

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 210/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
28. Januar 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 20 539

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 28. Januar 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters v. Zglinitzki und der Richterin Dr. Schermer

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Gegen die Eintragung der Marke 397 20 539

SOLAR-E

für die Waren

"Glasscheiben für die Bauverglasung; Glasscheiben für Halbzeuge;
Glasscheiben für die Fahrzeugverglasung"

ist Widerspruch erhoben worden aus der für die Waren

"Glassteine, Glasdachziegel, Glasbetonsteine"

in den Farben "blau/weiß" eingetragenen Marke 395 34 658



Die Markenstelle für Klasse 19 hat den Widerspruch gemäß §§ 43 Abs 2, 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zurückgewiesen, weil die angegriffene Marke keine Gefahr von Verwechslungen mit der Widerspruchsmarke begründe. Selbst bei Annahme einer normalen Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden, üblicherweise nicht aus gleichen Herstellungsstätten stammenden Waren sei der Abstand der Marken ausreichend groß, um ein sicheres Auseinanderhalten zu gewährleisten. Bei der Beurteilung des Gesamteindrucks der Widerspruchsmarke sei zwar der Bestandteil "Glasstein" als reine Sachaussage nicht als prägend mitzubewerten. Auch bei einer Gegenüberstellung der Kennzeichnungen "SOLAR-E" und "SOLARIS" allein könne jedoch die unterschiedliche Silbengliederung und Betonung der Marken in Verbindung mit den Konsonantenunterschieden für eine markante Abweichung im Klangeindruck. Das gelte um so mehr, als dem gemeinsamen Wortteil "SOLAR" aufgrund seines beschreibenden Charakters für die Frage der Verwechslungsgefahr nur eine untergeordnete Bedeutung zukomme.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit der Beschwerde. Zur Begründung führt sie aus, daß die durch die Marken erfaßten Glasprodukte einen engen Grad von Ähnlichkeit aufwiesen. Sie würden nicht nur von denselben Unternehmen hergestellt, sondern dienen, jedenfalls was die Glasscheiben für die Bauverglasung betreffe, auch demselben Verwendungszweck, denn Glassteine würden im Baubereich vielfach alternativ zu flächigen Glasscheiben eingesetzt.

Bei den in Wechselwirkung zu der starken Warenähnlichkeit gebotenen strengen Anforderungen an den Abstand der Marken reiche der klangliche Unterschied nicht aus, um Verwechslungen auszuschließen. Der den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke prägende Bestandteil "SOLARIS" werde ebenso wie die angegriffene Marke "SOLAR-E" nicht auf der mittleren Silbe betont, sondern gleichmäßig ausgesprochen, wobei der Endsilbe üblicherweise weniger Gewicht zukomme. Dementsprechend klinge auch der Schlußkonsonant "S" in der Widerspruchsmarke nur relativ schwach an und Sorge daher nicht für einen nennenswerten Unterschied gegenüber der Endung der angegriffenen Marke. Unzutreffend sei die Markenstelle auch von einer Kennzeichnungsschwäche des Wortelements "SOLAR" der Widerspruchsmarke ausgegangen, denn dieses stehe in keinem beschreibenden Zusammenhang zu den Waren. Glassteine hätten weder sonnenähnliche Eigenschaften noch nutzten sie die Sonnenenergie auf besondere Weise aus, wie dies beispielsweise bei Sonnenkollektoren der Fall sei. Der Bestandteil "SOLAR" habe im Rahmen der Widerspruchsmarke daher normale verwechslungsbegründende Wirkung. Aufgrund der erheblichen Übereinstimmungen der Markenwörter in ihrem klanglichen Gesamteindruck sei die Gefahr von Verwechslungen daher zu bejahen.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle des Patentamts aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, daß die Marken unter Berücksichtigung der allenfalls entfernten Ähnlichkeit der Waren in ihrem für die Beurteilung maßgeblichen Gesamteindruck keinen Anlaß für Verwechslungen böten. Aber auch bei einer Ge-

genüberstellung nur der Wörter "SOLAR-E" und "SOLARIS" seien die klanglichen und schriftbildlichen Unterschiede so erheblich, daß keine Gefahr von Verwechslungen bestehe, zumal der Fachbegriff "SOLAR" außerordentlich verbraucht und damit kennzeichnungsschwach sei.

