



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 17/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 71 929

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
1. März 2005 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer, Richter
Dr. van Raden und Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der Wort-Bildmarke 398 71 929



u.a. für „Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen“ hat – beschränkt auf diese Waren – u.a. die Inhaberin der seit dem 28. Dezember 1993 für „Chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke, Entkalker für Küchengeräte, Seifen, Fleckenentfernungsmittel, Rostschutzmittel, Putz- und Poliermittel, Schleifmittel, chemische Reinigungsmittel für Metalle, Glas, Blech, Emaille, Porzellan, Holz, Kunststoff und Stein, insbesondere für Küchengeräte aus diesen Materialien, Putztücher, Staubtücher, Scheuerlappen, Schwämme, Stahlpads mit und ohne chemischen reinigenden Wirkstoffen“ eingetragenen Wortmarke 1 057 643

SIDOL

Widerspruch eingelegt.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss eines Beamten des höheren Dienstes die jüngere Marke aufgrund eines anderen Widerspruchs teilweise im Register gelöscht, nämlich für die Waren „Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel“, den Widerspruch aus der Marke 1 057 643 „SIDOL“ dagegen zurückgewiesen, weil die Marken nicht verwechselbar im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG seien. Selbst bei Anlegung strengster Maßstäbe hielten die Marken einen hinreichend großen Abstand ein, sodass es auch nicht auf die gem. § 43 Abs. 1 MarkenG von der Inhaberin der jüngeren Marke erhobene Nichtbenutzungseinrede ankomme. Unabhängig von der Frage, ob der Verkehr die angegriffene Marke deutsch oder englisch ausspreche, sei bereits die durch den Anfangsbuchstaben des älteren Zeichens bewirkte Abweichung im Klangbild der beiden Marken ausreichend, um eine Verwechslungsgefahr auszuschließen. Beide Zeichen differierten durch die Abweichungen so prägnant, dass sie in ihrem Gesamteindruck hinreichend deutlich unterschiedlich seien. Umsichtigen und kritisch prüfenden Verbrauchern könnten die zwischen den Vergleichsmarken bestehenden Unterschiede nicht entgehen. Darüber hinaus unterschieden sich die Vergleichsmarken zudem durch die grafische Ausgestaltung des jüngeren Zeichens, sodass auch eine bildliche Verwechslungsgefahr nicht zu befürchten sei. Es bestehe auch keine Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden könnten, da allenfalls Übereinstimmungen in unselbstständigen Markenbestandteilen vorhanden seien.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden, mit der sie die Aufhebung des Beschlusses der Markenstelle und die Löschung der jüngeren Marke für die noch angegriffenen Waren begehrt.

Sie legt zur Glaubhaftmachung der von der Markeninhaberin bestrittenen rechterhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke Rechnungskopien aus den Jahren 1999 bis 2001 vor, die die Lieferung von „SIDOL“-Produkten wie Kalklöser,

Backofenreiniger und Putzmittel für Metalle, CERAN und Stahl sowie Waschmaschinen-Entkalker betreffen. Sie ist der Ansicht, dass aus der langjährigen Benutzung der Widerspruchsmarke im gesamten Bundesgebiet und dem Umfang der Werbeinvestitionen eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke folge. Weiterhin trägt sie vor: Zwischen den Waren der Vergleichsmarken bestehe Identität bzw. hochgradige Ähnlichkeit; beide Marken richteten sich an den selben Verkehrskreis, nämlich die Endverbraucher, und die Waren hätten dieselben Vertriebswege, zum Beispiel Supermärkte. Angesichts dieser Umstände sei die bestehende Ähnlichkeit der Marken so groß, dass eine Verwechslungsgefahr gegeben sei. Es bestehe eine klangliche Ähnlichkeit, denn beide Begriffe seien zweisilbig, wobei der Wortanfang bei beiden Zeichen durch den Vokal I geprägt sei, während der klangschwache Anfangskonsonant S in der älteren Marke „hörbar in den Hintergrund trete“. In gleicher Weise neige der relevante Abnehmerkreis dazu, in der jüngeren Marke den abschließenden Konsonanten S zu vernachlässigen, so dass angesichts der verbleibenden übereinstimmenden Elemente eine hohe klangliche Verwechslungsgefahr gegeben sei. Da alle Buchstaben der angegriffenen Marke auch in der Widerspruchsmarke enthalten seien, sei auch eine schriftbildliche Ähnlichkeit vorhanden.

Der Inhaber der jüngeren Marke hat sich zu dem Vorbringen der Widersprechenden nicht geäußert.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil eine Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken i.S.d. §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG nicht besteht.

Von einer rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke „SIDOL“ für „Entkalker für Küchengeräte, Putz- und Poliermittel, chemische Reinigungsmittel für Metalle, Glas, Blech, Emaille, Porzellan, Kunststoff und Stein,“ ist aufgrund der vorgelegten Unterlagen auszugehen. Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr sind diese Waren den noch in Rede stehenden Waren der jüngeren Marke, nämlich Wasch- und Bleichmittel sowie Seifen, gegenüberzustellen.

