



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 25/06

(Aktenzeichen)

Verkündet am
20. September 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 399 22 693.1

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. September 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der für die Waren und Dienstleistungen der Klassen 03; 06; 08; 09; 11; 14; 18; 20; 21; 24; 25; 27; 29; 30; 32; 38; 41; 42 und der

Klasse 16: Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)
in Form von Spielen;

Klasse 28: Spiele einschließlich elektrische und elektronische, soweit in Klasse 28 enthalten; Spielwaren, Spielzeug; Figuren zu Spielzwecken einschließlich Stoff- und Gummitiere sowie Maskottchen; Scherzartikel; Turn-, Fitness- und Sportgeräte

in den Farben braun, weiß, rot, schwarz, türkis und gelb eingetragenen Wort-/
Bildmarke 399 22 693



wurde Widerspruch erhoben aus der Wortmarke 395 49 330

Brownie

eingetragen für die Waren der

Klasse 28: Spielwaren, Spiele und Spielzeug; Kinderluftballons
und Modell- Luftfahrzeuge für Spielzwecke

wobei sich der Widerspruch nur gegen die Waren Lehr- und Unterrichtsmittel in
Form von Spielen und die Waren der Klasse 28 richtet.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den
Widerspruch mit Beschluss vom 17. Mai 2005 zurückgewiesen. Die dagegen ein-
gelegte Erinnerung der Widersprechenden wurde ebenfalls mit Beschluss vom
11. Januar 2006 zurückgewiesen. Die Markenstelle vertritt die Auffassung, dass
trotz identischer Waren und einem durchschnittlichen Schutzzumfang der Wider-
spruchsmarke ein ausreichender Abstand zwischen den Vergleichszeichen und
damit keine Verwechslungsgefahr bestehe. Die jüngere Marke bestehe aus zwei

Begriffen, von denen nicht lediglich „Bronny“ als einziger kollisionsbegründender Bestandteil heraus gegriffen werden könne. Bei der Weite des Oberbegriffs „Spielwaren, Spiele und Spielzeug“ sei „Bear“ zwar möglicherweise für Tierspielfiguren beschreibend, dies wirke sich allerdings nicht auf den gesamten Oberbegriff aus. Auch bei der fehlerhaften Annahme, dass sich lediglich „Bronny“ und „Brownny“ gegenüberstehen, sei eine Verwechslungsgefahr letztlich auszuschließen, da der Verkehr sofort den Sinngehalt der älteren Marke im Sinne von „Braun“ verstehe, wohingegen „Bronny“ nur ein Phantasiewort sei. Bereits der klangliche Gesamteindruck beider Zeichen unterscheide sich so grundlegend, dass eine akustische Verwechslung nicht in Betracht komme.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden vom 31. Januar 2006. Sie führt aus, dass im Erinnerungsbeschluss nicht berücksichtigt worden sei, dass es auf dem Spielwarenssektor einer Übung entspreche, die Bezeichnung des unter der Marke vertriebenen Spieltieres anzugeben. Das Publikum erkenne daher auch im vorliegenden Fall das Wort „Bear“ lediglich als Hinweis auf die unter dem Zeichen „Bronny“ zu verkaufende Spielfigur. Dieser Eindruck werde noch durch die bildliche Darstellung eines Bären verstärkt.

Ein erheblicher Teil der Verbraucher verfüge dabei nicht über ausreichende Englischkenntnisse, so dass die Aussprache von „Bronny“ und „Brownny“ fast identisch sei. Hörfehler in Spielwarengeschäften seien aufgrund der durch die Kinder verursachten Geräusentwicklung dabei an der Tagesordnung.

Die Widersprechende beantragt (sinngemäß),

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 38 vom 17. Mai 2005
und vom 11. Januar 2006 aufzuheben.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hat ihren Antrag im Beschwerdeverfahren nicht begründet.

II.

Die gem. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Zeichenähnlichkeit ist zu gering, um für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen begründen zu können (§ 9 Abs. 1 S. 2 MarkenG).

1. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Von maßgebender Bedeutung sind insoweit die Identität oder Ähnlichkeit der zum Vergleich stehenden Marken sowie der von den Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen. Darüber hinaus ist die Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke und - abhängig davon - der dieser im Einzelfall zukommende Schutzzumfang in Betracht zu ziehen. Dabei impliziert der Begriff der Verwechslungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren (st. Rspr.; EuGH GRUR 1998, 387 – Sabèl/Puma; GRUR Int. 1998, 875, 876 f. – Canon; BGH GRUR 2004, 598, 599 - Kleiner Feigling; GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder; GRUR 2006, 60 ff. - Rn. 12 - cocco-drillo; MarkenR 2006, 402 ff. - Rn. 16 - Malteserkreuz).


1.1. Bei der Beurteilung der Warenähnlichkeit sind alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren kennzeichnen. „Erheblich“ sind dabei die Art der Waren, ihr Verwendungszweck, ihre Nutzung und die Eigenart als miteinander konkurrierende oder sich ergänzende Waren (BGH GRUR 2006, 941 ff. - Rn. 13 - TOSCA BLU). Nach der Registerlage können sich

die Vergleichsmarken auf identischen bzw. ähnlichen Waren begegnen. Benutzungsfragen sind nicht zu erörtern. Die Widersprechende hat ihren Widerspruch vorliegend auf Vergleichswaren beschränkt (Lehr- und Unterrichtsmittel in Form von Spielen und Waren der Klasse 28), die mit den angegriffenen Waren im Wesentlichen identisch sind. Wegen der fehlenden Zeichenähnlichkeit kann letztlich dahingestellt bleiben, ob zwischen den „Spielwaren“ der Widerspruchsmarke und den „Turn-, Fitness- und Sportgeräten“ der jüngeren Marke noch eine gewisse Ähnlichkeit anzunehmen ist. Es gibt jedenfalls spezielle Sportgeräte für Kinder, die spielerisch zum entsprechenden Sport hinführen sollen, bei denen die Zuordnung zum jeweiligen Warenssegment nicht eindeutig ist. Insgesamt müssen die Vergleichszeichen aufgrund der Identität der meisten Waren einen großen Abstand einhalten.

1.2. Dieser Abstand erfährt keine Veränderung durch die Berücksichtigung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft des prioritätsälteren Zeichens. „Browny“ ist originär kennzeichnungskräftig für die eingetragenen Waren der Widerspruchsmarke. Es gibt zwar eine erhebliche Anzahl an Stoffplüschtieren, insbesondere Bären, die in der Farbe „braun“ gehalten sind. Insgesamt sind „Spielwaren“ aber vielfarbig und bunt, so dass eine bestimmte Farbe für sie nicht beschreibend ist. Eine nachträgliche Veränderung der Kennzeichnungskraft ist nicht ersichtlich.

1.3. Dennoch reicht der Abstand der Vergleichszeichen zueinander aus, um eine Verwechslung für den Verkehr auszuschließen. Die Frage der Ähnlichkeit sich gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit in Klang, (Schrift-)Bild und Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken (BGH GRUR 2006, 60 ff. - Rn. 17 - coccodrillo). Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. EuGH GRUR 2006, 413, 414 - Rn. 19 - ZIRH/SIR; GRUR 2005,

1042, 1044 - THOMSON LIFE; GRUR Int. 2004, 843 - Rn. 29 - MATRATZEN; BGH GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder). Auszugehen ist außerdem davon, dass mehrgliedrige Zeichen durch einzelne Bestandteile geprägt werden können. Dies setzt voraus, dass die übrigen Bestandteile weitgehend in den Hintergrund treten und den Gesamteindruck nicht mitbestimmen (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2004, 598, 599 - Kleiner Feigling).

1.3.1. (Schrift-)Bildlich sind die Vergleichszeichen nicht zu verwechseln, da das jüngere Zeichen  sich im Gesamteindruck von der älteren Marke „Browny“ deutlich durch seine graphische und farbliche Gestaltung unterscheidet. Durch die Kombination aus Wort und Bild in der speziellen Emblemeform entsteht ein besonderer, von beiden Elementen geprägter Gesamteindruck. Bild- und Wortbestandteil sind zu einer Einheit verbunden und vermitteln den Eindruck einer Plakette oder Vignette, wenngleich die bildliche Darstellung eines Bären nur den Wortbestandteil „Bear“ intensivierend wiedergibt. Die grafische Gestaltung ist daher neben dem Wortbestandteil zu beachten und bestimmt den Gesamteindruck zumindest mit.

