



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 161/05

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
29. November 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 31 769

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 29. November 2007 unter Mitwirkung der Richterin Bayer als Vorsitzende sowie der Richter Eisenrauch und Merzbach

beschlossen:

.Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

Carve-Q

ist am 29. Oktober 2003 für die Waren

„Rezeptpflichtige Arzneimittel enthaltend den Wirkstoff Carvedilol
und dessen Salze“

unter der Nummer 303 31 769 in das Markenregister eingetragen worden.

Die Inhaberin der seit 17. Januar 1996 für die Waren

"pharmazeutische Erzeugnisse"

eingetragenen Marke 395 44 830

KARVEA

hat dagegen Widerspruch erhoben.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat vor der Markenstelle eine Benutzung der Widerspruchsmarke außer für „rezeptpflichtige Arzneimittel zur Behandlung essentieller Hypertonie und Nierenerkrankungen“ nicht bestritten. Die Widersprechende hat eine darüber hinausgehende Benutzung nicht geltend gemacht.

Die Markenstelle für Klasse 05 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 22. August 2005 eine Verwechslungsgefahr zwischen beiden Marken verneint und den Widerspruch zurückgewiesen.

Auch wenn man zugunsten der Widersprechenden ohne nähere Prüfung der Benutzungslage von einer Warenidentität ausgehe und ferner eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zugrunde lege, sei eine klangliche und schriftbildliche Verwechslungsgefahr nach dem Gesamteindruck beider Marken zu verneinen. Denn in ihrer Gesamtheit unterschieden sich die Marken durch den in der jüngeren Marke zusätzlich vorhandenen Markenbestandteil „Q“ ausreichend voneinander.

Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr komme daher nur dann in Betracht, wenn der beteiligte Verkehr den Bestandteil „Carve“ der jüngeren Marke als dominierend ansehe. Dies sei jedoch nicht der Fall. Denn der Markenanteil „Carve“ der angegriffenen Marke sei für die beanspruchten Arzneimittel in seiner kennzeichnenden Wirkung schwach. Es handele sich um eine Anlehnung an die Wirkstoffangabe Carvedilol (INN). Dieser kennzeichnungsschwache Markenanteil könne nicht den Schwerpunkt des Gesamtzeichens bilden, weil der Verkehr seine Aufmerksamkeit regelmäßig auf die Merkmale zeichenmäßiger Kennzeichnung richte und daher den weiteren Markenteil nicht vernachlässige.

Auch eine assoziative Verwechslungsgefahr bestehe nicht. Die jüngere Marke werde zum einen aus den genannten Gründen nicht von dem Stammbestandteil „Carve“ allein geprägt. Zudem fehle es an einem gleichen oder wesensgleichen Stammbestandteil, weil für die Wesensgleichheit die klangliche Ähnlichkeit von dem Element „Carve“ zu der Widerspruchsmarke „KARVEA“ nicht ausreiche.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden vom 26. September 2005 mit dem Antrag,

den Beschluss der Markenstelle für die Klasse 5 vom 22. August 2005 aufzuheben und die angegriffene Marke in vollem Umfang zu löschen

Die Markenstelle habe bereits nicht hinreichend berücksichtigt, dass auch nach der konkreten Benutzungslage – die Widerspruchsmarke werde nur für ein Mittel zur Behandlung essentieller Hypertonie und Nierenerkrankungen benutzt - beide Marken für Waren mit gleichem Indikationsgebiet, nämlich Hypertonie, benutzt werden könnten, so dass von Warenidentität auszugehen sei.

