



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 67/03

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 300 11 951.8**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 12. August 2004 unter Mitwirkung der Richterin Sredl als Vorsitzende sowie des Richters Engels und der Richterin Bayer

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

Die zur farbigen Eintragung angemeldete Wort-/Bildmarke



ist am 25. Januar 2001 für die Waren "Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer, Zahnputzmittel; Pharmazeutische Erzeugnisse; Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees); Konfitüren, Fruchtmuse; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette" in das Markenregister eingetragen worden. Die Veröffentlichung der Eintragung erfolgte am 1. März 2001.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der älteren, am 10. November 1995 für die Waren "Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost, Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke" eingetragenen Marke 2 098 905

## **DEDREI.**

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss vom 28. November 2002 den Widerspruch mangels bestehender Ver-

wechslungsgefahr zurückgewiesen. Ausgehend von einer teilweise möglichen Identität der Waren, einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und insoweit strengen Anforderungen an den Markenabstand sei ein ungestörtes Nebeneinander der Marken in jeder Hinsicht gewährleistet. Diese unterschieden sich nach dem jeweiligen maßgeblichen Gesamteindruck auch dann noch hinreichend voneinander, wenn zugunsten des Widersprechenden davon ausgegangen werde, dass sich im Rahmen der klanglichen Ähnlichkeitsprüfung lediglich die Wortelemente „3E“ und „DEDREI“ kollisionsbegründend gegenüberstünden. Insoweit stimmten die Marken zwar in der Silbenzahl und dem Element „-DREI“ überein. Gleichwohl komme diesem Zeichenteil in der Widerspruchsmarke keine den Gesamteindruck allein prägende Bedeutung zu. Aufgrund der Art der Zeichenbildung als Einwortmarke, der gleichen Schriftart und –größe trete dieser Bestandteil gegenüber dem Wortanfang „DE“ weder als eigenständiger, selbständig kennzeichnender Wortstamm hervor, noch wirke dieses Element in anderer Weise prägnant. Der Verkehr sei deshalb auch nicht aus Gründen der Bequemlichkeit gehalten, eine bewusste Vereinfachung oder Verkürzung bei der Benennung zu suchen. Auch lasse sich unter dem Gesichtspunkt der anagrammatischen Klangrotation keine ins Gewicht fallende klangliche Annäherungen herleiten. Da die Widerspruchsmarke aus einer reinen Buchstabenfolge gebildet sei und sich darüber hinaus auch die Elemente „E“ gegenüber „DE“ klanglich unterschieden, sei nicht zu befürchten, dass der maßgebliche Durchschnittsabnehmer gehalten sei, die früher gehörte Marke in der Widerspruchsmarke wiederzuerkennen. Im schriftbildlichen Vergleich unterscheide sich das jüngere Zeichen deutlich durch die Länge der Wortelemente und den zusätzlichen Bildbestandteil, wie auch keine Anhaltspunkte dafür bestünden, dass die Vergleichsmarken begrifflich verwechselt oder gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden könnten. Das zwar klanglich übereinstimmende Element „3“ in der jüngeren Marke sei wegen des mehrgliedrigen Zeichenaufbaus und der Verwendung als Zahl auch nicht wesensgleich zu dem Wortbestandteil „-DREI“ in der älteren Kennzeichnung.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem Antrag,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Aufgrund der teilweise bestehenden Warenähnlichkeit bei im Übrigen vorliegender Ähnlichkeit der Waren sowie der normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke reiche bereits eine entfernte Ähnlichkeit der zu vergleichenden Marken aus, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen. Den danach erforderlichen sehr deutlichen Abstand zu der Widerspruchsmarke halte die angegriffene Marke in klanglicher Hinsicht nicht ein. Der klangliche Gesamteindruck der jüngeren Marke sei vielmehr hochgradig ähnlich, da dieser durch die Markenelemente „3 E“ geprägt werde und dieser der Widerspruchsmarke gegenüberzustellen sei. Wenn diese zwar als Wortmarke „DEDREI“ eingetragen sei, so müsse dennoch Berücksichtigung finden, dass der Verkehr im klanglichen Vergleich die Widerspruchsmarke als Buchstaben- Zahlenkombination „D 3“ auffasse und die Marken mithin einen identischen Aufbau als Wort-/Zahlkombination mit gleicher Silbenzahl, einen übereinstimmenden Sprechrhythmus und eine identische Wortlänge aufwiesen. Insbesondere seien die Zahl „3“ identisch in beiden Zeichen enthalten und die Buchstaben „D“ und „E“ bei flüchtiger Aussprache kaum voneinander zu unterscheiden. Auch sei zu berücksichtigen, dass der Verkehr bei flüchtiger Wahrnehmung und dem meist undeutlichen Erinnerungsbild die Reihenfolge der Elemente nicht mehr erinnern könne und deshalb versucht sei, die früher gehörte Marke in der aus entsprechenden Elementen gebildeten wahrgenommenen Marke wieder zu erkennen.

