



# BUNDESPATEENTGERICHT

24 W (pat) 127/02

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 398 38 946**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 6. Mai 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke

## **KURAVIT**

ist für die Waren

"Seifen, Parfümerien, insbesondere Desodorierungsmittel für den persönlichen Gebrauch, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege einschließlich Kosmetika, Badesalze oder Badezusätze, Dusch- oder Massagegels, Haarwaschmittel, Hautcremes oder -milch; mit Flüssigkeiten getränkte Tücher aus Zellstoff oder Papier, nämlich mit einer Reinigungs- oder parfümierten Flüssigkeit oder getränkt mit kosmetischen oder pharmazeutischen Lotionen, insbesondere als Erfrischungstücher, Aromatücher, Putztücher oder Mückentücher; diätetische Erzeugnisse und Nahrungsergänzungsmittel für medizinische und nichtmedizinische Zwecke mit für den menschlichen Körper notwendigen Spurenelementen, insbesondere Vitamin- und/oder Spurenelemente ent-

haltende Tabletten, Pulver oder Kapseln, einschließlich Multivitaminpräparaten, in Form von Brausetabletten, Kautabletten, Gelatinekapseln oder Brausepulver; Arzneimittel, soweit ordnungsfrei verkäuflich; mit Flüssigkeiten getränkte Tücher aus Zellstoff oder Papier, nämlich mit einer Reinigungs- oder parfümierten Flüssigkeit oder getränkt mit kosmetischen oder pharmazeutischen Lotionen, insbesondere als Erfrischungstücher, Aromatücher, Putztücher oder Mückentücher."

unter der Nummer 398 38 946 in das Register eingetragen worden.

Dagegen hat die Inhaberin der prioritätsälteren, für die Waren

"Arzneimittel, pharmazeutische Präparate, chemische und pharmazeutische Erzeugnisse für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke und für die Gesundheitspflege; vitamin- und mineralstoffhaltige Präparate als Nahrungsergänzungsmittel für medizinische und nicht-medizinische Zwecke."

eingetragenen Wortmarke 396 19 759

### **PLURAVIT**

Widerspruch erhoben.

Mit Beschluß vom 5. Oktober 2000 hat die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts aufgrund des Widerspruchs die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für alle Waren mit Ausnahme von "Parfümerien, insbesondere Desodorierungsmittel für den persönlichen Gebrauch" angeordnet. Im Umfang der angeordneten Teillöschung bestehe Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG. Nach der maßgeblichen Registerlage könnten sich Mar-

ken insoweit auf identischen oder im engeren bis mittleren Ähnlichkeitsbereich liegenden Waren begegnen. Die Widerspruchsmarke habe normale Kennzeichnungskraft, da es sich trotz beschreibender Anklänge um eine insgesamt hinreichend fantasievolle Wortkombination handle. Den mithin zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr erforderlichen beachtlichen Abstand hielten die Marken in klanglicher Hinsicht nicht ein. Die Markenwörter stimmten bis auf die Anfangslaute "K/PL" in der Klangfolge (-URAVIT) und der Betonung überein. Auch als klangstarke Konsonanten am stärker beachteten Wortanfang seien die abweichenden Laute im Gesamteindruck nicht derart prägnant, um angesichts der wesentlich überwiegenden Gemeinsamkeiten ein sicheres Auseinanderhalten der Marken zu gewährleisten.

Die hiergegen eingelegte Erinnerung der Inhaberin der angegriffenen Marke ist mit Beschluß derselben Markenstelle vom 4. April 2002, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, zurückgewiesen worden. Die Erinnerungsprüferin bestätigt im wesentlichen den angegriffenen Erstbeschluß und führt ergänzend aus, daß auch die im Erinnerungsverfahren gemäß Hilfsantrag eingeschränkten Waren trotz gruppenmäßig indizierter Unterschiede noch einen mittleren Abstand zu den Waren der Widerspruchsmarke aufwiesen. Der einzige Klangunterschied in den Anfangskonsonanten könne angesichts der übrigen Übereinstimmungen Verwechslungen nicht ausschließen. Auch wenn die Übereinstimmung in dem Bestandteil "VIT" nicht so stark ins Gewicht falle, müßten solche, an beschreibende Angaben angelehnte Elemente gleichwohl berücksichtigt werden. Begriffsanklänge in den Anfangsbestandteilen ergäben sich erst nach analysierender Betrachtung und wirkten sich daher nicht kollisionsmindernd aus.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke. Sie ist der Meinung, daß zwischen den Marken keine Verwechslungsgefahr bestehe. Sie unterschieden sich hinreichend in den ohnehin stärker beachteten Anfangsbestandteilen "KURA-/PLURA-", wobei die Endsilbe "-VIT" der Marken von Haus aus kennzeichnungsschwach sei und der Verkehr daher den Eingangsbestandteilen

besondere Beachtung schenken werde. Neben den weder klanglich noch schriftbildlich verwechselbaren Buchstaben "K/PL" stünden sich gerade in den Anfangsteilen völlig unterschiedliche Begriffe gegenüber (Kura = Sorge; Plura = vielseitig), wodurch selbst bei überlappenden Waren eine Verwechslungsgefahr ausgeschlossen werde.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt (sinngemäß),