Unter Berücksichtigung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke könne dann aber eine Verwechslungsgefahr zwischen beiden Marken nicht verneint werden. Maßgebend dafür sei, dass der Bestandteil „Carve“ bei der angegriffenen Marke den kennzeichnenden Schwerpunkt bilde. Zwar enthalte „Carve“ einen Anklang an die Wirkstoffangabe „Carvedilol“; jedoch sei die Abwandlung von dem INN ausreichend groß, um dem Bestandteil „Carve“ normale Kennzeichnungskraft zuzubilligen. Hingegen werde der nachfolgende Buchstabe „Q“ vom Verkehr als Hinweis auf eine Zeichenserie mit dem nachgestellten Bestandteil „Q“ bzw. auf die Firma „Q-Pharm“, die diese Serie als Lizenznehmerin der Inhaberin der angegriffenen Marke unterhalte, verstanden. Ferner sei der Buchstabe „Q“ mit vielfältiger Bedeutung in der Medizin belegt. Der Gesamteindruck der angegriffenen Marke werde daher nicht ausschließlich oder überwie-

gend von dem Buchstaben „Q“ geprägt; vielmehr überwiege sowohl im klanglichen wie auch im schriftbildlichen Eindruck der Marke der Bestandteil „Carve“.

In der Gesamtschau und Abwägung der maßgeblichen Kriterien stünden sich daher „Karvea“ als ältere, normal kennzeichnungskräftige Marke sowie die jüngere Marke „Carve-Q“ mit dem kennzeichnungsrechtlichen Schwerpunkt „Carve“ auf identischem Indikationsgebiet gegenüber. Zwischen „Karvea“ und „Carve“ bestehe jedoch eine hochgradige klangliche Ähnlichkeit. Der zusätzliche Vokal „a“ am Wortende der Widerspruchsmarke sei klangschwach und trete nicht besonders in Erscheinung, während die beiden Anfangssilben klanglich völlig identisch seien. Aufgrund der großen klanglichen Übereinstimmung zwischen „Karvea“ und „Carve“ sei deshalb eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Der Verbraucher werde in dem Bestandteil „Carve“ der angegriffenen Marke aufgrund seiner Anlehnung an die Wirkstoffangabe „Carvedilol“ keinen kennzeichnenden Schwerpunkt sehen bzw. diesem eine prägende Stellung innerhalb dieses Zeichens beimessen. Angesichts der seit Jahren gebräuchlichen Praxis der Hersteller generischer Arzneimittel, abgekürzte Wirkstoffbezeichnungen mit sonstigen, auf das Unternehmen hinweisenden Zeichenelementen zu kombinieren, könnten aus solchen vielfach verwendeten Abkürzungen von Wirkstoffbezeichnungen keine Rechte hergeleitet werden, da diese nach dem Grundgedanken des Art. 3 Abs. 1 lit. C der Richtlinie von allen frei verwendet werden können, auch in Kombinationsmarken.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss und die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da auch nach Auffassung des Senats die Gefahr von Verwechslungen im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zwischen beiden Marken besteht.

Nachdem die Inhaberin der angegriffenen Marke gemäß § 43 Abs. 1 MarkenG die Benutzung der Widerspruchsmarke für „rezeptpflichtige Arzneimittel zur Behandlung essentieller Hypertonie und Nierenerkrankungen“ nicht bestritten hat und die Widersprechende eine weitergehende Benutzung ihrer Marke auch nicht geltend gemacht hat, ist auf Seiten der Widerspruchsmarke von diesen Waren auszugehen.

Zugunsten der Widersprechenden ist aber im Rahmen der Integrationsfrage aufgrund der nach ständiger Rechtsprechung anzuwendenden erweiterten Minimallösung von Betarezeptoren-, Calciumkanalblockern und Hemmstoffen des Renin-Angiotensin-Systems der Hauptgruppe 27 der Roten Liste allgemein und mangels entgegenstehender Festschreibung im Warenverzeichnis ohne Beschränkung auf eine Rezeptpflicht, bestimmte Darreichungsformen oder enthaltene Wirkstoffe abzustellen (vgl. BPatG, MarkenR 2004, 361, 362 CYNARETTEN/Circanetten; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl. § 26 Rdnr. 219). Da auch die seitens der angegriffenen Marke beanspruchten „rezeptpflichtigen Arzneimittel enthaltend den Wirkstoff Carvedilol und dessen Salze“ unter die Hauptgruppe 27 der Roten Liste (Betarezeptoren, Calciumkanalblockern und Hemmstoffen des Renin-Angiotensin-Systems) fallen können, die Rote Liste sogar nur in der Hauptgruppe 27 Arzneimittel mit dem Wirkstoff „Carvedilol“ aufführt, können beide Marken daher für Präparate gleicher Indikation Verwendung finden, so dass sich beide Marken auf identischen Waren begegnen können.