Die Frage der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls anhand der in Wechselbeziehung zueinander stehenden Faktoren des Grades der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der von ihnen erfassten Waren und Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 – Canon; MarkenR 1999, 236, 239 – Lloyd). Aufgrund der Wechselbeziehung dieser gegeneinander abzuwägenden Faktoren kann bei einem hohen Grad der Ähnlichkeit der Marken und gesteigerter Kennzeichnungskraft der älteren Marke schon ein geringfügiger Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen für die Annahme einer Verwechslungsgefahr ausreichen und umgekehrt (vgl. BGH GRUR 2004, 235, 237 - Davidoff II; GRUR 2004, 239 - DONLINE, jew. m. zahlr. w. N.). Dabei ist auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen (st. Rspr., vgl. z.B. EuGH a.a.O. – Lloyd), dessen Aufmerksamkeit je nach der Art der betreffenden Waren unterschiedlich hoch sein kann (vgl. BGH GRUR 2000, 506 – ATTACHÉ/TISSERAND).

Zwischen den im vorliegenden Fall zu betrachtenden Waren „Wasch- und Bleichmittel, Seifen“ der jüngeren Marke einerseits und den Reinigungsmitteln der Widerspruchsmarke andererseits besteht zwar keine Identität, aber angesichts ihrer Gemeinsamkeit als chemische Mittel zur Reinigung im weiteren Sinne doch eine beachtliche Ähnlichkeit. Der Senat geht infolge der langjährigen umfangreichen Benutzung der Widerspruchsmarke für Reinigungsmittel zugunsten der Widersprechenden auch von einer über dem Durchschnitt liegenden Kennzeichnungskraft der älteren Marke aus, so dass es eines erheblichen Abstands zwischen den Marken bedarf, um eine markenrechtliche Verwechslungsgefahr sicher auszu-

schließen (vgl. BGH, GRUR 1999, 990, 991 - Schlüssel). Dieser Unterschied ist vorliegend in jeder Hinsicht gegeben.

In ihrem jeweiligen Gesamteindruck, auf den bei der Beurteilung der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr unabhängig vom Prioritätsalter der einander gegenüberstehenden Zeichen grundsätzlich abzustellen ist (st. Rspr., vgl. EuGH GRUR 1998, 397 – Sabèl/Puma; BGH GRUR 2002, 167, 169 - Bit/Bud; GRUR 2002, 1067, 1069 - DKV/OKV), unterscheiden sich die jeweiligen Marken infolge der unterschiedlichen Wortbildung sowohl in schriftbildlicher als auch in klanglicher Hinsicht deutlich, auch unter Berücksichtigung des Erfahrungssatzes, dass - da der Verkehr die jeweiligen Bezeichnungen regelmäßig nicht gleichzeitig wahrnimmt und miteinander vergleicht - die übereinstimmenden Merkmale in einem undeutlichen Erinnerungseindruck stärker ins Gewicht fallen als die Unterschiede (BGH GRUR 1999, 587, 589 - Cefallone).

Beide Zeichen enthalten zwar die Buchstabenfolge IDOL, zu der jeweils der Konsonant S tritt. In ihrer Gesamtheit aber überwiegen die Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Zeichen gleichwohl nicht. Zwar mögen die hinsichtlich des jeweiligen Wortendes bestehenden Abweichungen im undeutlichen Erinnerungseindruck eher in den Hintergrund treten; andererseits ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr Wortanfänge im allgemeinen stärker beachtet als nachfolgende Wortteile (BGHZ 131, 122, 125 - Innovadiclophlont; BGH GRUR 1999, 587, 589 - Cefallone; GRUR 2001, 507, 508 - EVIAN/REVIAN). Entgegen der Auffassung der Widersprechenden kann ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher den Konsonanten S, der bei der älteren Marke signifikant am Wortanfang steht, während er in der jüngeren Marke am Wortende wie ein Plural-S eine eigenständige Funktion hat, weder übersehen noch überhören. Dabei bildet die bekannte Wortbedeutung, die in der jüngeren Marke erkennbar ist, nämlich „Idol“, eine zusätzliche Orientierungshilfe, die einer noch als relevant zu erachtenden Gefahr von Verwechslungen mit der Widerspruchsmarke entge-

genwirkt. (vgl. BGH GRUR 1992, 130, 132 – Bally/BALL; WRP 1993, 694, 697 -
apetito/apitta; GRUR 2000, 605, 607 - comtes/ComTel).

Aufgrund ihrer eigenwilligen grafischen Gestaltung und der starken Hervorhebung
des Anfangsbuchstabens I bietet die jüngere Marke auch keinen Anlass zu Ver-
wechslungen mit der älteren Wortmarke im bildlichen Gesamteindruck.

Hinsichtlich der Kosten des Beschwerdeverfahrens war kein Anhaltspunkt ersicht-
lich, von der Regel des § 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen.

Dr. Schermer

Prietzl-Funk

Dr. van Raden

Na