



Bundespatentgericht

32 W (pat) 372/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
3. Dezember 2003

...

Beschluss

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 399 73 058

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 3. Dezember 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 19. November 1999 angemeldete und am 28. Januar 2000 u.a. für

alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)

eingetragene Wortmarke 399 73 058

Rosso Corsa

ist Widerspruch erhoben aus der am 22. Februar 1991 registrierten Marke
1 172 423

siehe Abb. 1 am Ende

Die Widerspruchsmarke genießt Schutz für

Alkoholfreie Getränke, Fruchtsäfte, Fruchtgetränke; alkoholische Getränke (ausgenommen Biere), insbesondere Weine, Spirituosen, Liköre und weinhaltige Getränke.

Die mit einem Beamten des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 11. September 2002 zurückgewiesen. Innerhalb der angegriffenen Marke sei der Bestandteil Corsa nicht selbständig kollisionsbegründend. Er stehe gleichberechtigt neben dem Wortbestandteil Rosso und bilde mit diesem einen zusammengehörigen Gesamtbegriff, nämlich die Bezeichnung eines speziellen roten Farbtons für Rennwagen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Marke 399 73 058 für die Waren "alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)" zu löschen.

Innerhalb der jüngeren Marke sei mit einer Vernachlässigung des Bestandteils Rosso zu rechnen, weil es sich hierbei um eine schlichte Farbangabe (rot) handle. Der Automobilrennsport, auf dem "Rosso Corsa" als Gesamtbegriff einen Farbton bezeichne, weise mit dem vorliegend allein maßgeblichen Warengbiet der alkoholischen Getränke keine Berührung auf. Die spezielle Bedeutung der jüngeren Marke sei dem mit den Kollisionsmarken angesprochenen Verkehr regelmäßig nicht bekannt. Für Wein und andere alkoholische Getränke komme Rosso als glatt beschreibende Angabe (Hinweis auf Vino rosso, Cinzano Rosso, Martini Rosso) nicht die Eignung zu, eine Marke zu prägen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Rosso Corsa sei ein Gesamtbegriff, der den roten Farbton bezeichne, welcher traditionell Rennwagen italienischer Herkunft als Unterscheidungszeichen zugeteilt sei. Frei übersetzt könne der Begriff mit "renn-rot" wiedergegeben werden. Eine Zergliederung in die Einzelteile sei markenrechtlich nicht zulässig. Es sei abwegig anzunehmen, eine Lackfarbe werde in beschreibender Weise für alkoholische Getränke verwendet.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist nicht begründet; es besteht keine Gefahr einer Verwechslung der sich gegenüberstehenden Marken.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke älteren Zeitrangs und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2002; 626 – IMS).

Trotz Warenidentität und – mangels entgegenstehender Anhaltspunkte – durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist der Beschwerde der Erfolg zu versagen, weil die Kollisionsmarken nicht in einer verwechslungsbegründenden Weise einander ähnlich sind. Schriftbildlich ist zum einen zu berücksichtigen, dass (nur) die jüngere Marke aus zwei Wörtern besteht, von denen das erste Element "Rosso" in der Widerspruchsmarke keine Entsprechung findet, zum anderen aber auch der besondere, typographisch auffällig gestaltete Schriftzug der Widerspruchsmarke, der bei visueller Aufnahme nicht übersehen wird.

In Anbetracht der unterschiedlichen Länge beider Marken und des sich daher einstellenden abweichenden Gesamtklangbildes besteht auch phonetisch keine relevante Markenähnlichkeit. Von einer Abspaltung oder Vernachlässigung des ersten Wortbestandteils Rosso bei der Benennung der jüngeren Marke kann nämlich nicht ausgegangen werden; der Verkehr hat hierfür – generell und auch im vorliegenden Einzelfall – keine ernsthafte Veranlassung. Diese Beurteilung gilt unabhängig davon, dass – insoweit in Übereinstimmung mit der Auffassung der Widersprechenden – dem weitaus größten Teil des deutschen Verkehrs der italienische Gesamtbegriff Rosso Corsa als Farbangabe (in etwa Rennwagen-rot) nicht bekannt ist (sondern nur Personen mit guten Italienischkenntnissen und/oder besonderem Interesse am Automobilrennsport). Denn auch für das breite deutsche Publikum, auf dessen Verständnis bei den hier maßgeblichen alkoholischen Getränken abzustellen ist, wirkt Rosso Corsa jedenfalls wie ein einheitlicher Gesamtbegriff, zB als Folge aus Vor- und Nachnamen oder (fälschlich) als Bezeichnung eines Pferderennens.

Dass ein erheblicher Teil des deutschen Publikums die italienische Farbbezeichnung rosso (= rot) von Wortbildungen wie *Vino rosso*, *Martini rosso* usw. her kennt, steht dieser Annahme nicht entgegen. Gerade dieser Teil des Verkehrs, der durch Italienurlaube, den Besuch italienischer Gaststätten oder den Konsum italienischer Nahrungsmittel und Getränke an Bezeichnungen, wie etwa *Vino rosso/bianco*, *Latte macchiato*, *Gelato misto*, *Pizza funghi*, *Spaghetti Carbonara*

usw gewöhnt ist, weiß, dass in diesen italienischen Begriffen das Adjektiv oder der sonstige Zusatz dem Substantiv grammatikalisch nachgestellt wird. Da die Wortfolge Rosso Corsa von dieser Regel abweicht, wird das am Anfang stehende Wort Rosso nicht einfach als beschreibender Zusatz zu Corsa aufgefasst werden, sondern weitgehend eine Gesamtbedeutung vermutet werden, auch wenn diese – wie ausgeführt – vielfach nicht konkret oder gar unrichtig sein mag. Von einer Zergliederung der jüngeren Marke in einem noch entscheidungserheblichen Umfang kann daher nicht ausgegangen werden. Da der erste Wortbestandteil Rosso den Gesamteindruck dieser Marke mitprägt, ist es nicht vertretbar, ihn bei der Kollisionsprüfung vollständig zu vernachlässigen.

Es besteht auch nicht die Gefahr, dass die sich gegenüberstehenden Marken gedanklich in Verbindung gebracht und unter diesem Aspekt verwechselt werden. Insoweit ist nicht auf eine flüchtige Aufnahme der Marken abzustellen, sondern vorrangig auf aufmerksame Verbraucher, denen bereits die Unterschiede im Endvokal der Wörter Corsa und Corso auffallen werden (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl, § 9 Rdn 470). Über eine Zeichenserie, in welcher dem Wort Corso ein als beschreibend verstandenes Adjektiv vorangestellt wäre, verfügt die Widersprechende offensichtlich nicht. Im übrigen wirkt von der Wortbildung her Rosso Corsa nicht wie ein Serienzeichen im Verhältnis zu Corso.

Für die Auferlegung von Kosten (§ 71 Abs 1 MarkenG) besteht kein Anlaß.

Winkler

Viereck

Sekretaruk

Hu

Abb. 1

Corso