



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 73/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 67 053

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. Oktober 2007 unter Mitwirkung der Richterin Dr. Hock als Vorsitzende und der Richter Bender und Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die Eintragung der Wortmarke 303 67 053

TYPAROM

für

Klasse 1: Chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke, insbesondere Geschmacksstoffe für die Getränkeindustrie.

Klasse 3: Natürliche Geschmacksstoffe zur Herstellung von Getränken, nämlich ätherische Öle und Essenzen

ist Widerspruch eingelegt worden aus der Wortmarke 1 107 759

Silarom

für

- Klasse 2: Färbemittel, Lebensmittelfarben;
- Klasse 3: Fruchtesenzen und Orangeessenzen für gewerbliche Zwecke, Pfefferminzessenz, Sternanisessenz, Zitronenessenz für gewerbliche Zwecke, ätherische Essenzen zur Herstellung von alkoholfreien und alkoholphaltigen Getränken, Essenzen für feine Backwaren, Aromastoffe für Getränke, soweit in Klasse 3 enthalten, Backaromen, soweit in Klasse 3 enthalten, Fruchtaromen, Blütenextrakte, ätherische Öle, Grundstoffe zur Herstellung von alkoholfreien Getränken, Grundstoffe zur Herstellung von Spirituosen;
- Klasse 5: pflanzeneiweißreiche Extrakte als Nahrungsmittel für Kinder und Kranke, Hefeextrakte, Hopfenextrakte für pharmazeutische Zwecke, Tabakextrakte, Drüsenextrakte, Extrakte für medizinische Zwecke, Fettextrakte für die Krankenernährung, Kräuterextrakte für medizinische Zwecke, sämtliche Waren für die weiterverarbeitende Industrie bestimmt;
- Klasse 29: Fleischextrakte, Pflanzenextrakte für Nahrungsmittel, Suppenextrakte, Soßenextrakte, Fleischextrakt, Fleisch-, Fisch- und Gemüsegelees, Fruchtpasten, Fruchtsaftkonzentrate;
- Klasse 30: Backessenzen, soweit in Klasse 30 enthalten, Essenzen für Nahrungszwecke mit Ausnahme von ätherischen Essenzen und Ölen, Essigessenz, Aromastoffe

für Getränke, soweit in Klasse 30 enthalten, Backaromen, soweit in Klasse 30 enthalten, Fruchtaromen (ausgenommen ätherische Öle), Kaffeearomen, Kuchenaromen, Suppenaromen, Vanillearomen, Butteraromen, Käsearomen, Mandelaromen, Teearomen, Zitronenaromen, Gewürzextrakte, Kräutereextrakte für Gewürzzwecke, Tee-Extrakte, Tomatenextrakte, Kakaosextrakte, Aromen und Essenzen für die Herstellung von Spirituosen, Kaffee-Ersatzmittel, Gewürze, Soßen, Essig, Senf, Kochsalz, Aromen und Essenzen für die Herstellung von Back- und Zuckerwaren, Kaffee- und Mokka pasten;

Klasse 32: Extrakte zur Herstellung alkoholfreier Getränke, Fruchtextrakte ohne Alkohol, Hopfenextrakte für die Bierherstellung, Mostextrakte;

Klasse 33: Branntweinessenz, alkoholische Essenzen und Extrakte, Extrakte für Spirituosen, Fruchtextrakte mit Alkohol, Punschextrakte.

Mit Beschluss vom 22. März 2006 hat die Markenstelle für Klasse 1 den Widerspruch zurückgewiesen. Nach Auffassung der Markenstelle liegt trotz sehr ähnlicher bis identischer Waren keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG vor. Bei der Widerspruchsmarke sei von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen. Eine für eine Verwechslungsgefahr nötige Markennähe sei nicht gegeben. Sprachlich stünden sich die Silbenfolgen "Typ- arom" und "Sil-arom" gegenüber, wobei die Anfangsbestandteile in keinem einzigen Laut übereinstimmten, so dass trotz gleicher Buchstabenzahl und ähnlicher Vokalfolge keine relevante klangliche Verwechslungsgefahr zu erkennen sei. Die Silbe "arom" biete sich nach dem Sachzusammenhang an und sei als Hinweis auf