II.

Die Beschwerde ist unbegründet. Die Markenstelle hat den Widerspruch zu Recht wegen mangelnder Verwechslungsgefahr der Marken gemäß § 43 Abs 2 Satz 2 iVm § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist zwar von einem relativ engen Ähnlichkeitsgrad zumindest zwischen den Waren "Glasscheiben für die Bauverglasung" der angegriffenen Marke und den "Glassteinen" der Widerspruchsmarke auszugehen, denn es handelt sich um Produkte, die nicht nur aus demselben Ausgangsmaterial bestehen, sondern auch hinsichtlich ihres Verwendungszwecks und der Abnehmerkreise weitgehende Berührungspunkte aufweisen (vgl. EuGH GRUR 1998, 922 "CANON"; BGH GRUR 1998, 747 "GARIBALDI"; 1998, 925 "Bisotherm-Stein"). Wie sich aus den von der Widersprechenden eingereichten Prospektunterlagen ergibt, werden Glassteine sowohl für die Gestaltung von Gebäudefassaden als auch für die Errichtung von Innenwänden verwendet, wobei die Transparenz und Lichtdurchlässigkeit der Glassteine variierbar ist und einer normalen Isolierverglasung von Fenstern entsprechen kann. Damit kommt Glassteinen und Glasscheiben für Bauzwecke ungeachtet der Frage, ob sie wegen ihrer unterschiedlichen Eigenschaft als Hohlglas einerseits und Flachglas andererseits regelmäßig von denselben Unternehmen hergestellt werden, die Funktion gegeneinander austauschbarer Baustoffe zu.

Auch wenn in Wechselbeziehung zu der zumindest hinsichtlich eines Teils der Waren bestehenden wirtschaftlichen Nähe und der jedenfalls insgesamt normalen

Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ein in jeder Hinsicht starker Abstand der Marken erforderlich ist, um die Gefahr von Verwechslungen auszuschließen (vgl. EuGH GRUR 1998, 387 "Sabèl/Puma"; BGH GRUR 1999, 241 "Lions"; 1999, 245 "LIBERO"), hält der Senat die Unterschiede der Marken vorliegend für so erheblich, daß Kollisionen mit Sicherheit nicht zu befürchten sind.

In ihrer Gesamtheit bieten die Marken aufgrund der bildlichen Ausgestaltung der Widerspruchsmarke ohnehin keinen Anlaß für Verwechslungen. Wie die Widersprechende zu Recht geltend macht, ist allerdings damit zu rechnen, daß die Widerspruchsmarke jedenfalls im mündlichen Geschäftsverkehr nur mit dem Bestandteil "SOLARIS" benannt wird, weil dieser den Gesamteindruck der Marke prägt, während der Verkehr dem weiteren Worтеlement "GLASSTEIN" im allgemeinen keine für die Kennzeichnung beachtliche Bedeutung beimißt. Es trifft zwar zu, daß beschreibende Bestandteile bei der Beurteilung des Gesamteindrucks einer Kombinationsmarke nicht grundsätzlich außer Betracht bleiben dürfen. Die Frage, ob ihnen eine mitprägende Wirkung zukommt, hängt jeweils von den Umständen des Einzelfalles ab, insbesondere der Art der beschreibenden Angabe, ihrer gedanklichen Beziehung zu den weiteren Bestandteilen sowie auch der räumlichen Anordnung der Bestandteile zueinander (vgl. BGH Mitt 1981, 60 "Toni's Hüttenglühwein"; GRUR 1990, 367, 369 "Alpi/Alba Moda"; 1992, 48, 50 "frei öl"; 1992, 203, 205 "Roter mit Genever"; 1996, 777 "JOY"; 1996, 775 "Sali Toft"). Handelt es sich - wie im Fall der Bezeichnung "GLASSTEIN" - um eine gattungsmäßig beschreibende Angabe, die zudem in wesentlich kleinerer Schrift unter einem Phantasiewort angeordnet ist, kommt ihr keine für den Gesamteindruck beachtliche Wirkung zu (vgl. auch BGH GRUR 1998, 925, 926 "Bisotherm-Stein"; 1998, 942 "ALKA-SELTZER"; 1999, 52, 53 "EKKO BLEIFREI"; 1999, 995, 997 "HONKA";).