Die Inhaber der angegriffenen Marke haben keinen Antrag gestellt und zur Begründung auf den angefochtenen Beschluss verwiesen.

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

## II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, insbesondere statthaft sowie form- und fristgerecht eingelegt, § 66 Abs 1 Satz 1, Abs 2 MarkenG. In der Sache hat die Beschwerde jedoch keinen Erfolg. Es besteht auch nach Auffassung des Senats keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG. Der Widerspruch ist deshalb von der Markenstelle zu Recht zurückgewiesen worden, §§ 42 Abs 2 Nr 1, 43 Abs 2 Satz 2 MarkenG.

Der Senat teilt die ausführlich und zutreffend begründete Auffassung der Markenstelle, dass ausgehend von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, der nach der maßgeblichen Registerlage teilweise möglichen Identität der Waren und der angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr strenge Anforderungen an den von der angegriffenen Marke einzuhaltenden Markenabstand zu stellen sind.

Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr zwischen den bildlich sehr unterschiedlich ausgestalteten Marken kann vorliegend ernsthaft nur in klanglicher Hinsicht in Betracht kommen. Hierauf stellt auch die Widersprechende in ihrer Beschwerdebeurteilung ab. Der Senat teilt auch die weitere, der Begründung des angefochtenen Beschlusses und den Ausführungen der Widersprechenden zugrunde liegende Annahme, dass im Rahmen der klanglichen Ähnlichkeitsprüfung lediglich die Wort-Zahlelemente der angegriffenen Marke der Widerspruchsmarke kollisionsbegründend gegenüber zu stellen sind, da in der Regel die Wort- bzw Zahlenbestandteile einer Wort-Bildmarke die einfachste oder gar einzige Möglichkeit der Markenbenennung darstellen und vorliegend auch keine Umstände vorliegen, welche aus Rechtsgründen der Annahme einer in klanglicher Hinsicht den Gesamteindruck prägenden und kollisionsbegründenden Bedeutung der Wort-Zahlelemente der angegriffenen Marke entgegenstehen könnten. Insbesondere besteht kein Anlass zu der Annahme, dass es sich um schutzunfähige oder nur kennzeichnungsschwache Markenelemente handelt (vgl hierzu BGH MarkenR 2004, 31, 35-36 – Kinder; MarkenR 2002, 253, 256 – Festspielhaus; MarkenR 2001, 465, – Bit/Bud). Zugunsten der Widersprechenden kann insoweit auch unterstellt werden, dass der

in der angegriffenen Marke enthaltene weitere Wortbestandteil „PROGRAMM“ einer allein kollisionsbegründenden Bedeutung der herausgestellten Wort-/Zahlkombination „3 E“ nicht entgegensteht, wenn es sich auch in bezug auf die beanspruchten Waren nicht ohne weiteres um einen schutzunfähigen Bestandteil handelt und zudem selbst derartige weitere Markenteile auch im Hinblick auf den maßgeblichen, prägenden Markenbestandteil verwechslungsfördernd oder verwechslungsmindernd wirken können (vgl Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 381 mwN). Hierauf kommt es jedoch nicht entscheidend an. Denn die Markenstelle hat zutreffend ausgeführt, dass diese Bestandteile auch bei einer bloßen Gegenüberstellung der wie „drei-e“ gesprochenen Wort- Zahlkombination „3 E“ und der wie „dedrei“ gesprochenen Widerspruchsmarke weder in ihrer Gesamtheit eine Verwechslungsgefahr begründende Ähnlichkeit aufweisen, noch Anlass zu der Annahme besteht, dass den gleich klingenden Markenelementen „3“ bzw „-DREI“ eine allein den Gesamteindruck prägende und kollisionsbegründende Bedeutung zukommt.

Zwar weisen die Marken in klanglicher Hinsicht insoweit die Ähnlichkeit auf, dass sie das gemeinsamen Zahlwort „drei“ enthalten. Auch ist die in der Widerspruchsmarke den Wortanfang bildende Lautfolge „de“ dem in der angegriffenen Marke nachgestellten Buchstaben „E“ durchaus klanglich sehr ähnlich. Allerdings kann hieraus wegen des mit der Silbenumstellung verbundenen abweichenden klanglichen Gesamteindrucks noch nicht auf das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr begründenden Ähnlichkeit der Bezeichnungen in ihrer Gesamtheit ausgegangen werden. Dies wäre nach Auffassung des Senats nur dann der Fall, wenn der sich durch die Umstellung der Silben ergebende, abweichende klangliche Eindruck unter dem Gesichtspunkt der anagrammatischen Klangrotation zu einer weiteren Annäherung des klanglichen Gesamteindrucks der Zeichen führen würde. Dies hat die Markenstelle jedoch zu recht verneint. Insoweit ist zunächst zu berücksichtigen, dass der Verkehr die Zeichen in klanglicher Hinsicht durchaus als Wort-Zahlkombination im Sinne von „3 e“ und „d 3“ erfassen wird. Hiervon geht auch die Widersprechende aus. Dies bedeutet aber, dass die Annahme einer anagrammatischen Klangrotation mit einer Umstellung von Wort und Zahl verbunden wäre, was auch im Hinblick auf das eher undeutliche Erinnerungsbild der Verbraucher wegen