1.3.2. Einfachste Bezeichnung einer Wort-/Bildmarke bleibt dennoch das Wort, bei der angegriffenen Marke also die Wortfolge „Bronny Bear“ (BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT; GRUR 2006, 60 ff. - Rn. 20 - coccodrillo). Eine unmittelbare klangliche Verwechslungsgefahr zwischen „Bronny Bear“ und „Browny“ kommt nach dem Gesamteindruck jedoch ebenfalls nicht in Betracht, da das jüngere Zeichen deutlich länger und aus zwei Begriffen gebildet ist.

1.3.3. Sie liegt aber auch unter dem Gesichtspunkt nicht vor, dass „Bear“ als beschreibender Hinweis auf Spielfiguren in der jüngeren Marke völlig zurücktritt und die Wortfolge allein von „Bronny“ dominiert wird. Das angesprochene Publikum, zu dem nicht nur Kinder, sondern alle Bevölkerungsgruppen gehören, die Tierspielfiguren kaufen, wird in der Angabe „Bear“ nur den Hinweis auf die darge-

stellte Tierart sehen. Es ist in diesem Marktsegment nämlich üblich derartige Figuren mit einer Kombination aus Kosenamen und Tierart zu bezeichnen wie z. B. Diggi Maulwurf, Bernie Hund, Wutzi Wildschwein (vgl. BPatG 29 W (pat) 179/02 - Benni Bär/Fenny). Für den Zeichenvergleich stehen sich deshalb die Wörter „Bronny“ und „Brownny“ auf identischen Waren bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft gegenüber. Diese Begriffe unterscheiden sich zwar lediglich in einem Konsonanten an der vierten Stelle im Wort. Beim Vergleich der klanglichen Verwechselbarkeit ist allerdings ein erheblicher phonetischer Unterschied zwischen den Vergleichsworten zu verzeichnen. Bei der Buchstabenfolge „-onn“ in der jüngeren Marke wird durch den Doppelkonsonanten „n“ das „o“ deutlich als solches ausgesprochen. In der Widerspruchsmarke hingegen wird die Buchstabenfolge „-own“, die die deutsche Sprache nicht kennt, wie der deutsche Diphthong „au“ ausgesprochen. Dies bedeutet einen signifikanten Unterschied in der Aussprache und schließt die Gefahr von klanglichen Verwechslungen aus, weil der Verkehr aufgrund dieser Zeichenbildung einen deutlichen Anklang an das englische Wort „braun“ erkennt.

1.3.4. Bei einer weitgehenden Zeichenähnlichkeit kann die Verwechslungsgefahr im Klangbild durch einen abweichenden Begriffsinhalt reduziert werden, wenn die Zeichen über einen für jedermann verständlichen Sinngehalt verfügen, der auch bei flüchtiger Wahrnehmung erfasst wird (Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. Aufl., § 14 Rn. 586; Ströbele/Hacker, 8. Aufl., § 9 Rn. 151; BGH GRUR 1992, 130, 132 - Ball/Bally). Der Europäische Gerichtshof hat dies unter dem Begriff der „Neutralisation“ ebenso entschieden, wenn zumindest eines der Zeichen eine eindeutige und bestimmte Bedeutung hat, die von den maßgeblichen Verkehrskreisen ohne weiteres erfasst wird (EuGH GRUR 2006, 413 ff. - Rn. 35 - ZIRH/SIR; GRUR 2006, 237 ff. - Rn. 20 - PICASSO). Zutreffend hat die Markenstelle insoweit festgestellt, dass Ausdrücke für Farben zu den allgemeinen Grundbegriffen des englischen Grundwortschatzes gehören und von den meisten inländischen Verbrauchern auch verstanden werden. Der Verkehr wird daher bei der visuellen Aufnahme das Wort „brown“ erkennen und es dementsprechend

aussprechen. „Bronny“ hingegen wird er als Phantasienamen ansehen und nach den deutschen Sprachregeln wie „Sonne“, „Wonne“, „Conny“ aussprechen. Eine Verwechslungsgefahr in rechtserheblichem Ausmaß gem. § 9 Abs. 1 S. 2 MarkenG ist daher nicht gegeben.

2. Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst (§ 71 Abs. 1 S. 2 MarkenG).

gez.

Unterschriften