

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 216/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am

...

der Geschäftsstelle

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 396 52 075.8

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 31. Januar 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die für die Waren

"Künstliche und natürliche Mineralwässer, alkoholfreie Getränke, Sirupe und andere Präparate zur Herstellung alkoholfreier Getränke"

eingetragene Marke Nr 396 52 075

"P.U.R."

ist Widerspruch erhoben worden aus der prioritätsälteren Marke 2 902 353

Abb. 1 am Ende

die für die Waren

"Alkoholfreie Getränke, insbes natürliche Mineralwässer und daraus hergestellte alkoholfreie Erfrischungsgetränke"

geschützt ist.

Die Markenstelle für Klasse 32 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit den Beschlüssen vom 27. Januar 1999 und 15. Mai 2000 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Die beiden Entscheidungen sind im wesentlichen damit begründet, daß trotz Identität der beiderseitigen Waren der Grad der Ähnlichkeit der beiden Marken nicht ausreicht, eine Verwechslungsgefahr zu bejahen. Im Gesamteindruck unterschieden sich die Vergleichszeichen offensichtlich deutlich voneinander. Unmittelbare Verwechslungen kämen allenfalls dann in Betracht, wenn der Verkehr Anlaß hätte, die Widerspruchsmarke "PUR & PUR" auf einen Bestandteil "PUR" zu verkürzen, womit schon wegen der graphischen Gestaltung nicht zu rechnen sei, da das "&"-Zeichen die beiden Wortbestandteile geradezu untrennbar miteinander verbinde.

Eine Gefahr, daß der Verkehr die Marken gedanklich miteinander in Verbindung bringe, bestehe ebenfalls nicht, denn die Widersprechende habe nicht glaubhaft vorgetragen, daß sie den Verkehr schon an eine Markenserie mit dem fraglichen Bestandteil gewöhnt habe. Es könne daher auch dahingestellt bleiben, ob das Wort "PUR" als solches für die einschlägigen Waren schutzfähig und somit überhaupt als Stammbestandteil geeignet wäre.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Ihrer Ansicht nach besteht zwischen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke deshalb eine Verwechslungsgefahr, weil sich dem Verkehr die einzelnen Punkte nach den Buchstaben der jüngeren Marke "P. U. R." nicht erschließen würden. Vielmehr werde durch diese Punkte der Aussagegehalt von "PUR" (= rein) noch verstärkt.

Mit dieser Verstärkung treffe der Verbraucher auf die Widerspruchsmarke mit der gleichen Aussage "PUR", so daß beide Marken bei der Prüfung der klanglichen Verwechslungsgefahr übereinstimmten. Gerade weil die betreffenden identischen Waren auf Sicht gekauft würden, werde der Verkehr beide Marken einem Hersteller zuordnen.

Demgemäß beantragt sie sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Die Markeninhaberin stellt den Antrag,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält die beiden Kennzeichnungen nicht für verwechselbar. Da das Wort "PUR" mit der Bedeutung "rein" in bezug auf die hier in Rede stehenden Waren eine reine Beschaffenheitsangabe darstelle, seien die sich gegenüberstehenden Zeichen nur deswegen eingetragen worden, weil sie graphisch besonders ausgestaltet seien bzw durch die Verdoppelung des Wortes "PUR" und das "&"-Zeichen eine gewisse Eigenständigkeit erhalten hätten. Ohne das "&" würde die Widerspruchsmarke "Purpur" lauten. Im übrigen existierten allein 44 deutsche Marken in der Klasse 32, die das Wort "Pur" enthielten.

II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich in der Sache als unbegründet, denn auch nach Auffassung des Senats besteht zwischen der jüngeren Marke "P.U.R." und der Widerspruchsmarke "PUR & PUR" keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Absatz 1 Nr 2 MarkenG.

Die Gefahr markenrechtlicher erheblicher Verwechslungen ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls, die zueinander in einer Wechselbeziehung stehen, umfassend zu beurteilen. Zu den maßgeblichen Umständen gehören insbesondere die Ähnlichkeit der Marken und der damit gekennzeichneten Waren sowie die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 - Sabèl/Puma; BGH GRUR 1995, 216, 219 - Oxygenol II).

