



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 182/03

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 300 20 106**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. Dezember 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Die Marke

**Aura-Care**

ist unter der Nummer 300 20 106 für die Waren und Dienstleistungen

„Parfümerien; Gesundheitspflege; Schönheitspflege; Präparate für die Gesundheitspflege“

in das Register eingetragen worden.

Dagegen ist Widerspruch erhoben von der Inhaberin der Marke 685 031

**Aura**

deren Warenverzeichnis lautet:

Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, ätherische Öle, Toilettenseife, Waschmittel mit Ausnahme auf der Grundlage von Kohlenwasserstoff, Bleichmittel, Stärke und Stärkeerzeugnisse für die Wäsche, Farbzusätze zur Wäsche“.

Die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Löschung der Marke 300 20 106 angeordnet, weil sie der Widerspruchsmarke 685 031 verwechselbar nahe komme. Die von der jüngeren Marke beanspruchten Waren seien mit den Waren der Widerspruchsmarke identisch, hinsichtlich der Dienstleistungen bestehe Ähnlichkeit zu den „Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege“. Bei dieser Ausgangslage weise die angegriffene Marke „Aura-Care“ nicht den erforderlichen Abstand zu der durchschnittlich kennzeichnungskräftigen älteren Marke „Aura“ auf. Der Gesamteindruck der jüngeren Marke werde allein durch den Bestandteil „Aura“ geprägt, wohingegen der weitere Bestandteil „Care“ vom Verkehr ohne weiteres als der auch im Inland geläufige englische Begriff für „Pflege“ erkannt werde. Insofern sei damit zu rechnen, daß die Vergleichsmarken in erheblichem Umfang unmittelbar verwechselt würden.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke. Nach ihrer Auffassung weist der Begriff „Aura“ auf dem vorliegenden Gebiet deutliche beschreibende Anklänge auf. Darüber hinaus sei die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durch zahlreiche andere „Aura“-Marken verwässert. Insofern reichten schon geringfügige Abweichungen aus, um eine Verwechslungsgefahr zu beseitigen. Dem werde die jüngere Marke gerecht. Eine Übereinstimmung bestehe lediglich in dem Bestandteil „Aura“. Darüber hinaus träten die Vergleichsmarken dem Verkehr in unterschiedlichem Schriftbild entgegen. Die angegriffene Marke werde in Normalschrift wiedergegeben, die Widerspruchsmarke dagegen in Großbuchstaben.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt (sinngemäß),

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben und den Widerspruch aus der Marke 685 031 zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde der Markeninhaberin zurückzuweisen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Markeninhaberin ist in der Sache nicht begründet. Wie die Markenstelle mit Recht angenommen hat, besteht zwischen der Marke „Aura-Care“ und der Widerspruchsmarke „Aura“ unmittelbare Verwechslungsgefahr (§ 42 Abs. 2 Nr. 1 i.V.m. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Ob Verwechslungsgefahr vorliegt, ist nach der Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofs als auch des Bundesgerichtshofs unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalles zu beurteilen. Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit die Identität oder Ähnlichkeit der zum Vergleich stehenden Marken sowie der von diesen erfaßten Waren oder Dienstleistungen. Darüber hinaus ist die Kennzeichnungskraft der älteren Marke und – davon abhängig – der dieser im Einzelfall zukommende Schutzzumfang in die Betrachtung mit einzubeziehen. Dabei impliziert der Begriff der Verwechslungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren (vgl. EuGH GRUR Int. 1999, 734, 736 „Lloyd“; GRUR 1998, 387, 389 „Sabèl/Puma“; BGH GRUR 2004, 783, 784 „NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX“; GRUR 2004, 235, 237 „Davidoff II“; GRUR 2002,

1067, 1068 „DKV/OKV“, jeweils m.w.N.). Nach diesen Grundsätzen kann im vorliegenden Fall eine Verwechslungsgefahr nicht verneint werden.