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und den Widerspruch vollständig zurückzuweisen,  
wobei hilfsweise folgendes eingeschränktes Warenverzeichnis der angegriffenen Marke zugrundegelegt werden soll:

"Klasse 3

Seifen, Parfümerien, insbesondere Desodorierungsmittel für den persönlichen Gebrauch, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege einschließlich Kosmetika, Badesalze oder Badeszusätze, Dusch- oder Massagegels, Haarwaschmittel, Hautcremes oder -milch; (alle vorgenannten Waren für nicht medizinische Zwecke)

Klasse 5

Diätetische Erzeugnisse und Nahrungsergänzungsmittel für medizinische und nichtmedizinische Zwecke mit für den menschlichen Körper notwendigen Spurenelementen, insbesondere Vitamin- und/oder Spurenelemente enthaltende Tabletten, Pulver oder Kapseln, einschließlich Multivitaminpräparaten, in Form von Brausetabletten, Kautabletten, Gelatinekapseln oder Brausepulver; Arzneimittel (alle vorgenannten Waren der Klasse 5 beschränkt auf solche, die ordnungsfrei verkäuflich sind)

Klasse 3/21

Mit Flüssigkeiten getränkte Tücher aus Zellstoff oder Papier, nämlich mit einer Reinigungs- oder parfümierten Flüssigkeit oder getränkt mit kosmetischen oder pharmazeutischen Lotionen, insbesondere als Erfrischungstücher, Aromatücher, Putztücher oder Mückentücher"

Die Widersprechende hat sich zu der Beschwerde nicht geäußert und keine Anträge gestellt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Zwischen den Marken besteht auch nach Auffassung des Senats im Umfang der in dem angefochtenen Beschluß angeordneten Teillöschung Verwechslungsgefahr im Sinn von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so daß ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st Rspr, vgl ua EuGH GRUR 1998, 387, 389 "Sabèl/Puma"; GRUR 1998, 922, 923 "CANON"; BGH GRUR 2000, 506, 508 "ATTACHÉ/TISSERAND"; GRUR 2001, 507, 508 "EVIAN/REVIAN"; GRUR 2002, 542, 543 "BIG").

Auch unter Berücksichtigung der hilfsweise beantragten Einschränkung des Warenverzeichnisses werden die für die angegriffene Marke registrierten Waren überwiegend teils identisch, teils im engeren, im übrigen zumindest im normalen Ähnlichkeitsbereich von den für die Widerspruchsmarke im Bereich der Klasse 5 geschützten Warenoberbegriffen erfaßt. Bezüglich des gemäß Hilfsantrag nach den Waren der Klasse 3 der angegriffenen Marke aufzunehmenden Zusatzes "alle Waren für nichtmedizinische Zwecke" hat die Erinnerungsprüferin zutreffend festgestellt, daß dadurch allenfalls ein gewisser gruppenmäßiger Abstand zu den Waren der Widerspruchsmarke geschaffen wird. Gleichwohl können "Seifen, ätherische Öle sowie Mittel zur Körper- und Schönheitspflege für nichtmedizinische Zwecke" speziell zu den für die Widerspruchsmarke eingetragenen "chemischen Erzeugnissen für die Gesundheitspflege" angesichts insoweit möglicher Berührungspunkte und Gemeinsamkeiten hinsichtlich stofflicher Beschaffenheit, Verwendungszweck (im weiteren Sinn), Herstellungsstätten, Vertriebswege und Verkaufsstätten durchaus noch Warennähe aufweisen. Der weiterhin hilfsweise beantragte Zusatz "alle vorgenannten Waren der Klasse 5 beschränkt auf solche, die verordnungsfrei verkäuflich sind" betrifft im wesentlichen nur die Verkaufsmodalitäten, hat jedoch keinen substantiellen Einfluß auf die insoweit bestehende Identität bzw hochgradige Ähnlichkeit der hiervon betroffenen diätetischen Erzeugnisse und Nahrungsergänzungsmittel der angegriffenen Marke zu den entsprechenden diätetischen Erzeugnissen und Lebensmitteln sowie Nahrungsergänzungsmitteln der Widerspruchsmarke. Schließlich ist zwischen den übrigen, nicht von der hilfsweisen Einschränkung betroffenen Waren der angegriffenen Marke, nämlich "mit einer Reinigungs- oder parfümierten Flüssigkeit oder mit kosmetischen oder pharmazeutischen Lotionen getränkten Tüchern aus Zellstoff oder Papier", und den für die Widerspruchsmarke registrierten "chemischen und pharmazeutischen Erzeugnissen für die Gesundheitspflege", worunter auch mit Flüssigkeiten (zB mit pharmazeutischen oder sonstigen der Gesundheitspflege dienenden Flüssigkeiten) getränkte Tücher fallen können, teilweise Identität bzw enge Ähnlichkeit, zumindest aber normale Ähnlichkeit möglich.

