

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 97/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 396 40 727

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. Mai 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Grabrucker und Martens

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die seit dem 21. Januar 1997 für zahlreiche Waren der Klassen 29, 30 und 32, u.a. für

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

eingetragene Marke 396 40 727

EGEMEN

ist Widerspruch eingelegt aus der Marke 2 041 253

Egerer

eingetragen seit dem 26. Juli 1993 für

Beherbergung und Bewirtung von Gästen; Bier, alkoholfreie Getränke; Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren, insbesondere Getränken; Marketing; Unternehmens- und Personalberatung, Verteilung von Waren zu Werbezwecken.

Die Markenstelle hat den Widerspruch mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen, da trotz teilweiser identischer Waren die Marken einen ausreichenden Abstand einhielten.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem Antrag

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Die Widersprechende hat die Beschwerde nicht begründet und auch im Widerspruchsverfahren vor der Markenstelle keine Stellungnahme abgegeben.

Der Markeninhaber hat sich im Beschwerdeverfahren ebenfalls nicht geäußert.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, aber nicht begründet. Auch nach Ansicht des Senats besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Absatz 1 Nr 2 MarkenG zwischen den einander gegenüberstehenden Kennzeichnungen.

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr nach dieser Vorschrift impliziert eine Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (BGH BIPMZ 1999, 226 "LION DRIVER").

Was die zu vergleichenden Waren betrifft, ist nach der hier maßgeblichen Registerlage bezüglich der beiderseitigen Waren der Klasse 32 von teilweise identischen Produkten auszugehen. Darüber hinaus sind einzelne Lebensmittel - und zwar insbesondere feine Backwaren und Konditorwaren bzw Speiseeis - als ohne weiteres ähnlich mit der Dienstleistung Bewirtung von Gästen der Widersprechenden anzusehen.

Auch wenn damit an den von der jüngeren Marke einzuhaltenden Abstand strengere Anforderungen zu stellen sind, hält die angegriffene Marke vor dem Hintergrund einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke noch den erforderlichen deutlichen Abstand ein, um eine Verwechslungsgefahr ausschließen zu können. Was die zu berücksichtigenden Verkehrskreise angeht, ist auf den Durchschnittsverbraucher der betreffenden Art von Waren oder Dienstleistungen abzustellen, wobei angesichts der eher geringwertigen Waren des täglichen Bedarfs erfahrungsgemäß mit einer gewissen Flüchtigkeit zu rechnen ist und abgesehen davon nicht unberücksichtigt bleiben kann, daß der Durchschnittsverbraucher nur selten die Möglichkeit hat, verschiedene Marken unmittelbar zu vergleichen (BGH MarkenR 00, 140, 144 "ATTACHE/TISSERAND").

Zwar weisen beide Markenwörter eine identische Vokalfolge mit übereinstimmendem Wortanfang auf. Dieser formale Gesichtspunkt wirkt sich jedoch nicht entscheidend auf den klanglichen Gesamteindruck der Markenwörter aus. Vielmehr wird dieser gleichermaßen durch die abweichenden Konsonantenfolgen der zweiten und dritten Silben mitbestimmt. Zu den klanglichen Unterschieden treten begriffliche Abweichungen hinzu, die ein Auseinanderhalten der beiden Marken weiter unterstützen. Die angegriffene Marke besteht aus dem türkischen Begriff für "Herrscher, Souverän" (vgl. Langenscheidt, Taschenwörterbuch Türkisch), der zumindest einem Teil der von den Waren in erster Linie angesprochenen türkischsprachigen Verkehrskreisen geläufig ist. Demgegenüber wirkt die Widerspruchsmarke wie ein Eigenname aus dem süddeutschen Sprachraum und weckt daher - wenn überhaupt - abweichende Assoziationen.

Angesichts der geringen Markenähnlichkeit kann damit auch vor dem aufgezeigten Warenhintergrund eine Verwechslungsgefahr ausgeschlossen werden.

Für eine abweichende Beurteilung der Sach- und Rechtslage fehlte es mangels Vorbringen der Widersprechenden an jeglichem Anhaltspunkt.

Im Ergebnis war die Beschwerde damit unter allen rechtlichen wie tatsächlichen Gesichtspunkten zurückzuweisen. Zu einer Kostenauflegung bestand kein Anlaß (§ 71 Abs. 1 S. 1 MarkenG).

Stoppel

Grabrucker

Martens

Fa