



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 247/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angegriffene Marke 301 04 154

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. März 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Vogel von Falckenstein, des Richters Paetzold und der Richterin Hartlieb

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 vom 2. August 2004 aufgehoben.

Wegen des Widerspruchs aus der Marke 300 82 816 wird die angegriffene Marke 301 04 154 gelöscht.

Gründe

I.

Eingetragen seit dem 18. November 2002 unter der Nummer 301 04 154 für die Waren

„Monitore, Fernsehapparate“

ist die Wortmarke

PanelVision.

Widerspruch wurde erhoben aus der am 15. Juni 2001 unter der Nummer 300 82 816 u. a. für folgende Waren der Klasse 9

„Geräte und daraus zusammengestellte Systeme zur Aufnahme, Aufzeichnung, Übertragung, Bearbeitung und/oder Wiedergabe von analogen und/oder digitalen Bildsignalen und/oder analogen und/oder digitalen Tonsignalen und/oder Daten, jeweils auch zur Verbindung an das/mit dem Internet, insbesondere Geräte der Unterhaltungselektronik, einschließlich Fernsehgeräten, Bildschirmen

bzw. Bildröhren, Displays, Monitoren, Projektoren, Antennen und Set-Top-Boxen, Videorecorder, Camerarecorder, DVD-Player, CD-Spieler, HiFi-Anlagen, Rundfunkgeräte mit oder ohne Cassetenspieler oder CD-Spieler, Geräte für die Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe elektronischer bzw. digitaler Musik, Rundfunk- und Datensignale, Uhrenradios, Autoradios“

eingetragenen Wortmarke

PlanaVision.

Nach der Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der ursprünglichen Widersprechenden – der G... AG – am 1. Juli 2003 hat der Insolvenzverwalter am 16. Januar 2004 die Übernahme des Widerspruchsverfahrens erklärt. Die Widerspruchsmarke wurde am 17. August 2004 - gemäß Antrag vom 25. Juni 2004 - auf die Beschwerdeführerin, die G... B.V., umgeschrieben.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat den Widerspruch mit Beschluss vom 2. August 2004 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Bei identischen Waren in Klasse 9 und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei der erforderliche große Abstand eingehalten. Der Unterschied bestehe im stärker beachteten Wortanfang. Klangliche Verwechslungsgefahr sei nicht zu befürchten, da die Widerspruchsmarke im Gegensatz zur jüngeren Marke deutsch ausgesprochen werde, so dass sich die Vokalfolge „a-a-i-i-o“ im Gegensatz zu „-e-e-i“ bei der jüngeren Marke, bei der die letzte Silbe „-ion“ verschluckt werde. Wegen der Vielzahl von Bedeutungen des Bestandteils „Panel“ sowie der Mehrdeutigkeit des Bestandteils „Plana“ bestehe keine begriffliche Verwechslungsgefahr.

Hiergegen hat die G... GmbH für die Rechtsnachfolgerin der Widersprechenden, die G... B.V., Beschwerde eingelegt, die in der Beschwerde angekündigte Bevollmächtigung ist nachgereicht worden. Zur Begründung ihrer Beschwerde weist sie auf die extreme Ähnlichkeit der Streitmarken in allen für die Verwechslungsprüfung maßgeblichen Aspekten hin; das Wortende „Vision“ sei identisch, was auch für die Wortanfänge bei flüchtiger Aussprache gelte.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. August 2004 aufzuheben und die Löschung der Marke 301 04 154 „PanelVision“ anzuordnen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist auch begründet.

Nach Auffassung des Senats besteht die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Marken.

Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesonde-

re ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH in st. Rspr. vgl. GRUR 2005, 513 - MEY/Ella May; WRP 2004, 1281 – Mustang; WRP 2004, 907 – Kleiner Feigling; WRP 2004, 1043 – NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

Der Senat geht bei seiner Entscheidung mangels anderweitiger Anhaltspunkte von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit von einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus. Trotz der beschreibenden Bedeutung des englischen Bestandteils „vision“ für „Sehen, Sicht“ und des beschreibenden Anklangs des ersten Bestandteils „Plana“ an das englische Wort „planar“ in der Bedeutung „eben, plan, Flächen-„ (vgl. LEO-Onlinelexikon der TU München) weist die Widerspruchsmarke in ihrer Kombination eine ausreichende schutzbegründende Eigenprägung und damit keine Kennzeichnungsschwäche auf.

Ausgehend von der Registerlage können die Vergleichsmarken zur Kennzeichnung identischer Waren verwendet werden.