Aufgrund der im Warenverzeichnis der angegriffenen Marke ausgewiesenen Rezeptpflicht ist vorrangig auf die Auffassung und das Verständnis des Fachverkehrs

abzustellen. Mangels Festschreibung einer Rezeptpflicht im Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke, die sich auch nicht nach den Grundsätzen der erweiterten Minimallösung aus der konkreten Benutzungslage für ein rezeptpflichtiges Produkt ergibt (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 26 Rdnr. 136, 141), sind aber auch Endverbraucher als angesprochene Verkehrskreise nicht gänzlich zu vernachlässigen. Dabei ist nach dem Verbraucherleitbild des EuGH auf den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen (EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2), dessen Aufmerksamkeit je nach Art der betreffenden Waren oder Dienstleistungen unterschiedlich hoch sein kann (EuGH MarkenR 2006, 567 - Picasso), der jedoch allem, was mit der Gesundheit zu tun hat, aufmerksamer begegnet als bei vielen anderen Produkten des täglichen Lebens (vgl. BGH GRUR 1995, 50 – INDOREKTAL / INDOHEXAL).

Der Senat geht bei seiner Entscheidung weiterhin von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit aus, so dass insgesamt strenge Anforderungen an den Markenabstand zu stellen sind, den die angegriffene Marke jedoch in jeder Hinsicht einhält.

Maßgebend für die Beurteilung der Markenähnlichkeit ist der Gesamteindruck der Vergleichsmarken. Dieser entspricht im Regelfall der im Markenregister eingetragenen Gesamtgestaltung, wie sie von den beteiligten Verkehrskreisen ohne analysierende Betrachtungsweise wahrgenommen wird (vgl. BGH GRUR 2002, 342 - ASTRA/ESTRA-PUREN), so dass die beiden Marken „Carve-Q“ und „KARVEA“ in ihrer Gesamtheit miteinander zu vergleichen sind.

Entgegen der Auffassung der Widersprechenden besteht hingegen für den Verkehr kein Anlass, sich bei der angegriffenen Marke allein oder maßgeblich an dem Bestandteil „Carve“ zu orientieren.

Auch soweit der Buchstabe „Q“ im medizinisch-pharmazeutischen Bereich in verschiedenen Zusammenhängen Verwendung findet, kommt ihm im Hinblick auf die von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren erkennbar keine beschreibende Bedeutung zu. Der Verkehr wird des Endbestandteil „Q“ innerhalb des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke entgegen der Auffassung der Widersprechenden aber auch nicht deshalb vernachlässigen, weil es sich dabei - was auch seitens der Inhaberin der angegriffenen Marke nicht in Abrede gestellt wird - um den Stammbestandteil einer Serienmarke handelt bzw. der Verkehr darin einen Unternehmenshinweis erkennt.

