



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 176/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 21 990

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Richters Viereck als Vorsitzenden sowie der Richter Kruppa und Dr. Albrecht am 6. Juli 2005

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die am 4. April 2001 angemeldete und seit 23. Juli 2001 u.a. für

"Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, ätherische Öle"

eingetragene Wortmarke 301 21 990

Maya Aloe

hat die Widersprechende am 20. November 2001 u.a. aus ihrer prioritätsälteren IR-Marke R 280 023

MAJA

Widerspruch eingelegt, die für

"produits de parfumerie"

Schutz genießt.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die angegriffene Marke mit Beschluss vom 4. Juni 2004 wegen des Widerspruchs aus der IR-Marke R 280 023 für "Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, ätherische Öle" gelöscht und den Widerspruch im Übrigen zurückgewiesen.

Dazu ist ausgeführt, hinsichtlich der gelöschten Waren bestehe Warenidentität.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei durchschnittlich, sie habe keinen ersichtlich beschreibenden Bezug zu Parfümeriewaren.

Der zweite Bestandteil der angegriffenen Marke beschreibe Inhaltsstoffe und Beschaffenheit. Unerheblich sei dabei die Höhe des Anteils von Aloe als Zusatz der entsprechenden Waren. Der Durchschnittsverbraucher kenne Aloe als eine Pflanze und sehe darin keinen Hinweis auf einen Geschäftsbetrieb, so dass sich zur Beurteilung der Verwechslungsgefahr die klanglich identischen Bestandteile "Maya" und "MAJA" gegenüberstünden.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat am 28. Juli 2004 Beschwerde eingelegt. Er ist der Auffassung, vom Gesamteindruck her unterschieden sich die Marken deutlich. Selbst beschreibende Bestandteile dürften nicht unberücksichtigt bleiben. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei durch zahlreiche Drittzeichen geschmälert.

Gegen eine klangliche Verwechslungsgefahr spreche auch, dass "MAJA" als [macha] gesprochen werde.

Der Inhaber der angegriffenen Marke beantragt,

den Beschluss der Markenstelle vom 4. Juni 2004 aufzuheben und den Widerspruch aus der IR-Marke R 280 023 in vollem Umfang zurückzuweisen;

Demgegenüber beantragt die Widersprechende,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, die Waren seien identisch bzw. hochgradig ähnlich. Auch die Marken seien sich ähnlich, da der beschreibende Begriff "Aloe" zu vernachlässigen sei. Das Eidgenössische Institut für geistiges Eigentum habe in einem parallelen Widerspruchsverfahren die Löschung der Schweizer Marke dementsprechend verfügt.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze der Beteiligten nebst Anlagen Bezug genommen, wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II

1) Die Beschwerde ist - ohne Erinnerung - gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG statthaft, da sie vor dem 31. Dezember 2004 erhoben wurde.

2) Die Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, es besteht auch nach Auffassung des Senats in dem strittigen Umfang Verwechslungsgefahr.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 107, § 116 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer international registrierten Marke älteren Zeitrangs und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren bzw. Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht. Für deren Beurteilung sind nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und des Europäischen Gerichtshofs alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den Faktoren Ähnlichkeit der Marken und der mit ihnen gekennzeichneten Waren, Kennzeichnungskraft der älteren Marke sowie Aufmerksamkeit des Publikums besteht. So kann ein höherer Grad an Ähnlichkeit der Waren oder eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke einen geringeren Grad an Ähnlichkeit der Marken ausgleichen und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2002, 626 - IMS; EuGH GRUR Int. 2000, 899, 901 (Nr. 40) - MARCA/ADIDAS).

a) Die Widerspruchsmarke ist durchschnittlich kennzeichnungskräftig. Eine Minderung der Kennzeichnungskraft durch Drittmarken ist nicht ersichtlich.

Selbst aus einer Vielzahl von eingetragenen Marken, die den Bestandteil "MAJA" in dieser Schreibweise enthielten, könnte nicht auf eine Schwächung der Unterscheidungskraft der Widerspruchsmarke von Hause aus geschlossen werden (vgl. BGH GRUR 1999, 586 - WHITE LION/LIONS). Es ist nicht ersichtlich, weshalb "MAJA" sich für Parfümeriewaren u.ä. einer besonderen Wertschätzung erfreuen könnte und inwieweit tatsächlich derartige Marken für Parfümeriewaren benutzt sind.

b) Ausgehend von der Registerlage stehen den strittigen Waren der angegriffenen Marke "Parfümeriewaren" mit "produits de parfumerie" der Widerspruchsmarke identische Waren gegenüber.

Mittel zur Körper- und Schönheitspflege sowie ätherische Öle haben zu Parfümeriewaren sehr enge Berührungspunkte. Die Waren werden an gleichen Orten angeboten. Häufig erzeugen dieselben Unternehmen all diese Produkte;

Parfümhersteller benötigen zur Herstellung ihrer Produkte ätherische Öle. Ätherische Öle und Parfüm können sich sogar ersetzen.

c) Unter Berücksichtigung der dargelegten Umstände sind strenge Anforderungen an den erforderlichen Markenabstand zu stellen. Damit reicht das Hinzufügen des Bestandteils "Aloe" in der angegriffenen Marke nicht aus, die Gefahr von Verwechslungen im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG hinreichend sicher auszuschließen. "Aloe" ist für die strittigen Waren nämlich beschreibend, da es einen Inhaltsstoff angibt. Dass Aloe in "Parfümeriewaren, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, ätherische Öle" enthalten sein kann, ist dem Senat bekannt und belegt. Als beschreibende Angabe beeinflusst "Aloe" den Gesamteindruck der angegriffenen Marke nicht wesentlich. Dass in spanischer Sprache MAJA wie [macha] gesprochen wird, ist deutschen Durchschnittsverbrauchern weitgehend nicht bekannt; im Deutschen stimmt die Aussprache dieses Worts mit der des in der jüngeren Marke prägenden Bestandteils Maya vollständig überein.

3) Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeit besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Viereck

Kruppa

Dr. Albrecht

Hu

farbigen deutschen Wort-Bild-Marke 1 074 523



Die Wort-Bild-Marke 1 074 523,angemeldete am 19. Juni 1984, ist eingetragenen für:

"Parfums, Parfumextrakte, Eau de Cologne; parfümierte Lotionen, Toilettewässer, Toiletteseifen; kosmetische Cremes und Puder"