

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 30/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 395 45 556

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 14. März 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Hotz und Dr. Hacker

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

ist im Register unter der Nummer 395 45 556 für die Waren:

"Duftstoffe, Duftöle, Duftwasser, Dufthölzer, Duftblüten, Mittel für die Körper- und Schönheitspflege; Aroma-Öllampen aus Keramik, Glas und Porzellan, Keramikgegenstände für den Haushalt"

eingetragen worden.

Dagegen ist Widerspruch erhoben aus der Marke 673 348

Novelle

die für

"Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, ätherische Öle, Seifen, Wasch- und Bleichmittel, Stärke und Stärkerzeugnisse für kosmetische und Wäschezwecke, Farbzusätze zur Wäsche, Fleckenentfernungsmittel, Putz- und Poliermittel (ausgenommen für Leder), Schleifmittel"

eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patentamts hat eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken teilweise, nämlich hinsichtlich der von der angegriffenen Marke erfaßten Waren

"Duftstoffe, Duftöle, Duftwasser, Dufthölzer, Duftblüten, Mittel für die Körper- und Schönheitspflege"

bejaht und insoweit deren Löschung angeordnet. Den weitergehenden Widerspruch hat sie wegen fehlender Warenähnlichkeit zurückgewiesen. Zur Begründung der Teillöschung hat die Markenstelle ausgeführt, daß die angegriffene Marke von dem Bestandteil "nouvelle" geprägt werde. Bei Marken, die aus Wort- und Bildbestandteilen zusammengesetzt seien, orientiere sich der Verkehr erfahrungsgemäß an den Wortbestandteilen, da diese die einfachste und kürzeste Bezeichnung der Marke darstellten. Innerhalb der in der angegriffenen Marke enthaltenen Wortbestandteile trete die Herstellerangabe "Die Duft und Kosmetik GmbH" neben der eigentlichen Produktbezeichnung "nouvelle" in den Hintergrund. Zwischen dem Markenwort "nouvelle" und der Widerspruchsmarke bestehe eine hochgradige klangliche Ähnlichkeit.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin, mit der sie (sinngemäß) beantragt,

den angefochtenen Beschluß insoweit aufzuheben, als darin die teilweise Löschung der Marke 395 45 556 angeordnet

worden ist und den Widerspruch in vollem Umfang zurückzuweisen.

Die Widersprechende hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, aber nicht begründet. Die Markenstelle hat im Umfang der beschwerdegegenständlichen Waren

"Duftstoffe, Duftöle, Duftwasser, Dufthölzer, Duftblüten, Mittel für die Körper- und Schönheitspflege"

zutreffend die Gefahr von Verwechslungen mit der Widerspruchsmarke bejaht.

Die genannten Waren sind mit den Waren, für welche die Widerspruchsmarke eingetragen ist, teilweise identisch, im übrigen bewegen sie sich im engsten Ähnlichkeitsbereich.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke "Novelle" ist trotz gewisser beschreibender Anklänge im Sinne von "Novität, Neuigkeit" noch als durchschnittlich einzustufen.

Bei dieser Ausgangslage hat die angegriffene Marke einen deutlichen Abstand zur Widerspruchsmarke einzuhalten, damit Verwechslungen hinreichend zuverlässig ausgeschlossen werden können. Diesen Anforderungen wird sie nicht gerecht.

Zwar unterscheiden sich die beiden Marken in ihrer Gesamtheit ausreichend voneinander. Maßgeblich ist jedoch nicht die Gesamtheit, sondern der Gesamteindruck, mit dem die Marken im Verkehr aufeinandertreffen. Aus diesem Grund ist bei mehrbestandteiligen Marken von einer Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG auch dann auszugehen, wenn sich die Vergleichsmar-

ken nur in einem Bestandteil verwechselbar nahekommen, sofern gerade dieser Bestandteil den Gesamteindruck der einen oder der anderen Marke prägt (st. Rspr., z.B. BGH GRUR 1999, 52, 53 "EKKO BLEIFREI"; GRUR 1998, 1014 "ECCO II"). So liegt es hier im Hinblick auf den in der angegriffenen Marke enthaltenen Bestandteil "nouvelle".