Zwar können nach der Rechtsprechung des BGH in bestimmten Branchen bei mehrteiligen Marken auf Firmen und Hersteller hinweisende Markenbestandteile im Rahmen des maßgeblichen Gesamteindrucks oftmals gegenüber den weiteren Markenbestandteilen in den Hintergrund treten, weil der Verkehr die eigentliche Produktkennzeichnung nicht in der Unternehmenskennzeichnung, sondern in dem anderen Bestandteil erblickt (vgl. dazu BGH, GRUR 1996, 406, 407 - Blendax Pep; GRUR 2001, 164, 166 - Wintergarten). Insoweit ist bereits zu beachten, dass ein entsprechender Regelsatz in dieser Form nicht existiert, zumal die Angabe der Hersteller in Form von Firmenschlagworten und Unternehmenskennzeichen vielfach am besten geeignet ist, die Hauptfunktion einer Marke zu erfüllen, nämlich auf den betrieblichen Ursprung hinzuweisen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 283; Teplitzky, WRP 2003, 415, 418 f.).

So ist der Verkehr gerade im Arzneimittelbereich aufgrund der weit verbreiteten Praxis, bei Marken einen mehr oder weniger an einen INN angelehnten produktkennzeichnenden Bestandteil mit einem Unternehmens- oder Firmenkennzeichen zu kombinieren, daran gewöhnt, dass das Unternehmenskennzeichen in Marken angesichts des beschreibenden Charakters des anderen Markenteils häufig der einzige oder der eigentlich kennzeichnende Bestandteil ist (vgl. dazu BPatG PAVIS PROMA 25 W (pat) 191/02 v. 4.5.2006 - Pantohexal/PANTO). Für die Annahme einer in den Hintergrund tretenden Herstellerangabe bzw. eines Stammbest-

standteils besteht somit in aller Regel kein Anlass, wenn der weitere Markenbestandteil wegen einer erkennbaren Anlehnung an eine Wirkstoffbezeichnung eher eine produktbeschreibende Bedeutung, weniger aber eine das Produkt markenmäßig kennzeichnende Bedeutung hat (vgl. dazu BGH GRUR 2002, 342, 344 - ASTRA/ESTRA-PUREN), wobei nicht nur eine Schutzunfähigkeit des fraglichen Bestandteils, sondern bereits eine durch warenbeschreibenden Gehalt deutlich reduzierte Kennzeichnungskraft zu dem Ergebnis führen kann, dass eine die Gesamtmarke prägende Bedeutung dieses Bestandteils und ein Zurücktreten des Unternehmenshinweises zu verneinen ist.

Eine derart im Vordergrund stehende produktbeschreibende Bedeutung kommt auch dem Bestandteil „Carve“ im Gesamteindruck der angegriffenen Marke zu. Denn es handelt sich um eine schlagwortartige Verkürzung des bei Betarezeptorenblockern, Calciumkanalblockern und Hemmstoffen des Renin-Angiotensin-Systems der Hauptgruppe 27 der Roten Liste verwendeten Wirkstoffs (INN) „Carvedilol“. Auch wenn es sich nicht um eine nachweisbar gebräuchliche und damit gänzlich schutzunfähige Abkürzung für diesen Wirkstoff handelt, ist dieser beschreibende Anklang jedenfalls für den in entscheidungserheblichem Umfang zu beachtenden Fachverkehr ohne weiteres erkennbar, da es keinen weiteren mit den Silben „Carve“ beginnende Wirkstoffbezeichnungen gibt. Im Gegensatz z. B. zu der Bezeichnung „Nitrangin“, welche ihre Kennzeichnungskraft aus der Zusammenziehung von zwei abgekürzten Fachbegriffen - und zwar einer Wirkstoffbezeichnung (Nitroglycerin) und einer Indikationsangabe (Angina) - schöpft und es zur begrifflichen Erfassung nicht nur einschlägiger Fachkenntnisse, sondern auch einer analytischen Betrachtung und sprachlicher Phantasie bedarf (vgl. BGH GRUR 1998, 815 - Nitrangin/Nitrangin ISIS), erschließt sich „Carve“ als wesentlich näher liegende und marktübliche bloße Verkürzung einer Wirkstoffbezeichnung. Die Bezeichnung „Carve“ dient daher in erster Linie dazu, ein Produktmerkmal zu bezeichnen oder zumindest anzudeuten und somit Arzneimittel mit diesem Merkmal von anderen Arzneimitteln zu unterscheiden, nicht aber die Produkte ihrer betrieblichen Herkunft nach zu individualisieren. Daher ist es wichtig, sich einen vor-

