



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 111/08

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 305 78 043

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. August 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Lehner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die für die Waren

- „Klasse 29: Fisch; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtsaucen; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette;
- Klasse 30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis, Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis;
- Klasse 32: Biere; Mineralwässer und kohlensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken“

eingetragene Wortmarke 305 78 043

SANLI

ist Widerspruch eingelegt worden aus der für die Waren

„Milch; Milchprodukte, nämlich Sahne, Schlagsahne, Sauermilch, Joghurt, Speisequarkzubereitungen; Milchgetränke, alkoholfreie Milchmischgetränke, nämlich Milchgetränke mit Zusätzen von Fruchtsäften, Frucht- und Gemüseauszügen, kakaohaltigen Zusätzen“

eingetragenen prioritätsälteren Wortmarke 2 087 871

RAMLI.

Mit Beschluss vom 27. März 2007 ordnete die Markenstelle für Klasse 32 unter Zurückweisung des Widerspruchs im Übrigen wegen Verwechslungsgefahr der sich gegenüberstehenden Zeichen SANLI und RAMLI für Waren zumindest mittlerer Ähnlichkeit bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft die teilweise Löschung der angegriffenen Marke an, und zwar für die Waren

„konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtsaucen; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette; Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel, Speiseeis; Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken“.

Auf die Erinnerung des Markeninhabers wurden mit Beschluss vom 23. September 2008 der Beschluss vom 27. März 2007 aufgehoben und der Widerspruch insgesamt zurückgewiesen.

Zur Begründung führte die Markenstelle aus, die Widersprechende habe auf zulässige Einrede des Markeninhabers eine rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke „RAMLI“ nicht glaubhaft gemacht.

Gegen den Beschluss vom 23. September 2008 hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt. Zum Nachweis der rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke hat die Widersprechende mit ihrer Beschwerdebegründung ergänzende Unterlagen vorgelegt. Verwechslungsgefahr bestehe ihrer Ansicht nach jedenfalls in phonetischer Hinsicht, nachdem sich „RAMLI“ und „SANLI“ einander in der Aussprache verwechselbar nahe kämen. Außerdem sei eine hochgradige begriffliche Ähnlichkeit gegeben, da „RAMLI“ und „SANLI“ jeweils in Form einer Verkleinerung für „Rahm“ und „Sahne“ stünden.

Die Widersprechende beantragt,

den angegriffenen Beschluss der Markenstelle vom 23. September 2008 aufzuheben.

Der Markeninhaber, der sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert und auch keinen Antrag gestellt hat, führte im Verfahren vor der Markenstelle zur Frage der Verwechslungsgefahr aus, angesichts einer aus einer intensiven Benutzung von ähnlichen Drittzeichen resultierenden Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke „RAMLI“ halte die angegriffene Marke „SANLI“ einen eine Verwechslungsgefahr ausschließenden ausreichenden Zeichenabstand zur Widerspruchsmarke ein. In klanglicher Hinsicht stünde dem rollenden und stimmlosen Konsonanten „R“ am Wortanfang von „RAMLI“ mit dem „S“ zu Beginn von „SANLI“ ein stimmhaft alveolarer Frikativ gegenüber. Auch die Mittelkonsonanten „M“ und

„N“ seien auseinanderzuhalten. Zudem werde das „A“ im Hinblick auf den Bedeutungsgehalt der Widerspruchsmarke als Verkleinerungsform für „Rahm“ lang ausgesprochen, wohingegen dem Verkehr nicht bewusst sei, dass „SANLI“ für „Sahne“ stehe und er deshalb das „A“ in „SANLI“ kurz ausspreche. Gegenüber diesen Unterschieden träten die Gemeinsamkeiten in den verbleibenden drei Buchstaben „-A-LI“ in phonetischer Hinsicht zurück. Da den sich gegenüberstehenden Zeichen auch kein gemeinsamer Bedeutungsgehalt zu entnehmen sei, „SANLI“ vielmehr ein Adjektiv der türkischen Sprache darstelle und mit „ruhmreich, ruhmvoll“ oder „imponierend“ zu übersetzen sei, scheide auch eine Verwechslungsgefahr in begrifflicher Hinsicht aus.

Zum weiteren Vorbringen wird auf die zwischen den Verfahrensbeteiligten gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist unbegründet. Zwischen den sich gegenüberstehenden Vergleichsmarken besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG. Die hiergegen von der Widersprechenden erhobenen Einwände verhelfen ihrer Beschwerde nicht zum Erfolg.

Nach § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG i. V. m. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist eine Marke zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer angemeldeten oder eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Für die Frage der Verwechslungsgefahr ist von dem allgemeinen kennzeichenrechtlichen Grundsatz einer Wechselwirkung zwischen allen in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der zu beurteilenden Marken, der Identität oder Ähnlichkeit der Waren und Dienst-

leistungen und der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen oder der Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 2007, 1066, 1067/1068 - *Kinderzeit*; GRUR 2006, 859, 860 - *Malteserkreuz*; GRUR 2006, 60, 61 - *cocodrillo*; GRUR 2005, 513, 514 - *MEY/Ella May*).

Die sich gegenüberstehenden Vergleichswaren sind teilweise identisch („Milch und Milchprodukte“). Mittlere bis entfernte Ähnlichkeit der für die Widerspruchsmarke eingetragenen Waren besteht zu den Vergleichswaren „Speiseöle, Speisefette, Kaffee, Tee, Kakao, Kaffee-Ersatzmittel, andere alkoholfreie Getränke, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte“. Im Übrigen besteht keine Warenähnlichkeit (vgl. Nachweise bei *Richter/Stopfel*, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Auflage 2005, S. 201/202).

