die angegriffene Marke 300 24 909**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Juli 2003 unter der Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, dem Richter Voit und der Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

**G r ü n d e**

**I**

Die farbige Wort-/Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

ist am 12. September 2000 für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen, ua für

“Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe ua Präparate und Zubereitung von Getränken“

in das Markenregister eingetragen worden.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der älteren, am 24. Februar 1999 eingetragenen Gemeinschaftsmarke 106 088

siehe Abb. 2 am Ende

geschützt für

“Bier, Ale und Porter; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Sirupe ua Präparate für die Zubereitung von Getränken“.

Der Widerspruch ist auf alle Waren der Klasse 32 gestützt.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes, besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes, hat den Widerspruch mit Beschluss vom 18. Juni 2001 zurückgewiesen. Zur Begründung wird angeführt, auch wenn davon auszugehen sei, dass nicht unerhebliche Teile des Verkehrs beide der sich gegenüberstehenden Zeichen wie das englische Wort “Team“ aussprechen

werden, könne diese Ähnlichkeit eine markenrechtliche Verwechslungsgefahr nicht begründen. Bei dem Wort "Team" handele es sich um einen Begriff ohne jegliche betriebskennzeichnende Unterscheidungskraft, so dass die sich gegenüberstehenden Zeichen ausschliesslich in ihrer konkreten, in das Register eingetragenen Gestaltung, schutzfähig seien. Hinsichtlich dieser konkreten Gestaltung bestehe zwischen den beiden Bezeichnungen aufgrund der unterschiedlichen Schreibweise der Wörter keine Ähnlichkeit.

Die Widersprechende hat Beschwerde eingelegt. Sie ist der Ansicht, eine klangliche Verwechslungsgefahr zwischen den beiderseitigen Wortbestandteilen der sich gegenüberstehenden Marken sei nicht von der Hand zu weisen. Gerade auf dem vorliegenden Warenssektor sei die mündliche Wiedergabe der Marken die übliche Form der Übermittlung, so dass sich bereits hieraus die Verwechslungsgefahr ergebe.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 18. Juni 2001 aufzuheben und die angegriffene Marke hinsichtlich der Waren "Biere; Mineralwässer und kohlesäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirup und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken"

zu löschen.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält eine Verwechslungsgefahr für nicht gegeben. Die beiden Marken unterschieden sich nicht nur bildlich, sondern auch begrifflich und klanglich. Letzteres insbesondere deshalb, weil die deutsche Aussprache naheleie. In der mündlichen Verhandlung vom 25. Juni 2003 hat sie das Warenverzeichnis dahingehend eingeschränkt, dass nach "alkoholfreie Getränke" eingefügt wird:

“ausgenommen colahaltige Getränke“.

## II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat in der Sache keinen Erfolg. Es besteht nach Auffassung des Senats keine Verwechslungsgefahr zwischen den beiden Marken.

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr erfolgt durch Gewichtung von in Wechselbeziehung zueinander stehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (stRspr, vgl zB EUGH MarkenG 1999, 22 - Canon; BGH MarkenR 1999, 297 – HONKA; BGH MarkenG 2000, 359 - BAYER/BeiChem).

Bei seiner Entscheidung unterstellt der Senat eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft und einen damit im wesentlichen normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke, da weder Tatsachen für eine starke Benutzung der Widerspruchsmarke erkennbar sind, noch Anhaltspunkte für eine Kennzeichnungsschwäche. Die sich gegenüberstehenden Waren sind identisch. Die in der jüngeren Marke zusätzlich aufgeführten Fruchtgetränke und Fruchtsäfte werden bei der älteren Marke vollständig von den beanspruchten “alkoholfreien Getränken“ umfasst. Infolge dieser Warenidentität bedarf es eines erheblichen Abstandes der Marken, um der Verwechslungsgefahr zu begegnen. Dem wird die jüngere Marke gerecht.

In bildlicher Hinsicht unterscheiden sich die beiden Marken deutlich. Begrifflich ist die Verschiedenheit ebenfalls evident, da zwar die angegriffene Marke einen leicht verständlichen Begriffsinhalt aufweist, nicht jedoch die Widerspruchsmarke.