Die Markenstelle ist zutreffend davon ausgegangen, daß sich die Vergleichsmarken im Bereich der „Parfümerien“ auf identischen Waren begegnen können. Die von der jüngeren Marke des weiteren beanspruchten „Präparate für die Gesundheitspflege“ können sich mit den „Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege“ der Widerspruchsmarke überschneiden und insoweit mit diesen ebenfalls identisch sein; im übrigen bewegen sich diese Waren im engsten Ähnlichkeitsbereich. Im Ähnlichkeitsbereich der „Mittel zur Körper- und Schönheitspflege“ der Widerspruchsmarke liegen schließlich auch die Dienstleistungen „Gesundheitspflege“ und „Schönheitspflege“ (vgl. für „Schönheitspflege“ Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 12. Aufl., S. 392 r.Sp., Stichwort „Schönheitssalon“; zur Ähnlichkeit von „Gesundheitspflege“ und „Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege“ s. Senatsbeschuß v. 15. Januar 2002, 24 W (pat) 55/01).

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist von der Markenstelle in Übereinstimmung mit dem Senatsbeschuß vom 20. Juni 2000 (24 W (pat) 133/99) mit Recht als durchschnittlich eingestuft worden. Die hiergegen vorgebrachten Einwände der Markeninhaberin greifen nicht durch. Der Begriff „Aura“ weist im Hinblick auf die von der Widerspruchsmarke erfaßten Waren, insbesondere die „Mittel zur Körper- und Schönheitspflege“, allenfalls einen entfernten beschreibenden Anklang in dem Sinne auf, daß entweder diese Waren selbst von einer Aura umgeben seien oder – naheliegender – die Verwendung dieser Waren ihrem Benutzer eine gewisse Aura verleihe. Ein konkretes Merkmal der Waren der Widerspruchsmarke wird damit indessen nicht beschrieben. Insoweit ist es nicht gerechtfertigt, der Widerspruchsmarke schon von Hause aus nur eine geringe Kennzeichnungskraft zuzuschreiben.

Aber auch eine nachträgliche Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durch Drittmarken kann nicht festgestellt werden. Die Aufzählung

von zehn „Aura“-Marken in der Beschwerdebeurteilung vom 23. Mai 2003 ist insoweit schon deswegen nicht aussagekräftig, weil sie nicht erkennen lässt, ob diese Marken Dritten gehören. Zudem ist über die Benutzung dieser Marken weder etwas vorgetragen noch sonst bekannt. Auf dieser Grundlage kann nicht von einer relevanten Schwächung der Kennzeichnungskraft ausgegangen werden (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn. 312 ff.).

Bei dieser Ausgangslage hat die angegriffene Marke einen deutlichen Abstand zu der Widerspruchsmarke einzuhalten. Diesen Anforderungen wird sie vor allem in klanglicher Hinsicht nicht gerecht. Zwar unterscheidet sich die Marke „Aura-Care“ in ihrer Gesamtheit ausreichend von der älteren Marke „Aura“. Eine Verwechslungsgefahr kommt jedoch auch dann in Betracht, wenn sich die Vergleichsmarken nur in einem von mehreren Bestandteilen verwechselbar nahe kommen, sofern der betreffende Bestandteil den Gesamteindruck der Marke (bzw. gegebenenfalls beider Marken) prägt (vgl. Ströbele/Hacker, aaO, § 9 Rn. 371 ff. m.w.N.). Im vorliegenden Fall wird der klangliche Gesamteindruck der angegriffenen Marke allein durch den Bestandteil „Aura“ geprägt.

Die angegriffene Marke ist ersichtlich aus den Bestandteilen „Aura“ und „Care“ zusammengesetzt. Der Bestandteil „Care“ ist der englischen Sprache entnommen und bedeutet soviel wie „Pflege“. In diesem Sinne wird der Bestandteil „Care“ im inländischen Geschäftsverkehr mit Waren und Dienstleistungen der hier relevanten Art überaus häufig benutzt. Dies hat die Markenstelle zutreffend dargelegt. Als glatt beschreibende Angabe trägt der Markenbestandteil „Care“ nichts zum kennzeichnenden Gesamteindruck der angegriffenen Marke bei. Dieser wird somit ausschließlich durch den – wie ausgeführt durchschnittlich kennzeichnungskräftigen – Bestandteil „Aura“ bestimmt.

Der genannte Bestandteil stimmt mit der Widerspruchsmarke klanglich vollständig überein. Verwechslungen sind bei dieser Sachlage unvermeidlich.

Es bestand kein Anlaß, einer der Beteiligten die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Dr. Ströbele

Kirschneck

Dr. Hacker

Bb