Bei der Beurteilung der Warenähnlichkeit ist im vorliegenden Fall von Warengleichheit auszugehen, denn beide Kennzeichnungen sind für "alkoholfreie Getränke" bestimmt. Selbst wenn zugunsten der Widersprechenden von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke "PUR & PUR" ausgegangen wird, weil sie sich grundsätzlich auf ihren Gesamteindruck bezieht, wahren die sich gegenüberstehenden Marken den erforderlichen Abstand.

Bei der Prüfung der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Zeichen ist grundsätzlich auf den Gesamteindruck abzustellen, den sie hervorrufen (vgl. EuGH aaO, Sabèl/Puma; BGH GRUR 2000, 506 - ATTACHÉ/TISSERAND, mwNachw). Insofern weichen die sich gegenüberstehenden Kennzeichnungen in ihrem klanglichen und schriftbildlichen Gesamteindruck so deutlich voneinander ab, daß Verwechslungen offensichtlich ausgeschlossen sind.

Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt der Übereinstimmung prägender Markenbestandteile besteht ebenfalls nicht. Zwar kann ausnahmsweise einem einzelnen Markenbestandteil eine besondere, das Gesamtzeichen prägende Kennzeichnungskraft zugemessen werden, wenn diesem Bestandteil in der Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung zukommt und er deshalb geeignet ist, die Erinnerung an das Gesamtzeichen wachzurufen, während die weiteren Elemente der Marke nur eine eher untergeordnete Bedeutung haben. Mithin setzt die Feststellung der Prägung des Gesamteindrucks eines mehrteiligen Zeichens durch einen Bestandteil voraus, daß die weiteren Bestandteile so in den Hintergrund treten, daß sie für den Verkehr an Bedeutung verlieren

und zum Gesamteindruck des Zeichens nicht beitragen (vgl BGH WRP 2000, 173 - RAUSCH/ELFI/RAUCH). Bei dieser Beurteilung, ob für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, ist von einem durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der betreffenden Waren abzustellen (EuGH GRUR Int 1999, 734 - Lloyd; BGH aaO - ATTACHÉ/TISSERAND).

Entgegen der von der Widersprechenden vertretenen Auffassung kann nicht davon ausgegangen werden, daß (nur) einem Zeichenteil "PUR" in der älteren Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung zukommt. Gegen eine derartige Annahme spricht vielmehr, daß der einzelne Bestandteil "PUR" mit der Bedeutung "rein" in bezug auf die beanspruchten alkoholfreien Getränke und Mineralwässer eine beschreibende Angabe darstellt. Die Widerspruchsmarke ist demnach aus zwei gleichen, zumindest kennzeichnungsschwachen Elementen aufgebaut, denen jeweils die Eignung fehlt, eine Marke allein zu prägen. Die Feststellung der prägenden Wirkung eines Markenteils hat auch nicht etwa mit Blick auf die Gegenmarke zu erfolgen, da diese Wirkung sich allein aus der Struktur der betreffenden Marke selbst ergibt (BGH GRUR 1996, 198; 199 - Springende Raubkatze). Es kommt hinzu, daß die beiden gleichen Wortbestandteile "PUR" der Widerspruchsmarke nicht nur optisch durch das "&" zu einer Einheit verbunden sind und der Verkehr auch wegen der Kürze der Widerspruchsmarke keine Veranlassung hat, die Widerspruchsmarke auf ein "PUR"-Element zu verkürzen. Schließlich bezieht die Widerspruchsmarke - ähnlich wie die Kennzeichnung "Black & White" - ihre Originalität und Einprägsamkeit aus der Wiederholung des Zeichenworts "PUR", verbunden mit dem Firmen-"&".

Eine Gefahr assoziativer Verwechslungen der Marken besteht ebenfalls nicht. Es liegen keine Anhaltspunkte dafür vor, daß dem alleinigen Bestandteil "PUR" ein Hinweischarakter auf die Inhaberin der älteren Marke zukommt. Weder hat die Widersprechende den Verkehr bereits durch die Benutzung mehrerer eigener, entsprechend gebildeter Serienmarken an dieses (alleinige) Wort als Stammbe-

standteil gewöhnt, noch liegen sonstige Umstände vor, die für den erforderlichen Hinweiskarakter sprechen könnten. Der oben bereits angesprochene beschreibende Charakter dieses Begriffs spricht vielmehr gegen eine derartige Annahme.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs 1 MarkenG) bestand kein Anlaß.

Vorsitzender Richter
Schülke ist infolge Urlaubs
an der Unterschriftslei-
stung gehindert

Eder

Kraft

Kraft

br/prö

Abb. 1