handenen weiteren Markenbestandteil einzuprägen, der zur Unterscheidung der jeweils mit demselben Wirkstoff versehenen Produkte nach dem Herstellerunternehmen geeignet erscheint. Dies gilt umso mehr, als erfahrungsgemäß schon aus Gründen der Sicherheit bei Arzneimittelbezeichnungen mit einer auf einen Bestandteil verkürzten Wiedergabe weniger zu rechnen ist, weil damit Schäden für die Gesundheit verbunden sein könnten (BGH GRUR 1995, 50 – INDOREKTAL/INDOHEXAL). Diese Umstände wirken aber einem Zurücktreten der Herstellerangabe bzw. des Unternehmenshinweises im Gesamteindruck der angegriffenen Marke entgegen und führen zu einer zumindest mitprägenden Wirkung des Bestandteils „Q“.

Dies gilt auch, soweit jedenfalls den vorliegend nicht gänzlich zu vernachlässigenden allgemeinen Verkehrskreisen die beschreibende Bedeutung von „Carve“ nicht bekannt ist. Insoweit kann bereits aus Rechtsgründen einem objektiv beschreibenden oder zumindest erkennbar an einen Fachbegriff angelehnten Markenbestandteil nicht ohne weiteres ein entscheidendes kennzeichnendes Gewicht für die Beurteilung der Kollisionsgefahr zugemessen werden. Unabhängig davon ist zu beachten, dass die angegriffene Marke in ihrer Art der Zeichenbildung einer im Arzneimittelbereich weit verbreiteten Übung entspricht, Marken in der Weise zu bilden, dass anstelle der fachsprachlich kompliziert gebildeten und zudem langen Wirkstoffbezeichnungen ein die vollständige Bezeichnung schlagwortartig verkürzendes und leichter erfassbares Wortelement, das aber die korrekte Bezeichnung repräsentieren soll, verwendet wird. Diese Art der Markenbildung führt dann aber auch ohne konkrete Kenntnis vom beschreibenden Anklang der Abkürzung „Carve“ eher zu der Vermutung, dass es sich insoweit um einen Sachhinweis mit angehängtem Herstellerhinweis handelt, wie es der Branchenübung auf dem Arzneimittelsektor entspricht.

Eine abweichende Entscheidung ist insoweit auch nicht im Hinblick auf die „Thomson Life“ Entscheidung des EuGH (GRUR 2005, 1042) geboten, wo ein Zeichen, das als Bestandteil in eine zusammengesetzte Marke oder eine komplexe Kennzeichnung aufgenommen wurde, eine selbständig kennzeichnende Stellung be-

hielt, ohne dass es das Erscheinungsbild der zusammengesetzten Marke oder komplexen Kennzeichnung dominierte oder prägte (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE; vgl. dazu auch BGH WRP 2006, 1227 - Malteserkreuz). Denn unabhängig davon, dass es im Gegensatz zu der vorgenannten Entscheidung des EuGH oder auch den seitens der Widersprechenden im Termin zur mündlichen Verhandlung vorgelegten Entscheidungen des OLG Stuttgart, MarkenR 2007, 451, „MIXI / KOHLERMIXI“ und OLG Hamburg, NJOZ 2007, 4316, „OFFROAD“ bereits an einer identischen Übernahme des Widerspruchszeichens „KARVEA“ in die angegriffene Marke mangelt, besteht die angegriffene Marke neben der Hersteller- bzw. Stammbezeichnung der Widersprechenden aus einer Bezeichnung, die - wie ausgeführt - aufgrund ihrer warenbeschreibenden Bedeutung und der damit verbundenen Kennzeichnungsschwäche nicht als produktidentifizierendes, selbständiges Kennzeichnungsmittel verstanden wird. Sie ist daher in der zusammengesetzten jüngeren Marke nicht nur nicht prägend für den Gesamteindruck, sondern hat auch keine selbständig kennzeichnende Stellung im Sinne der „Thomson Life“-Entscheidung des EuGH.

