

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 255/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 60 094.1

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Juni 2002 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die Eintragung der Marke 397 60 094

Elchfest

für die Waren

"Biere, Fruchtsäfte und andere alkoholfreie Getränke; alkoholische Getränke, nämlich Spirituosen, Liköre und leichtalkoholische Spirituosen-Mischgetränke"

ist Widerspruch erhoben worden aus der älteren Marke 397 50 614.7

ELCH,

die für die Waren

"Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken"

eingetragen worden ist.

Die Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch sowie die Erinnerung der Widersprechenden wegen fehlender Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, zwar seien in Anbetracht der teilweise bestehenden Warenidentität an den erforderlichen Markenabstand strengere Anforderungen zu stellen. Den erforderlichen Abstand halte die angegriffene Marke zu der Widerspruchsmarke jedoch ein. Insgesamt hebe sich die angegriffene Marke wegen des zusätzlichen Bestandteils "-fest" von der Widerspruchsmarke unübersehbar und unüberhörbar ab und vermittele einen völlig anderen Sinngesamt als diese. Eine Prägung der angegriffenen Marke durch deren mit der Widerspruchsmarke übereinstimmenden Bestandteil "Elch" sei nicht gegeben, weil sich dieser Bestandteil mit dem weiteren Begriff "Fest" derart zu einem Gesamtbegriff verbinde, dass er nicht in den Hintergrund trete und vom Verkehr nicht vernachlässigt werde. Der Bestandteil "Elch" trete in der angegriffenen Marke auch nicht derart als eigenständiger Herkunftshinweis in den Vordergrund, dass für den Verkehr allein deshalb Veranlassung bestünde, die Marken gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen. Soweit sich die Widersprechende für die Gefahr einer gedanklichen Verbindung auf eine Reihe für sie eingetragener weiterer Marken mit dem Bestandteil "Elch" berufe, könne dies eine Verwechslungsgefahr schon deshalb nicht begründen, weil es an jeglichen Anhaltspunkten dafür fehle, dass das Wort "Elch" dem Verkehr durch Benutzung dieser Marken für Getränke als Stammbestandteil von Marken der Widersprechenden bekannt gemacht worden sei.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit der Beschwerde, die sie nicht begründet hat. Auch die Markeninhaberin hat sich zur Sache nicht geäußert.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zwischen den Marken besteht keine Verwechslungsgefahr i.S.d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Die Frage der Verwechslungsgefahr i.S. der genannten Vorschrift ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (EuGH GRUR 1998, 387, 389 – Sabèl/Puma; GRUR 1998, 922, 923 – Canon). Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke. Ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken kann durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden und umgekehrt (EuGH aaO – Canon).

Im vorliegenden Fall besteht zwischen den beiderseitigen Waren, soweit es Biere und alkoholfreie Getränke betrifft, nicht nur Warenähnlichkeit, sondern sogar Warenidentität. Dies hat zur Folge, dass die angegriffene Marke von der Widerspruchsmarke, bei der in Ermangelung von Tatsachen, die eine intensive Benutzung nachweisen könnten, von normaler Kennzeichnungskraft auszugehen ist, einen deutlichen Abstand einhalten muss, um die Gefahr von Verwechslungen gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ausschließen zu können. Dieser deutliche Abstand ist jedoch, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, in jeder Richtung gewahrt.

Insgesamt unterscheiden sich die Wörter "ELCH" und "Elchfest" klanglich und schriftbildlich angesichts der Tatsache, dass die angegriffene Marke in beiden Richtungen doppelt so lang ist wie die Widerspruchsmarke, deutlich voneinander.

Zu einer weiteren Reduzierung der Verwechslungsgefahr trägt der Umstand bei, dass die angegriffene Marke insgesamt einen eigenständigen, mit der Widerspruchsmarke nicht korrespondierenden Begriffsinhalt aufweist. Die Tatsache, dass beide Marken einen ohne weiteres Nachdenken sofort erfassbaren Sinngehalt haben, führt nach ständiger Rechtsprechung dazu, dass die bildlichen und klanglichen Unterschiede vom Leser oder Hörer wesentlich schneller und besser erfasst und erinnert werden, so dass es gar nicht erst zu Verwechslungen kommt (BGH GRUR 1992 130, 132 – Bally/BALL).

Eine unmittelbare klangliche oder schriftbildliche Verwechslungsgefahr wäre gleichwohl dann zu bejahen gewesen, wenn das in beiden Marken übereinstimmend enthaltene Wort in der angegriffenen Marke eine eigenständig kennzeichnende Funktion inne hätte und es deshalb geeignet wäre, die Erinnerung an das Gesamtzeichen wachzurufen, während der weitere Wortbestandteil nur eine eher untergeordnete Bedeutung hätte (BGH MarkenR 2000, 20, 21 f – RAUSCH / ELFI RAUCH). Hiervon kann jedoch bei der angegriffenen Marke nicht ausgegangen werden. Gegen eine Prägung der Bezeichnung "Elchfest" durch ihren Bestandteil "Elch" spricht nämlich der bereits dargelegte Umstand, dass es sich bei der angegriffenen Bezeichnung um einen Gesamtbegriff handelt, der durch eine Verkürzung in seinem Begriffsinhalt wesentlich verändert würde, sowie ferner die Schreibweise der Marke als ein einziges, noch dazu relativ kurzes Wort, die trotz der generell aus Gründen der Bequemlichkeit bestehenden Tendenz zu einer verkürzten Wiedergabe von Marken (BGH MarkenR 1999, 57 – Lions) eine solche im vorliegenden Fall nicht erwarten lässt.

Auch die Gefahr, dass der Verkehr die beiden Marken gedanklich miteinander in Verbindung bringen könnte (§ 9 Abs. 1 Nr. 2 letzter Halbsatz MarkenG), besteht nicht.

Als Umstand, der die Gefahr einer gedanklichen Verbindung begründen könnte, kommt vorliegend nur die Eintragung einer Anzahl weiterer Marken mit dem An-

fangsbestandteil "Elch" für die Widersprechende in Betracht. Zutreffend hat die Markenstelle demgegenüber jedoch darauf hingewiesen, dass über die Benutzung dieser Marken im Verkehr nichts bekannt ist, so dass auch nicht davon ausgegangen werden kann, der Verkehr sei bereits an die Benutzung weiterer Marken mit dem Bestandteil "Elch" durch die Widersprechende gewöhnt und verstehe auch alle neuen Marken mit diesem Wortbestandteil bei ähnlicher Markenbildung als solche der Widersprechenden. Die bloße Eintragung weiterer Marken mit dem Anfangsbestandteil "Elch" kann die Gefahr einer gedanklichen Verbindung dagegen nicht begründen, zumal sie keine vergleichbare gesamtbegriffliche Wortbildung aufweisen wie die angegriffene Marke und aus ihnen auf Grund der neben dem Wort "Elch" enthaltenen weiteren Bestandteile, wie z.B. "Records", "Tickets", "Books", "Burger" deutlich ersichtlich ist, dass sie für andere Warenbereiche als Getränke bestimmt sind. Bei dieser Sachlage kann die Beschwerde der Widersprechenden keinen Erfolg haben.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs. 1 S. 1 MarkenG) sind keine hinreichenden Gründe ersichtlich.

Kraft

Eder

Reker

Bb