

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 345/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
20. Juni 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung F 42135/28 Wz

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) am 20. Juni 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler sowie die Richter Dr. Albrecht und Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen das am 16. Februar 1993 angemeldete und noch für die Waren und Dienstleistungen

Spielwaren, Spiele, auch Gesellschaftsspiele, Bekleidungsstücke, insbesondere Sportbekleidungsstücke, Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Schreibwaren, Zeichen- und Malbedarf, nämlich Farben, Pinsel, Farbstifte, Wachsstifte, Malbücher und andere gedruckte Malvorlagen; Druckereierzeugnisse, nämlich Bücher, Broschüren, Hefte und Blocks unterhaltenden und belehrenden Inhalts; Bastelbögen; Spielkarten; Aufkleber aus Papier, Folie oder Plastik; Rubbelbilder, Bügelbilder, Abziehbilder und andere Transferdrucke; Kosmetika, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Parfümerien, Haarwässer und Haarlotionen, Seifen, Zahnputzmittel; Textilwaren (soweit in Klasse 24 enthalten); Regenschirme, Reise- und Handkoffer, Reisetaschen, Schultaschen, Geldbeutel, Pferdegeschirr; Bestecke, Gabeln und Löffel; Musikinstrumente; Futtermittel; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte, Biere; alkoholische Getränke, nämlich Weine, Sekte;

Feuerzeuge; Werbung, Werbemittlung; Veranstaltung und
Vermittlung von Reisen; Filmproduktion

beanspruchte Wortzeichen

Drolly Dinos

ist Widerspruch erhoben aus der am 24. Februar 1992 angemeldeten Wort-Bild-
Marke 2 085 948

siehe Abb. 1 am Ende

die seit 24. November 1994 eingetragen ist für:

Parfümerien, ätherische Öle, Desod(or)ierungsmittel für den persönlichen Gebrauch, Rasierwasser, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Mittel zur Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haare, Haarwässer, Seifen, Zahnputzmittel; Wasch- und Bleichmittel; Einweich- und Vorwaschmittel, Wäscheweichmacher, Wäschepflegemittel; Reinigungs- und Pflegemittel für Textilien, Teppiche, Polster; Reinigungs- und Pflegemittel (ausgenommen Öle und Fette) für Leder, Fußbodenreinigungsmittel, Geschirrspülmittel, Fleck(en)entfernungsmittel, Bügelhilfsmittel, WC-Reinigungsmittel, Schleifmittel.

Die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr mit Beschluss vom 22. März 1999 zurückgewiesen und ausgeführt, im Gesamteindruck kämen sich die Marken nicht nahe. Zwar sei "Dino" in der jüngeren Marke wesensgleich enthalten, es könne aber nicht isoliert herausgegriffen werden. Wortsinn sowie Anlautwiederholung machten "Drolly Dinos" zu einer insgesamt zu beurteilenden Gesamtheit.

Sie hat dagegen Beschwerde eingelegt, zu deren Begründung sie vor allem darauf abstellt, die Waren seien teilweise identisch. In der angegriffenen Marke sei allein "Dinos" kennzeichnend, weil "Drolly" ein Eigenschaftswort iSv "drollig" sei. "Dino" sei jedenfalls in der Warenklasse 3 nicht verbraucht. Die Widersprechende verteidige ihr Zeichen intensiv. Auch aus der Widerspruchsmarke greife der Verbraucher den Wortbestandteil "Dino" heraus. "Dinos" sei als Pluralform von "Dino" damit verwechselbar. Im übrigen sei auch eine assoziative Verwechslungsgefahr gegeben.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Demgegenüber stellt die Anmelderin den Antrag,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Ansicht, "Dinos" sei die Kurzform für "Dinosaurier" und könne daher nicht als kollisionsbegründend herangezogen werden. Eine Flut von "Dino"-Marken habe dieses Wort verbraucht. In "Drolly Dinos" verbinde außerdem die Alliteration beide Wörter so, dass "Dinos" nicht selbständig verwechslungsfördernd sei.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angegriffene Marke ist nicht nach § 9 Abs 1 Nr 2, § 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG zu löschen, weil sie der Widerspruchsmarke nicht so ähnlich ist, dass für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht.

Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (vgl BGH MarkenR 2000; 359 - Bayer/BeiChem).

Die angegriffene Marke hält von der Widerspruchsmarke trotz teilweiser Warenidentität und trotz normalen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke einen ausreichenden Abstand ein. Die Marken unterscheiden sich nämlich in ihrer Gesamtheit vom Bild und vom Klang her deutlich.