Die Widerspruchsmarke genießt für die angemeldeten Waren durchschnittliche Kennzeichnungskraft. „RAMLI“ stellt sich im Hinblick auf die vorgenannten Dienstleistungen für den angesprochenen Verkehr (selbst wenn ein nicht völlig unerheblicher Teil darin einen beschreibenden Anklang im Sinne eines Hinweises auf ein Rahm enthaltendes Produkt erkennt) als lexikalisch nicht nachweisbare Phantasiebezeichnung dar. Ausreichende Anhaltspunkte für eine Einschränkung des Schutzbereichs der Widerspruchsmarke aufgrund Kennzeichnungsschwäche durch das Vorhandensein von Drittzeichen auf dem Markt liegen entgegen der Auffassung des Markeninhabers nicht vor. Insbesondere hat dieser nicht dargetan, inwieweit die Drittzeichen auf dem hier relevanten Warenssektor in der Vergangenheit in einer Weise benutzt wurden, die eine Reduzierung der von Haus aus durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke begründen könnte (vgl. *Ströbele/Hacker*, 9. Aufl. § 9 Rn. 126 m. w. N.).

Angesichts teilweise bestehender Identität der sich gegenüberstehenden Waren bei mittlerer Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sind an den Zeichenabstand erhöhte Anforderungen zu stellen. Die angegriffene Marke „SANLI“ hält indes einen die Verwechslungsgefahr ausschließenden ausreichenden Abstand zur Widerspruchsmarke „RAMLI“ ein.

Die Ähnlichkeit von Wortzeichen ist anhand ihres klanglichen und schriftbildlichen Eindrucks sowie ihres Sinngehalts zu ermitteln. Für die Annahme einer Verwechslungsgefahr reicht in aller Regel bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Hinsicht aus (BGH GRUR 2004, 783, 784 - *NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX*; GRUR 1999, 241, 243 - *Lions*). Dabei kommt es auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen an (vgl. BGH a. a. O. - *NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX*; GRUR 2003, 1044, 1046 - *Kelly*).

Zwar ist bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr mehr auf die Übereinstimmungen der zu vergleichenden Zeichen als auf die Unterschiede abzustellen (vgl. BGH GRUR 1998, 924, 925 - *salvent/Salventero*). Insoweit ist nicht zu verkennen, dass die Vergleichsmarken in klanglicher Hinsicht nicht unbeträchtliche Übereinstimmungen dergestalt aufweisen, als sie eine identische Buchstabenfolge („A-LI“) enthalten und die klangschwachen Konsonanten „N“ und „M“ in der Wortmitte bei Aussprache der beiden Marken nicht ohne weiteres als unterschiedliche Buchstaben wahrgenommen werden.

Allerdings weist der Wortanfang - den der Verkehr im allgemeinen stärker beachtet als die übrigen Markenteile, vgl. BGH GRUR 2003, 1047, 1049 - *Kellogg`s/Kelly`s*; GRUR 2002, 1067, 1070 - *DKV/OKV*; GRUR 1999, 735, 736 - *MONOFLAM/POLYFLAM*) - Unterschiede insofern auf, als die angegriffene Marke „SANLI“ mit dem klangstarken Zischlaut „S“ beginnt, wohingegen „RAMLI“ mit dem rollenden Konsonanten „R“ eingeleitet wird, der in der Aussprache nicht so markant hervortritt wie das „S“ von „SANLI“, sondern insgesamt in Zusammenhang mit nach dem nachfolgenden Vokal „A“ weicher klingt. Insofern bestehen im

Klangbild deutlich vernehmbare akustische Unterschiede zwischen den Vergleichsmarken. Der Verkehr, dem erfahrungsgemäß kurze Wörter besser und genauer in Erinnerung bleiben (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O., § 9 Rn. 194), wird daher den klanglichen Unterschied bei der Aussprache der Anfangskonsonanten der sich lediglich aus jeweils fünf Wörtern bestehenden gegenüberstehenden Kennzeichnungen nicht ohne weiteres vernachlässigen. Zudem wird ein beachtlicher Teil des Verkehrs den Begriffsgehalt von „RAMLI“ als für die Schweiz typische, dem Verbraucher aus der Werbung bekannte Verkleinerungsform von „Rahm“ erkennen und deshalb das Wort „RAMLI“ langgezogen aussprechen, wohingegen in „SANLI“ ein einer Fremdsprache zuzuordnender Begriff mit kurzer Aussprache gesehen wird.

Auch in schriftbildlicher Hinsicht weisen die Vergleichsmarken keine für die Bejahung einer Verwechslungsgefahr ausreichende Ähnlichkeit auf. Die bestehenden Abweichungen vor allem in den Anfangskonsonanten („S“ bzw. „R“) der beiden kurzen Wörter, aber auch in der Wortmitte („N“ bzw. „M“) lassen aus der Sicht des angesprochenen Verkehrs die bestehenden Unterschiede so deutlich werden, dass die Gefahr von Verwechslungen - auch bei einem Kauf „auf Sicht“ - nicht naheliegend erscheint.

Anhaltspunkte für eine Verwechslungsgefahr in anderen Richtungen bestehen ebenfalls nicht.

Bei dieser Sachlage war auf den vom Markeninhaber erhobenen Einwand der rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke mangels Entscheidungserheblichkeit nicht mehr einzugehen.

Der Fall bietet keinen Anlass, vom Grundsatz, wonach jeder Beteiligte seine Kosten selbst zu tragen hat (§ 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG), abzuweichen.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Lehner

Fa