

# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 19/00

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
31. Mai 2000

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 2 913 157**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 31. Mai 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Grabrucker und Martens

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Gegen die seit dem 24. Mai 1996 unter anderem für die Waren

"Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege (soweit in Klasse 3 enthalten); Kosmetik- und Schminkartikel (soweit in Klasse 3 enthalten)"

eingetragene Marke 2 913 157

La Chance

ist Widerspruch eingelegt aus der Marke 606 360

Nonchalance

eingetragen seit 1951 unter anderem für

"Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege".

Die Markenstelle hat den Widerspruch zurückgewiesen, da auch bei teilweiser Identität der Waren wegen geringer Gemeinsamkeiten der Marken eine Verwechslungsgefahr nicht zu befürchten sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie trägt vor, beide französisch klingenden Wortmarken wiesen bei lediglich vertauschten Silben deutliche klangliche Annäherungen auf, zumal der Verkehr den Bestandteil "Non" der Widerspruchsmarke, die zur Kennzeichnung von seit langer Zeit gut eingeführten Produkten verwendet werde, erfahrungsgemäß als bloße Verneinung weglasse.

Die Widersprechende beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und die Löschung der jüngeren Marke anzuordnen.

Die Markeninhaberin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie bestreitet einen erhöhten Bekanntheitsgrad der Widerspruchsmarke und verweist darauf, daß die Markenwörter ohnehin kaum Ähnlichkeiten aufwiesen. Ihre Einrede der Nichtbenutzung hat sie im Beschwerdeverfahren nicht mehr weiterverfolgt.

## II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, aber nicht begründet. Nach Ansicht des Senats besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zwischen den einander gegenüberstehenden Kennzeichnungen, legt man die bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr, die nach der Rechtsprechung unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu erfolgen hat, implizierte Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zugrunde (BGH BIPMZ 1999, 226 "LION DRIVER").

Die Widerspruchsmarke wird - wie die von der Widersprechenden eingereichten Unterlagen belegen - für Parfümerien und Mittel zur Körper- und Schönheitspflege benutzt, was von der Markeninhaberin nicht mehr in Abrede gestellt worden ist. Damit besteht Identität hinsichtlich der von den Beteiligten beanspruchten Waren der Klasse 3, so daß an den von der jüngeren Marke zur Verneinung einer Verwechslungsgefahr einzuhaltenden Abstand strenge Anforderungen zu stellen sind. Dies gilt um so mehr, als die zu berücksichtigenden breiten Verkehrskreise - auch wenn dabei auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher abzustellen ist - die eher niedrigpreisigen Kosmetika mit einer gewissen Flüchtigkeit erwerben und dabei nur selten die Möglichkeit haben, die Marken unmittelbar zu vergleichen. Nachdem die Markeninhaberin einen erhöhten Bekanntheitsgrad der Widerspruchsmarke bestritten hat und ein solcher auch nicht gerichtsbekannt ist, ist von einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen, die sich weder kollisionsförend noch -hemmend auswirkt. Vor diesem Hintergrund hält die jüngere Marke den für die Verneinung der Verwechslungsgefahr erforderlichen deutlichen Abstand ein, da es weitgehend an einer rechtlich relevanten Markenähnlichkeit fehlt.

Die einander gegenüberstehenden Markenwörter weisen Gemeinsamkeiten allenfalls hinsichtlich ihrer Herkunft aus dem französischen Sprachraum auf, was für sich allein keinen kollisionsbegründenden Umstand darstellt, da ein französisches Flair bei Kosmetika regelmäßig besondere Gütevorstellungen beim Verbraucher weckt, dem Paris als Hauptstadt des Parfüms gilt. Zahlreiche Kennzeichnungen auf diesem Warengbiet sind an französische Wörter angelehnt oder enthalten französische Wortbestandteile. Sonstige Übereinstimmungen beschränken sich entgegen der Ansicht der Widersprechenden lediglich auf den Gesamteindruck nicht bestimmende Einzelbuchstaben der Markenwörter; klangprägende Gemeinsamkeiten wie ähnliche Silbenfolge oder einen übereinstimmenden Zeichenanfang besitzen die Marken jedoch nicht. Es sind auch keine Gründe ersichtlich, warum der Verkehr - wie die Widersprechende vorträgt - bei der älteren Marke die am Wortanfang stehende Silbe "Non" weglassen sollte, um die Marken sodann unter Vertauschung der Silbe "la" zu verwechseln. Dieser Annahme steht ohnehin bereits ein in beiden Marken erkennbar unterschiedlicher Begriffsinhalt entgegen: Das Wort "Chance" ist Bestandteil der deutschen Sprache, "Nonchalance" wird im Rechtschreibbeduden (1996, S 527) geführt und dürfte daher zumindest einem Teil des Verkehrs in seiner Bedeutung geläufig sein. Der am ohnehin stärker beachteten Wortanfang stehende und selbst Sprachkundigen bekannte französische Ausdruck "Non" wird sogar aus der unsicheren Erinnerung heraus nicht vernachlässigt werden und wirkt daher einer Verwechslungsgefahr zusammen mit den weiteren Abweichungen deutlich entgegen.

Angesichts der allenfalls geringen Markenähnlichkeit kann damit auch vor dem aufgezeigten Warenhintergrund eine Verwechslungsgefahr in jeder Richtung ausgeschlossen werden.

Die Beschwerde der Widersprechenden war daher zurückzuweisen, wobei zu einer Kostenauflegung (§ 71 Abs 1 MarkenG) kein Anlaß bestand.

Stoppel

Grabrucker

Martens

Mü/prö