"Aroma" rein beschreibend oder zumindest stark sprechend. Weiter sei auch eine Unterscheidung in schriftbildlicher Hinsicht gegeben, da sich die Anfangsbuchstaben figürlich unterschieden und die beiden Wörter verschiedene Unter- und Oberlängen aufwiesen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Zur Begründung führt sie aus, dass die Markenstelle die klangliche Verwechslungsgefahr falsch bewertet habe. Die Silbe "arom" könne zwar Assoziationen zu Aromen aufweisen, jedoch sei "arom" nicht rein beschreibend für den Begriff "Aroma". Weiter sei zu berücksichtigen, dass ein zu betrachtender kleiner, wenn auch nicht unbeträchtlicher Teil der Verkehrskreise den Vokal "y" der Anfangssilbe der angegriffenen Marke wie ein "i", zumindest wie ein helles, sich dem "i" annäherndes "ü" aussprechen werde. Weiter liege eine Übereinstimmung in der Silbenzahl und der Buchstabenanzahl vor, so dass vor allem bei schlechten akustischen Übertragungsverhältnissen eine Verwechslung nicht ausgeschlossen werden könne.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 1 vom 22. März 2006 aufzuheben und die Marke 303 67 053 wegen des Widerspruchs aus der Marke 1 107 759 zu löschen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt sinngemäß,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Nach Auffassung der Markeninhaberin sind die allein kennzeichnungskräftigen Wortbestandteile "Typ" und "Sil" weder in Alleinstellung noch in der Kombination "Typarom" und "Silarom" verwechslungsfähig. Weiter weist sie darauf hin, dass akustische Übermittlungsverhältnisse bei den heutigen Kommunikationsmitteln wie e-Mail und Telefax im gewerblichen Geschäftsverkehr keine Rolle mehr spielen würden und deshalb nicht zu berücksichtigen seien.

Im Verfahren vor der Markenstelle hat die Markeninhaberin außerdem die Auffassung vertreten, dass dem Wortbestandteil "arom" als nicht unterscheidungskräftigem Bestandteil keine "prägende" Bedeutung zukomme. Weiter hat sie unter Vorlage einer entsprechenden Liste auf ca. 90 weitere Marken in den Klassen 1 und 3 hingewiesen, in denen der Bestandteil in vergleichbaren Silbenpositionen angeordnet sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist nicht begründet.

Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn die Öffentlichkeit glauben könnte, dass die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Das Vorliegen von Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der betreffenden Marken im Bild, Klang oder in der Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Für die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es entscheidend darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen wirkt. Der Durchschnittsverbraucher nimmt eine Marke regelmäßig

als Ganzes wahr und achtet nicht auf die verschiedenen Einzelheiten (vgl. EuGH Mitt. 2006, 512 - LIFE/THOMSON m. w. N.).

a) Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit ist als normal zu beurteilen. Etwas anderes ergibt sich auch nicht aus dem von der Markeninhaberin angeführten 90 eingetragenen Drittmarken in den Klassen 1 und 3 mit dem Bestandteil "arom". Zwar ist dies eine beachtliche Zahl von Drittmarken, soweit es sich dabei aber - wovon mangels anderer Anhaltspunkte auszugehen ist - nur um eingetragene Marken handelt, über deren Benutzung nichts bekannt ist, könnte dies jedoch ohnehin nur eine (moderate) Schwächung der Kennzeichnungskraft im Sinne einer Originalitätsschwäche bewirken (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 9, Rdn. 201). Zudem stimmen die Drittmarken (bis auf zwei) nicht mit der Widerspruchsmarke "Silarom" überein bzw. befinden sich nicht im engsten Ähnlichkeitsbereich zu dieser. Vielmehr weisen sie gerade am regelmäßig stärker beachteten Wortanfang deutliche Unterschiede zu ihr auf. Daher lässt sich mit den Voreintragungen keine Kennzeichnungsschwäche der Marke "Silarom" in ihrer Gesamtheit begründen. Allerdings zeigt die von der Markeninhaberin angeführte beachtliche Zahl von Drittmarken mit dem Schlussbestandteil "-arom", die in den Klassen 1 und 3 angeführt sind, dass zumindest diesem Bestandteil eine beachtliche Originalitätsschwäche zukommt. Dies kann sich auf die Beurteilung der Ähnlichkeit der Marken auswirken (s. u., vgl. a. Ströbele/Hacker, a. a. O., Rdn. 202).