Der Verkehr wird sich zwar bei der Widerspruchsmarke am Wortbestandteil "Dino" orientieren, weil dies die einfachste Form der Bezeichnung ist. Aus dem angegriffenen Zeichen aber kann der Bestandteil "Dinos" nicht selbständig kollisionsbegründend herausgegriffen werden, weil er den Gesamteindruck nicht prägt (BGH BIPMZ 1996, 180 - Springende Raubkatze). Gleichgewichtige Teile aber sind nicht selbständig kollisionsbegründend (BGH GRUR 1996, 777 - JOY/Foot-Joy). Die Markenstelle hat "Drolly Dinos" zutreffend als Einheit angesehen. Dafür spricht vor allem, dass "Drolly" nicht unbedingt als Adjektiv verstanden werden muss. Zwar klingt es ähnlich wie das deutsche "drollig", es ähnelt aber auch Vornamen, wie Dolly, und wirkt sonst, insbesondere auf den unaufmerksamen Verbraucher, als Phantasiewort. Hinzu kommt die Verbindung durch den gleichen Anlaut D.

"Drolly Dinos" spricht sich insgesamt leicht, weil es aus zwei zweisilbigen Wörtern besteht. Damit besteht kein Bedürfnis nach Vereinfachung und Verkürzung.

"Drolly" ist im Kontext mit den Waren der beiden Marken, die identisch oder gleich sind, in seiner Kennzeichnungskraft – wenn überhaupt – jedenfalls nicht so geschwächt, dass daneben "Dinos" in den Vordergrund träte.

Somit hat die Markenstelle eine unmittelbare Verwechslungsgefahr zutreffend verneint.

Für eine begriffliche Verwechslungsgefahr zwischen der Wortmarke "Drolly Dinos" und der aus Wort und Bild bestehenden Widerspruchsmarke wäre es notwendig, dass "Drolly Dinos" eine naheliegende, ungezwungene und erschöpfende Benennung der Widerspruchsmarke ist (BGH GRUR 1999, 990 - Schlüssel). Das ist hier nicht der Fall, denn es bietet sich eine ganze Reihe von anderen möglichen Wörtern zur Bildumschreibung an, wie putzig, nett, lustig etc "Drolly" ist als englisches Wort ohnehin keine ungezwungene Bezeichnung und durch die Graphik in keiner Weise vorgegeben.

Es liegt auch keine Verwechslungsgefahr auf Grund gedanklicher Verbindung vor. § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG rechtfertigt es nicht, jede gedankliche Verbindung als relatives Schutzhindernis anzusehen. Die menschliche Fähigkeit, sprachliche Assoziationen herzustellen, ist so unbegrenzt und unerschöpflich, dass es dem Markenanmelder andernfalls unmöglich wäre, vor Anmeldung seiner Marke Abgrenzungen vorzunehmen (BGH GRUR 1996, 200 - Innovadiclophlont/Dis-clophlogont; vgl auch aaO - Springende Raubkatze).

Keinesfalls liegt eine assoziative Verwechslungsgefahr immer schon dann vor, wenn die zu vergleichenden Marken ähnliche - aber nicht prägende - Bestandteile enthalten. Eine andere Beurteilung hätte eine dem Gebot der Rechtssicherheit zuwiderlaufende Ausdehnung des Begriffs der Verwechslungsgefahr zur Folge.

Hier kann nicht festgestellt werden, dass sich eine gedankliche Verbindung unmittelbar aufdrängt. Es wären mehrere Gedankenschritte erforderlich, um die angegriffene Marke mit der Widerspruchsmarke in Verbindung zu bringen. Das Bild der Widerspruchsmarke müsste mit der Umschreibung "drolliger Dinosaurier"

in der Erinnerung gespeichert sein, und "Dinosaurier" müsste auf "Dino" verkürzt werden. Zwar ist der graphisch dargestellte Dinosaurier niedlich und putzig, es ist aber nicht zwingend, dies mit "drollig" zu beschreiben. Hinzu kommt, dass derjenige, der zu einer solchen Bildbeschreibung kommt, zwangsläufig auch das Bild im Gedächtnis haben müsste, was von einer Verwechslungsgefahr mit einer reinen Wortmarke noch weiter wegführt.

In "Drolly Dinos" werden die Verbraucher nicht unbedingt die Pluralform Abkürzung von "Dinosaurier" sehen, sondern möglicherweise einen Namen oder ein Phantasiewort, was dann eine gedankliche Verbindung verhindert.

Eine Verwechslungsgefahr als Serienzeichen ist ebenfalls nicht gegeben. Die Widersprechende verfügt nicht über mehrere prioritätsältere Marken, welche einen Stamm erkennen lassen, aus dem "Drolly Dinos" abgeleitet sein könnte. Jedenfalls fehlt dazu ein substantiiertes Vortrag der Widersprechenden.

Zu einer Kostenauflegung bestand kein Anlass (§ 71 Abs 1 Satz 3 MarkenG).

Winkler

Sekretaruk

Dr. Albrecht

Hu

Abb. 1