Auch bei einer Gegenüberstellung der Markenwörter "SOLAR-E" und "SOLARIS" für sich allein sind jedoch mögliche Verwechslungen in klanglicher wie auch in schriftbildlicher Hinsicht ausgeschlossen. In klanglicher Hinsicht besteht schon

allein im Sprechrhythmus der beiden Kennzeichen ein erheblicher, nicht zu überhörender Unterschied. Während die angegriffene Marke aufgrund ihrer Gliederung in zwei Bestandteile regelmäßig mit einer deutlich hörbaren Zäsur zwischen "SOLAR" und "E" gesprochen wird, wobei die Betonung auch auf dem Schlußlaut "E" liegt, erfolgt die Wiedergabe des dreisilbigen einheitlichen Wortes "SOLARIS" üblicherweise unter Hervorhebung der Mittelsilbe, entsprechend dem ebenfalls auf der Silbe "la" betonten Wort "solar". Hinzu kommt, daß die markante Abweichung in den Endungen "E/IS" wegen des klangstarken "S" akustisch deutlich in Erscheinung tritt.

Der Gefahr von Verwechslungen wirkt schließlich auch entgegen, daß es sich bei dem gemeinsamen Bestandteil "SOLAR" der Markenwörter um ein Element mit beschreibendem Sinngesamt und geringer Kennzeichnungskraft handelt, das die Aufmerksamkeit des Verkehrs von Haus aus verstärkt auf die übrigen Wortteile lenkt. Selbst wenn man davon ausgeht, daß die Glasscheiben und Glassteine, zu deren Kennzeichnung die Marken bestimmt sind, nicht unmittelbar der Gewinnung von elektrischem Strom oder Wärme durch Sonnenenergie dienen, für die der Begriff "SOLAR" üblicherweise verwendet wird, kann hieraus nicht auf den Phantasiecharakter dieses Bestandteils geschlossen werden. Auch in Verbindung mit Glasscheiben und Glassteinen ausschließlich für die Bauverglasung vermittelt das sowohl im täglichen Leben als auch in Drittkennzeichen des Baubereichs häufig verwendete und allgemein bekannte Wort "SOLAR" ohne weiteres insbesondere die beschreibende Vorstellung von Waren, die einen Raum hell wie das Sonnenlicht machen oder das Sonnenlicht ungehindert durchlassen. Der Verkehr hat daher keinen Anlaß, hierin einen Bestandteil mit individueller betriebskennzeichnender Eigenart zu sehen, demgegenüber die Endungen weitgehend zurücktreten, wie etwa im Fall "salvent/Salventerol" (vgl. BGH GRUR 1998, 924). Unter diesen Voraussetzungen kann die Gefahr, daß die klanglichen Unterschiede der Marken unbemerkt bleiben, mit Sicherheit ausgeschlossen werden.

In schriftbildlicher Hinsicht treten die Abweichungen der Markenwörter noch stärker in Erscheinung, denn der Bestandteil "SOLARIS" der Widerspruchsmarke prägt sich dem Verkehr insgesamt als eine aus dem Begriff "SOLAR" phantasievoll gebildete Wortschöpfung ein, während die angegriffene Marke nur aus dem gängigen Begriff "SOLAR" in Verbindung mit dem eher als Typenangabe wirkenden Buchstaben "E" besteht.

Da wegen der Kennzeichnungsschwäche des Bestandteils "SOLAR" zweifellos auch kein Anlaß für die Annahme einer Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt einer gedanklichen Verbindung der Marken besteht, war der Beschwerde der Erfolg zu versagen.

Von einer Kostenauflegung wird gemäß § 71 Abs 1 MarkenG abgesehen.

Winkler

v. Zglinitzki

Dr. Schermer

CI/Na