Weitere Gründe, den Bestandteil „Q“ innerhalb der angegriffenen Marke zu vernachlässigen, sind nicht erkennbar.

Sind demnach beide Marken in ihrer Gesamtheit zu vergleichen, reicht der Abstand zwischen beiden Marken sowohl in schriftbildlicher als auch klanglicher Hinsicht aus, um Verwechslungen in einem markenrechtlich relevantem Umfang auszuschließen.

Beim schriftbildlichen Vergleich steht dabei die drucktechnische Schreibweise in den beiden möglichen Formen CARVE-Q/KARVEA bzw. Carve-Q/Karvea im Vordergrund, da eine handschriftliche Wiedergabe wegen der weitgehend maschinellen Bearbeitung von Bestellungen bzw. Rezepten pharmazeutischer Produkte zunehmend an Bedeutung verliert. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Schriftbild der Marken erfahrungsgemäß besser eine ruhige oder auch wiederholte

Wahrnehmung der Bezeichnung gestattet als das schnell verklingende Wort, zumal den im Vordergrund stehenden Fachkreisen aufgrund ihrer beruflichen Praxis und Erfahrung im Umgang mit Arzneimitteln eher Abweichungen im Schriftbild auffallen und diese daher Markenverwechslungen weniger unterliegen als Endverbraucher. Bei Beachtung dieser Voraussetzungen genügt der zwischen den Marken bestehende Abstand bei drucktechnischer Schreibweise den zu stellenden Anforderungen, da nicht nur die Endbuchstaben „Q“ bzw. „A“ deutlich voneinander abweichen, sondern auch die in allen Schreibweisen groß geschriebenen Anfangsbuchstaben „C“ bzw. „K“ eine deutlich unterschiedliche Umrisscharakteristik aufweisen.

Auch in klanglicher Hinsicht sind Verwechslungen in einem markenrechtlich relevantem Umfang nicht zu befürchten. Dem bei mündlicher Wiedergabe übereinstimmenden Wortanfang „C(K)arve“ kann wegen seines ohne weiteres erkennbaren beschreibenden Sinngehalts als Hinweis auf das Indikationsgebiet der Arzneimittel und der damit verbundenen Kennzeichnungsschwäche kein entscheidendes Gewicht für die Begründung einer Verwechslungsgefahr beigemessen werden. Auch wenn dieser Bestandteil selbst nicht schutzunfähig ist, so bestimmt und beeinflusst diese (klangliche) Übereinstimmung den Gesamteindruck nicht so nachhaltig wie es bei einem reinen Phantasiebestandteil der Fall wäre. Die abweichende Schreibweise der Widerspruchsmarke mit dem Konsonanten „K“ steht dem nicht entgegen, da diese bei mündlicher Wiedergabe der Marke nicht zum Tragen kommt. Die Tatsache, dass das Präparat, für das die Widerspruchsmarke benutzt wird, den Wirkstoff „Carvedilol“ nicht enthält, ist angesichts des objektiv beschreibenden Anklangs bei mündlicher Wiedergabe der Marken ebenfalls unbeachtlich. Im übrigen enthalten ausweislich der Roten Liste Präparate des gleichen Indikationsgebiets (Hypertonie) den Wirkstoff „Carvedilol“, was das beschreibende Verständnis dieses Bestandteils als Hinweis auf den Wirkstoff sogar fördert.

Die Abweichungen am Ende beider Marken reichen auch aus, eine klangliche Verwechslungsgefahr in einem markenrechtlich relevantem Umfang auszuschließen.