b) Die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen liegen teilweise im Identitätsbereich, zumindest aber im Bereich einer engeren Ähnlichkeit. Die für die jüngere Marke in der Klasse 1 eingetragenen "chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke, insbesondere Geschmacksstoffe für die Getränkeindustrie" sind mit Waren der Widerspruchsmarke in Klasse 3, wie "Aromastoffe für Getränke, Grundstoffe zur Herstellung von alkoholfreien Getränken, Grundstoffe zur Herstellung von Spirituosen", und in Klasse 30, wie "Aromastoffe für Getränke, soweit in Klasse 30 enthalten" nach ihrer Funktion, teilweise auch stofflichen Beschaffen-

heit, hochgradig ähnlich, was eingeschränkt auch für weitere Waren der Widersprechenden der Klassen 32 und 33 gilt (Klasse 32: "Extrakte zur Herstellung alkoholfreier Getränke, Fruchtextrakte ohne Alkohol, Hopfenextrakte für die Bierherstellung, Mostextrakte"; Klasse 33: "alkoholische Essenzen und Extrakte, Extrakte für Spirituosen, Fruchtextrakte mit Alkohol, Punschextrakte").

Weiter sind die in der Klasse 3 für die jüngere Marke eingetragenen "natürliche Geschmacksstoffe zur Herstellung von Getränken, nämlich ätherische Öle und Essenzen" mit den für die Widersprechende geschützten "ätherischen Essenzen zur Herstellung von alkoholfreien und alkoholhaltigen Getränken, ätherischen Ölen" identisch bzw. teilidentisch.

c) Den danach erforderlichen deutlichen Abstand zur Widerspruchsmarke hält die angegriffene Marke noch ein.

In klanglicher Hinsicht verfügen beide Marken zwar über gewichtige Gemeinsamkeiten, wie etwa die gleiche dreiteilige Silbengliederung ("ty-pa-rom"/"si-la-rom") bei gleicher Betonung auf der ersten Silbe. Jedoch sind die regelmäßig stärker beachteten Anfangslaute stark unterschiedlich, da dem klangstarken Sprenglaut "T" der angegriffenen Marke mit dem stimmhaften "S" ein Zahn-Dauerlaut gegenübersteht. Hinzu kommt der weitere Unterschied bei den Konsonanten "P" und "L", die sich ebenfalls noch am stärker beachteten Wortanfang befinden. Zwar stimmen beide Marken im Bestandteil "...-arom" vollständig überein. Abgesehen davon, dass sich dieser am weniger beachteten Wortende befindet, relativiert vor allem eine nicht unerhebliche Kennzeichnungsschwäche dieses Markenteils die klangliche Übereinstimmung. Denn einerseits ist darin der begriffliche Anklang zum beschreibenden Begriff "Aroma", bei dem nur der Endlaut fehlt, unverkennbar enthalten und wird angesichts der Art der im Identitäts- und Ähnlichkeitsbereich liegenden Waren vom Verkehr auch ohne weiteres wahrgenommen, zum anderen hat die Markeninhaberin zudem auch noch eine Originalitätsschwäche dieses Markenbestandteils belegt (s. o.), die damit zusätzlich gegen dessen Gewicht für

den klanglichen Gesamtcharakter spricht. Daher kann insgesamt nur von einer eher schwachen klanglichen Ähnlichkeit ausgegangen werden.

Dies gilt auch in schriftbildlicher Hinsicht. Auch hier bestehen in Form des markant linearen "T" bei der jüngeren Marke gegenüber dem aus Kurvenelementen bestehenden "S" der Gegenmarke deutliche Unterschiede zwischen den für den schriftbildlichen Gesamteindruck wichtigen Anfangsbuchstaben. Auch die Buchstaben "I" gegenüber "Y" und "P" gegenüber "L" weisen - egal ob groß oder klein geschrieben - deutliche Unterschiede auf, so dass die Marken auch schriftbildlich gerade in den Wortanfängen erheblich voneinander abweichen, während die gemeinsame Endung auf "-arom" aus den oben genannten Gründen weniger ins Gewicht fällt. Hinzu kommt, dass sich die beiderseitigen Waren, soweit sie sich im Identitäts- und Ähnlichkeitsbereich befinden, weitgehend an Fachverkehrsteilnehmer aus dem Bereich der Lebensmitteltechnik und -zusätze richten. Fachleute sind mit den auf ihrem Gebiet üblichen Kennzeichnungen besser vertraut als Endverbraucher, so dass ihnen Abweichungen vergleichsweise eher auffallen. Insgesamt besteht daher keine Gefahr unmittelbarer Verwechslungen.

Angesichts der Kennzeichnungsschwäche des gemeinsamen Bestandteils "-arom" kommt auch eine assoziative Verwechslungsgefahr nicht in Betracht.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Dr. Hock

Bender

Kätker

CI