Ferner hat die Markenstelle der Widerspruchsmarke zutreffend durchschnittliche Kennzeichnungskraft beigemessen, da es sich trotz gewisser beschreibender Anklänge in den Wortbestandteilen insgesamt um eine nach Sprachform und Aussagegehalt hinreichend phantasievolle Begriffsbildung handelt.

Angesichts der dargelegten kollisionsfördernden Faktoren hat die Markenstelle zu Recht einen deutlichen Markenabstand für notwendig erachtet, um eine relevante Verwechslungsgefahr ausschließen zu können. Einen solchen hält die angegriffene Marke jedoch auch nach Auffassung des Senats in klanglicher Hinsicht nicht mehr von der Widerspruchsmarke ein.

So weisen die Markenwörter "KURAVIT" und "PLURAVIT" in dem für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr maßgeblichen Gesamteindruck (vgl. BGH GRUR 2000, 506, 508 "ATTACHÉ/TISSERAND"; GRUR 2002, 167, 169 "Bit/Bud") eine hochgradige phonetische Ähnlichkeit auf. Sie stimmen bis auf die abweichenden Anfangskonsonanten "K-/PL-" in ihrem Lautbestand ("-URAVIT") sowie in ihrem Sprech- und Betonungsrhythmus überein, wobei zudem die Konsonanten "K" und "P" als jeweils stimmlose Augenblicks-Sprenglaute klangverwandt sind.

Zwar ist der Inhaberin der angegriffenen Marke zuzugeben, daß es sich bei der gemeinsamen Schlußsilbe "VIT" um einen in einschlägigen Drittmarken häufig verwendeten, auf "Vitamine" hinweisenden, kennzeichnungsschwachen Zeichenbestandteil handelt, wodurch die Aufmerksamkeit des Verkehrs vermehrt auf die ohnehin regelmäßig stärker beachteten Zeichenanfänge gelenkt wird. Gleichwohl darf nicht verkannt werden, daß zum klanglichen Gesamteindruck auch kennzeichnungsschwache Wortelemente beitragen (BGH GRUR 1996, 200, 201 "Innovadiclophlont"; Mitt 1999, 274, 275 "MONOFLAM/POLYFLAM"). Sie sind deshalb beim Ähnlichkeitsvergleich der Marken angemessen mit zu berücksichtigen und können im Zusammenhang mit weiteren Ähnlichkeiten als zusätzlicher Grund für die Bejahung der Verwechslungsgefahr Bedeutung erlangen (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 9 Rdn 152). Dies trifft im vorliegenden Fall zu,



da aus der weitgehenden phonetischen Übereinstimmung auch der vorderen Wortbestandteile "KURA-/PLURA-" zusammen mit der gemeinsamen Endung "-VIT" eine insgesamt verwechselbar ähnliche Klangwirkung der Markennamen resultiert.

Soweit sich die Inhaberin der angegriffenen Marke außerdem auf den unterschiedlichen Begriffsgehalt der Anfangsbestandteile "KURA-/PLURA-" beruft, mögen die darin erkennbaren Anklänge an "Kur", "kurieren" oder "kurativ" sowie an "Plural" oder "Pluralität" dem Verkehr in gewissem Umfang eine die Markenunterscheidung erleichternde Merkhilfe bieten. Eine entscheidend kollisionsmindernde Wirkung läßt sich daraus jedoch nicht ableiten, da sich ein bestimmter Begriffsgehalt der Wortbestandteile nicht sofort und unmißverständlich deutlich aufdrängt, sondern lediglich relativ vage Begriffsanklänge zutage treten (BGH GRUR 1995, 50, 52 "Indorektal/Indohexal"). Abgesehen davon verhindert vorliegend die hochgradige klangliche Übereinstimmung der Markennamen, daß der abweichende Sinngehalt die Gefahr von Verwechslungen mit hinreichender Sicherheit ausschließen kann, da demjenigen, der sich infolge der großen Klangähnlichkeit verhält, entweder der Sinngehalt überhaupt nicht oder aber der falsche Begriff zum Bewußtsein kommt (vgl BPatG GRUR 1996, 496, 499 "PARK/Jean Barth").

Aus den dargelegten Gründen muß die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke erfolglos bleiben.

Es besteht kein Anlaß, einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§71 Abs 1 MarkenG).

Dr. Ströbele

Guth

Kirschneck

Bb