



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 341/03

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 300 07 919**

hat der 26. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 7. Juni 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Gegen die für „Möbel“ eingetragene Wort-Bild-Marke 300 07 919



ist Widerspruch erhoben worden aus der prioritätsälteren Wortmarke 792 629

### **VARIO,**

die für „Möbel“ eingetragen ist.

Den Widerspruch hat die Markenstelle in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, die Widerspruchsmarke sei äußerst kennzeichnungsschwach und genieße lediglich Formalschutz, weshalb geringste Unterschiede zum Ausschluss der Verwechslungsgefahr ausreichen. Zwi-

schen dem selbständig kollisionsfähigen Bestandteil „VARIUS“ der jüngeren Marke und der Widerspruchsmarke bestünden durch das scharf gesprochene „s“ am Schluss von „VARIUS“ keine klanglichen Ähnlichkeiten. Auch eine schriftbildliche Verwechslungsgefahr sowie eine begriffliche Ähnlichkeit schieden aus; letztere deshalb, weil das lateinische Wort „VARIUS“ in seiner Bedeutung nicht allgemein bekannt sei.

Die Widersprechende hat hiergegen Beschwerde eingelegt. Sie begehrt sinngemäß, ohne einen ausdrücklichen Antrag gestellt zu haben,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben und die angegriffene Marke 300 07 919 zu löschen.

Eine Beschwerdebegründung ist nicht eingegangen.

Die Markeninhaberin hat sich ebenfalls nicht geäußert.

## II

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, da eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken nach § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG in keiner denkbaren Hinsicht besteht.

Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr sind alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren der Zeichen- und der Warenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so dass ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen hohen Grad der Ähnlichkeit der Zeichen oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2004, 783, 784 - NEURO-VIBOLEX/ NEURO-

FIBRAFLEX; BGH GRUR 2004, 594 ff. - Ferrari-Pferd; BGH GRUR 2005, 427 ff. - Lila-Schokolade).

Die Waren der Vergleichszeichen sind identisch. Zur Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hat zwar der Senat in früheren Entscheidungen festgestellt, dass eine gewisse ursprüngliche Kennzeichnungsschwäche von „Vario“ durch langjährige und intensive Benutzung überwunden werden kann und dann von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen sei (vgl. BPatG PAVIS ROMA 26 W (pat) 035/99 und 26 W (pat) 144/99). Da vorliegend aber die Benutzungslage zum Zeitpunkt der früheren Entscheidungen des Senats (1999 bzw. 2000) nicht mehr herangezogen werden kann und weder im Verfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt noch im Beschwerdeverfahren von der Widersprechenden Umstände für eine gegenwärtige intensive Benutzung dargelegt worden sind, ist der Widerspruchsmarke „Vario“ als gebräuchliche Verkürzung der Begriffe „variabel“ oder „Variabilität“ auf dem betreffenden Warenssektor eine nur unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft zuzubilligen. Aufgrund der Kennzeichnungsschwäche ist der Schutzbereich der Widerspruchsmarke eng zu bemessen (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 9 Rdnr. 204).

Die zum Ausschluss einer Verwechslungsgefahr notwendigen Anforderungen an den Zeichenabstand sind daher eher gering anzusetzen; dieser erforderliche Abstand wird von den Vergleichsmarken eingehalten.

Grundsätzlich ist für den markenrechtlichen Vergleich zweier Zeichen stets deren Gesamteindruck maßgeblich; insbesondere ist eine zergliedernde Betrachtungsweise zu vermeiden, da der Verkehr eine Marke in der Regel so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (BGH GRUR 2000, 608, 610 - ARD-1; BGH GRUR 2001, 1161, 1163 - CompuNet/ComNET; BGH GRUR 2004, 783, 784 - Zwilling/Zweibrüder). In ihrer Gesamtheit hebt sich die angegriffene Marke ohnehin hinreichend deutlich von der Widerspruchsmarke ab.

Einem einzelnen Markenbestandteil kann jedoch eine selbständig kollisionsbe-  
gründende Wirkung zukommen, wenn er den Gesamteindruck der mehrgliedrigen  
Marke prägt, indem er eine eigenständige kennzeichnende Funktion aufweist (vgl.  
BGH GRUR 2000, 233, 234 - RAUSCH/ELFI RAUCH; BGH GRUR 2001, 1158,  
1160 - Dorf MÜNSTERLAND; BGH GRUR 2002, 167, 169 - Bit/Bud).

Ob das weitere Wortelement „Unikat“ wegen seiner geringeren Größe und wegen  
seines beschreibenden Sinngehalts in der Bedeutung „einzigartig“ im Gesamtein-  
druck vernachlässigt wird (vgl. BGH GRUR 2003, 880, 881 - City Plus; BGH  
GRUR 2004, 598, 599 - Kleiner Feigling; BGH GRUR 2004, 865, 866 - Mustang),  
kann dahingestellt bleiben. Selbst wenn sich die angesprochenen Verkehrskreise  
in der angegriffenen Marke maßgeblich an dem Bestandteil „VARIUS“ orientieren,  
reichen angesichts der erhöhten Aufmerksamkeit des Verkehrs bei „Möbeln“ unter  
Berücksichtigung der Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke die be-  
stehenden Unterschiede zwischen den Vergleichswörtern „Varius“ und „Vario“  
aus, um eine Verwechslungsgefahr auszuschließen. Klanglich ergibt sich bei der  
in beiden Wörtern übereinstimmenden Lautfolge „Vari-“ durch die sowohl in der  
Buchstabenzahl als auch in der Lautfolge abweichende Endung - „us“ im dominie-  
renden Bestandteil der angegriffenen Marke ein insgesamt deutlich unterschiedli-  
ches Klangbild gegenüber der Widerspruchsmarke. Der stimmhafte Endkonsonant  
„s“ im Zeichenteil „Varius“ beeinflusst die lautmalerische Prägung des Wortes ins-  
gesamt erheblich. Zu berücksichtigen gilt außerdem, dass es sich um relativ kurze  
Vergleichswörter handelt, bei denen einzelne Abweichungen stärker ins Gewicht  
fallen.

Eine schriftbildliche Verwechslungsgefahr ist ebenfalls nicht gegeben. Die jüngere  
Marke tritt aufgrund ihrer zwei Wortbestandteile, die im Schriftbild gegenüber der  
mündlichen Wiedergabe sehr wohl Berücksichtigung finden, dem Verkehr visuell  
im Vergleich zur Widerspruchsmarke deutlich unterschiedlich gegenüber.

Ebenso scheidet eine begriffliche Ähnlichkeit schon aus Rechtsgründen aus. „VARIUS“ und „Vario“ sind jeweils an den beschreibenden Begriff „variabel“ bzw. „Variabilität“ angelehnt, so dass sich der Schutzzumfang auf die eintragungsbegründende Eigenprägung beschränkt (Ströbele/Hacker a. a. O., § 9 Rdnr. 204; Wüst in Heidelberger Kommentar-MarkenR, § 9 MarkenG, Rdnr. 168).

Umstände, die die Annahme einer mittelbaren Verwechslungsgefahr rechtfertigen, sind weder vorgetragen noch ersichtlich.

Für eine Auferlegung der Kosten des Beschwerdeverfahrens aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs. 1 MarkenG) bestand kein Anlass.

gez.

Unterschriften