Unter Berücksichtigung der genannten Umstände hat die angegriffene Marke einen sehr deutlichen Abstand von der Widerspruchsmarke einzuhalten. Die vorhandenen Unterschiede reichen nach Auffassung des Senats jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht mehr aus, um Verwechslungen der Marken mit hinreichender Sicherheit ausschließen zu können.

Die Ähnlichkeit von Wortzeichen ist anhand ihres klanglichen und schriftbildlichen Eindrucks sowie ihres Sinngehalts zu ermitteln. Dabei kommt es auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen an. Dies entspricht dem Erfahrungssatz, dass der Verkehr Marken regelmäßig in der Form aufnimmt, in der sie ihm entgegentreten und sie nicht einer analysierenden, zergliedernden, möglichen Bestandteilen und deren Bedeutung nachgehenden Betrachtung unterzieht. Dabei bleibt auch ein beschreibender Bestandteil bei der Feststellung des

Gesamteindrucks nicht außer Betracht, sondern ist mit zu berücksichtigen. Zudem ist bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr grundsätzlich mehr auf die gegebenen Übereinstimmungen der zu vergleichenden Zeichen als auf die Unterschiede abzustellen (vgl. BGH a. a. O. – NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

Bei Anwendung dieser Grundsätze ergibt sich, dass die sich gegenüberstehenden Marken in ihrem klanglichen Gesamteindruck verwechselbar ähnlich sind.

Die Marken stimmen bei gleicher Buchstabenanzahl, Silbenanzahl sowie gleichem Sprech- und Betonungsrhythmus in den Schlusssilben bzw. dem zweiten Bestandteil "vision" überein. Zwar fällt die Übereinstimmung in dem Endbestandteil "Vision" bei der Beurteilung des jeweiligen Gesamteindrucks und der Markenähnlichkeit weniger ins Gewicht als dies bei einem reinen Phantasiebestandteil der Fall wäre, aber auch beschreibende und kennzeichnungsschwache Zeichenelemente sind - wie ausgeführt - bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr nach dem Gesamteindruck angemessen mit zu berücksichtigen. Indessen sind auch bei stärkerer Beachtung des vorderen Markenteils "Plana" der Widerspruchsmarke und des ersten Bestandteils der angegriffenen Marke "Panel" die vorhandenen Unterschiede nicht mehr hinreichend deutlich. Die beiden ersten Silben der Vergleichsmarken stimmen im markanten Anfangsbuchstaben „P“ und dem folgenden Vokal „a“ überein, der in der Widerspruchsmarke dazwischenliegende Konsonant „l“ tritt dagegen kaum hervor. Da sich entgegen der Ansicht der Markenstelle gerade im vorliegenden Warengbiet keine Anhaltspunkte dafür ergeben, die Widerspruchsmarke nicht auch englisch auszusprechen, sind auch die dem übereinstimmenden Anfangskonsonant „n“ der zweiten Silbe jeweils nachfolgenden Vokale „a“ bzw. „e“ klanglich nahezu identisch; der dann in der angegriffenen Marke folgende Konsonant „l“ tritt demgegenüber nicht hervor. Angesichts der geringfügigen Unterschiede führt die hohe Anzahl an Übereinstimmungen zu einem verwechselbaren klanglichen Gesamteindruck der Marken.

Diese Abweichungen sind hier nicht deutlich genug, um den übereinstimmenden klanglichen Gesamteindruck beeinflussen zu können. Wenn man zudem berücksichtigt, dass Marken nicht nebeneinander aufzutreten pflegen und in der oft ungenauen Erinnerung Gemeinsamkeiten stärker im Gedächtnis bleiben als die Unterschiede (vgl. BGH a. a. O. - Indorektal/Indohexal; GRUR 2003, 1044, 1046 - Kelly; GRUR 2004, 235, 237 - Davidoff II; a. a. O. - NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRA-FLEX), so kann hier die eine Marke leicht für die andere gehalten werden.

Es bestehen zudem Anhaltspunkte dafür, dass die zwischen den Vergleichsmarken bestehende klangliche Ähnlichkeit weiter durch erkennbare begriffliche Gemeinsamkeiten verstärkt wird. Das englische Wort „panel“ bedeutet „Tafel, Platte, Paneel“, in Zusammensetzungen auch „Flach-“, (vgl. LEO-Onlinelexikon der TU München), so dass sich in beiden Vergleichsmarken beschreibende Anklänge in Richtung „Flächenansicht“ bzw. „Tafelansicht“ erkennen lassen, was die Verwechslungsgefahr zwischen den beiden Vergleichsmarken noch fördert.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bietet der Streitfall keinen Anlass, § 71 Absatz 1 MarkenG.

Dr. Vogel von Falckenstein

Paetzold

Hartlieb

Ko