ßen. Der klangstark ausgesprochene Endkonsonant „Q“ bei der angegriffenen Marke hebt sich deutlich von dem Endvokal „A“ der Widerspruchsmarke ab und führt selbst bei ungünstigeren Übermittlungsbedingungen zu einer kaum überhörbaren Abweichung im Gesamtklangbild beider Marken. Hinzu kommt, dass bei der Widerspruchsmarke aufgrund des Doppelvokals „EA“ am Ende des Markenworts nicht nur mit einer dreisilbigen und den Endvokal „A“ betonenden Aussprache i. S. von „KAR-VE-A“ zu rechnen ist; vielmehr wird ein erheblicher Teil des Verkehrs den Doppelvokal etwas verschliffen bzw. mit einer Betonung auf dem Vokal „E“ wie „KAR-VEA“ artikulieren. Dann aber kommt bereits eine Dreisilbigkeit des Wortes nicht klar zum Vorschein. Die Marke klingt vielmehr eher zweisilbig, was zu einer deutlichen Abweichung im Sprech- und Betonungsrythmus gegenüber der dreisilbig wie „Kar-ve-q“ ausgesprochenen angegriffenen Marke führt, bei der der Endkonsonant „Q“ sich klanglich deutlich von den weiteren Silben „Car-ve“ abhebt und als eigenständiger Laut am Wortende steht. Vor dem Hintergrund der Kennzeichnungsschwäche des gemeinsamen Bestandteils „C(K)arve“ reichen diese Abweichungen dann aber aus, um auch bei Berücksichtigung einer nicht zeitgleichen oder in unmittelbarer zeitlicher Abfolge erfolgenden Wahrnehmung und eines erfahrungsgemäß häufigen undeutlichen Erinnerungsbildes (vgl. dazu EuGH MarkenR 1999, 236, 239 – Lloyd/Loints) und strenger Anforderungen an den Markenabstand eine hinreichend sichere Unterscheidung beider Marken zu gewährleisten und eine klangliche Verwechslungsgefahr in einem markenrechtlich relevanten Umfang auszuschließen.

Auch die Gefahr von Verwechslungen unter dem Gesichtspunkt, dass die Marken gedanklich in Verbindung gebracht werden (§ 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG), besteht im vorliegenden Fall nicht.

Einer solchen Verwechslungsgefahr steht vorliegend bereits entgegen, dass die allein als Stammbestandteil in Betracht kommenden Marken bzw. Markenbestandteile „KARVEA“ und „Carve“ nicht wesensgleich sind (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 9 Rdnr. 325). Für die Bejahung der Wesensgleichheit

genügt nämlich nicht nur bloße Verwechselbarkeit, sondern die Abweichungen müssten derart unauffällig sein, dass sie entweder nicht bemerkt oder als Hör- oder Druckfehler gewertet würden (vgl. hierzu vgl. BGH GRUR 1996, 200 – Innovadiclophlont; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 9, Rdnr. 311, 320). Eine derart große Ähnlichkeit weisen die Vergleichswörter jedoch nicht auf. Vielmehr führt die abweichenden Anfangskonsonanten „K“ und C“ sowie zusätzliche Endvokal „A“ bei der Widerspruchsmarke zu einem unter dem Gesichtspunkt der Wesensgleichheit ausreichend deutlichen Abstand.

Zudem wäre „Carve“ wegen seines deutlichen Hinweises auf den Einsatzbereich so gekennzeichnete medizinisch-pharmazeutischer Waren und Dienstleistungen originär nicht geeignet, in diesem Bereich als Unternehmenshinweis oder Stammbestandteil einer Zeichenserie der Widersprechenden zu wirken und beim Publikum den Eindruck zu erwecken, die fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen stammten aus demselben Betrieb oder wenigstens aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Bayer

Eisenrauch

Merzbach

Na