Problematisch ist daher allein die Beurteilung der Verwechslungsgefahr in klanglicher Hinsicht, zumal es sich um Waren handelt, die regelmäßig nicht auf schriftliche Anforderung hin, sondern überwiegend auf mündlichem Wege erworben werden. Insoweit steht daher bei beiden Marken der Wortbestandteil im Vordergrund.

Der Wortbestandteil der Widerspruchsmarke nämlich "Teem" ist im Deutschen unbekannt und daher nicht beschreibend. Zwar bedeutet das Wort "teem" in der englischen Sprache "wimmeln" diese Bedeutung dürfte jedoch zulande nahezu unbekannt sein. Gleichzeitig ist jedoch zu berücksichtigen, dass auf dem hier betroffenen Warengbiet der alkoholfreien Erfrischungsgetränke die Verwendung englischer Bezeichnungen eher die Ausnahme bildet. Zwar findet die englische Sprache insbesondere bei den verschiedenen Colamarken (zB "Cola light, Diet Coke") und auf dem Gebiet der Eistees (zB "Lipton-Ice, Nestea") Verwendung. Auf dem Gebiet der Mineralwässer und Limonaden herrscht jedoch von einigen Ausnahmen abgesehen, wie zB "7up, Sprite" und abgesehen von sogenannten Energy-Drinks wie "Red Bull" die deutsche Sprache zur Bezeichnung vor. Dabei ist zu berücksichtigen, dass insbesondere Mineral- oder Tafelwasser im Jahr 2000 45,1% des Gesamtumsatzes an alkoholfreien Getränken erzielten („Alkoholfreie Getränke - Die Märkte 2000/2001“, [www.iri-gfk.de](http://www.iri-gfk.de)) und gerade hier, mit Ausnahme der Marke "Bonaqua Sportswater ohne Kohlensäure, dafür mit leichtem Zitronenaroma" (vgl. [www.gastro-pachtboerse.de/themen/getraenke/afg.htm](http://www.gastro-pachtboerse.de/themen/getraenke/afg.htm)) deutsche Markenwörter, insbesondere mit regionalem Bezug, vorherrschen, wie der Senat aufgrund umfangreicher tatsächlicher Feststellungen gegenüber den Parteien belegen konnte. Nachdem vorliegend von beiden Marken auch breiteste Verkehrskreise angesprochen werden, kann nicht automatisch von einer englisch geprägten Aussprache der Widerspruchsmarke ausgegangen werden, zumal auch im

Deutschen zahlreiche Wörter - z.B. Beet, Speer, leer, Meer, See, Reet - mit der doppelten Verwendung des Vokals "e", wie bereits in der mündlichen Verhandlung angesprochen, nicht unüblich sind.

Wenn aber nicht davon ausgegangen werden kann, dass die Widerspruchsmarke – entsprechend der angegriffenen Marke – als "Tihm" ausgesprochen wird, ist die einzig als kollisionsbegründend in Betracht zu ziehende englische Benennung und damit eine klangliche Verwechslungsgefahr ausgeschlossen.

Grabrucker

Richter Voit hat Urlaub  
und kann nicht unter-  
zeichnen

Fink

Grabrucker

Na/Cl

Abb. 1

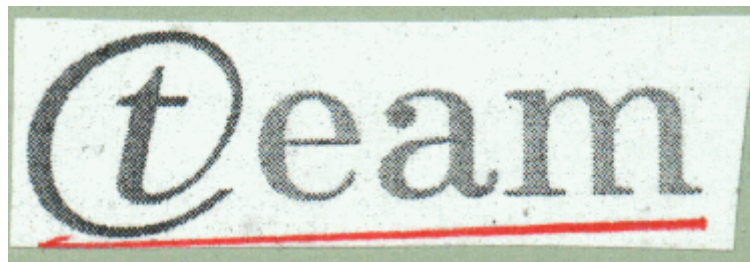


Abb. 2