der unterschiedlichen Bedeutung von Wort und Zahl und der hiermit verbundenen Veränderung der Gesamtaussage gerade weniger nahe liegt. Insbesondere ist zu berücksichtigen, dass mit der Umstellung der klanglich als „d 3“ erfassten Widerspruchsmarke in „3 d“ wegen der weiten Teilen des Verkehrs geläufigen Verwendung als Kürzel für „dreidimensional“ ein völliger anderer Sinngesamtinhalt verbunden wäre. Eine begriffliche Veränderung der Gesamtaussage steht aber der Annahme einer anagrammatischen Klangrotation deutlich entgegen (vgl hierzu auch Ströbele/Hacker, MarkenG 7. Aufl., § 9 Rdn 190), ebenso wie begriffliche Unterscheidungshilfen und ein abweichender Sinngesamtinhalt eine an sich zu bejahende Verwechslungsgefahr verringern oder ganz ausschließen können (vgl hierzu BGH MarkenR 2004, 253, 255 – d-c-fix/CD-FIX; BGH MarkenR 2003, 461, 465 – Kellogg's/Kelly's).

Der Markenstelle ist auch zuzustimmen, dass dem in klanglicher Hinsicht übereinstimmenden Bestandteil „-DREI“ in der Widerspruchsmarke keine eigenständige, isoliert kollisionsbegründende Bedeutung zukommt. Denn wie bereits in dem angegriffenen Beschluss zutreffend ausgeführt worden ist, tritt dieser weder aufgrund der Art der Zeichenbildung – insbesondere als Einwortmarke – noch aufgrund der Schreibweise oder einer sonstigen Gestaltung als eigenständiger, selbständig kennzeichnender Wortstamm hervor. Insbesondere besteht auch im Hinblick auf den kennzeichnenden Gehalt der Wortelemente der Widerspruchsmarke kein Anlass zu der Annahme, dass aus der Sicht des Verkehrs der Anfangsbestandteil „DE-“ in seinem kennzeichnenden Gewicht in den Hintergrund tritt. Denn dieser erweist gegenüber dem weiteren Wortteil „-DREI“ in bezug auf die geschützten Waren nicht als kennzeichnungsschwächer, sondern als gleichgewichtig. Es besteht deshalb kein Grund für die Annahme, dass allein dem Wortelement „-DREI“ eine allein kollisionsbegründende Bedeutung zukommt, zumal es im Zusammenhang mit einteiligen Marken erheblichen Bedenken begegnet, für die Beurteilung des Gesamteindrucks auf die Prägung durch Bestandteile abzustellen (vgl hierzu Ströbele/Hacker, MarkenG 7. Aufl., § 9 Rdn 339 mwN).

Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr ist deshalb auch in klanglicher Hinsicht zu verneinen. Dies gilt auch dann, wenn man berücksichtigt, dass die Verkehrsauf-

fassung erfahrungsgemäß eher von einem undeutlichen Erinnerungsbild bestimmt wird (st Rspr, vgl EuGH MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd / Loints).

Anhaltspunkte dafür, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Marken gedanklich miteinander in Verbindung bringen und deshalb verwechseln, bestehen gleichfalls nicht, zumal diese keine strukturellen Gemeinsamkeiten aufweisen, welche den Verkehr mittelbar unter dem Gesichtspunkt der Serienmarkenverwechslung (vgl hierzu Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 485 ff) oder aus sonstigen Gründen zu einer gemeinsamen betrieblichen Zuordnung veranlassen könnte (vgl hierzu BGH MarkenR 2004, 348, 352 – Zwilling/Zweibrüder - mwN; BPatG GRUR 2002, 438, 440 – WISCHMAX/Max – mwN). Insoweit ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jegliche, wie auch immer geartete gedankliche Assoziation zur Bejahung einer entsprechenden markenrechtlichen Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG führt (vgl hierzu BGH MarkenR 2004, 348, 352 – Zwilling/Zweibrüder – mwN; Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 500 ff).

Es sind schließlich auch keine Umstände vorgetragen oder ersichtlich, dass der Verkehr, obwohl er die Zeichen als unterschiedlich und als solche verschiedener Unternehmer erkennt, eine sonstige gedankliche Verbindung zwischen den Marken herstellen wird und auf eine geschäftliche, wirtschaftliche oder organisatorische Zusammengehörigkeit der unterschiedlichen Unternehmen schließen könnte (vgl hierzu Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 502 mwN).

Nach alledem war die Beschwerde der Widersprechenden zurückzuweisen.

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

Sredl

Bayer

Engels

Na