Bei der angegriffenen Marke handelt es sich um ein kombiniertes Wort-/Bildzeichen. Bei derartigen Zeichen pflegt sich der Verkehr eher an den Wortbestandteilen zu orientieren, weil das Kennwort einer Wort-/Bildmarke für die angesprochenen Verkehrskreise in der Regel die einfachste Form ist, um die unter der Marke angebotene Ware zu bezeichnen (vgl. BGH GRUR 1998, 1014, 1015 "ECCO II"; GRUR 1996, 198, 200 "Springende Raubkatze" mit weit. Nachw.). Anders kann es allerdings dann liegen, wenn die Marke außer dem Bildbestandteil nur glatt beschreibende oder sonst schutzunfähige oder nur sehr schwach kennzeichnende Elemente enthält. Das ist hier jedoch nicht der Fall. Jedenfalls der Wortbestandteil "nouvelle" verfügt über eine noch genügende eigenständige Kennzeichnungskraft, um im Verkehr die Funktion eines herkunftshinweisenden Kenn- und Merkwortes ausüben zu können. Daß er - ebenso wie die Widerspruchsmarke - gewisse beschreibende Anklänge aufweist, steht dem nicht entgegen. Es handelt sich jedenfalls nicht um eine glatt beschreibende Angabe. Im Französischen bedeutet "nouvelle" zwar allgemein "Neuigkeit", wird so aber überwiegend zur Bezeichnung des aktuellen Tagesgeschehens verwendet. Die angesprochenen deutschen Verkehrskreise, auf deren Sicht es maßgeblich ankommt, werden den Begriff vorwiegend im Sinne des entsprechenden deutschen Wortes "Novelle" verstehen (vgl. BGH BI. f. PMZ 1989, 352 f. "Sleepover"). Dieses aber wird, soweit es nicht eine epische Form, sondern soviel wie "Neuerung" bedeutet, üblicherweise nur im Zusammenhang mit juristischen Texten ("Gesetzesnovelle") gebraucht, nicht aber als Hinweis auf eine Neuerung im Bereich der von der angegriffenen Marke erfaßten Waren.

Die Markenstelle ist des weiteren zutreffend davon ausgegangen, daß dem Markennwort "nouvelle" innerhalb der in der angegriffenen Marke enthaltenen Wortbestandteile eine den Gesamteindruck prägende Bedeutung zukommt. Der weitere Wortbestandteil "Die Duft und Kosmetik GmbH" ist zum einen rein beschreibender Natur, zum andern ist er schon wegen des Rechtsformzusatzes "GmbH" deutlich

als bloße Hersteller- bzw. Händlerangabe erkennbar. Solchen Angaben aber mißt der Verkehr neben der eigentlichen Produktbezeichnung, hier "nouvelle", regelmäßig nur ein untergeordnetes Gewicht zu, weil er die gekennzeichneten Waren meist nicht nach dem Namen des Herstellers unterscheidet, und demzufolge seine Aufmerksamkeit auf die anderen Markenbestandteile richtet (st. Rspr., z.B. BGH GRUR 1998, 942 "ALKA-SELTZER"; GRUR 1996, 404, 405 "Blendax Pep").

Die somit zum Vergleich stehenden Markenwörter "nouvelle" und "Novelle" sind sowohl klanglich als auch schriftbildlich nahezu identisch. Bei dieser Sachlage kann eine Verwechslungsgefahr nicht verneint werden, wobei die klangliche oder schriftbildliche Verwechselbarkeit (neben einer begrifflichen Verwechselbarkeit als dritter Art der unmittelbaren Verwechslungsgefahr) je für sich ausreicht, um den Tatbestand des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zu erfüllen (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 390 "Springende Raubkatze"; GRUR Int 1999, 734, 736 "Lloyd"; BGH GRUR 1999, 241, 243 "Lions").

Es bestand kein Anlaß, einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Ströbele

Hotz

Hacker

Bb

Abb. 1

