

BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 229/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angegriffene Marke 395 04 596

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. September 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie den Richtern Knoll und Engels

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. November 1997 und vom 2. August 1999 insoweit aufgehoben, als wegen des Widerspruchs aus der Marke 927 336 die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet worden ist.

Dieser Widerspruch wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die am 13. Juli 1995 in das Markenregister eingetragene Bezeichnung

Valdrin

beansprucht nach Teillöschung noch die Waren "Arzneimittel, ausgenommen Nervenberuhigungsmittel; pharmazeutische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, ausgenommen Nervenberuhigungsmittel; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke". Die Veröffentlichung der Eintragung erfolgte am 15. November 1995.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der am 29. Januar 1975 für Nervenberuhigungsmittel" eingetragenen Marke 927 336

VALPETRIN,

deren Benutzung nicht bestritten ist.

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren nach Beschränkung des Warenverzeichnisses der angegriffenen Marke ergangen ist, die Verwechslungsgefahr zwischen den Marken bejaht und die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet. Wegen der weitgehenden Übereinstimmung der Marken im gemeinsamen Lautbestand Val--d(t)rin bestehe klangliche Verwechslungsgefahr. Dies gelte auch unter Berücksichtigung der Beschränkung des Warenverzeichnisses der jüngeren Marke, da die jeweilig beanspruchten Waren noch eine erhebliche Nähe aufweisen könnten. Hiernach sei von der angegriffenen Marke gegenüber der normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke ein deutlicher Markenabstand einzuhalten, der wegen der erheblichen klanglichen Gemeinsamkeiten der Wörter nicht gewahrt sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke, die zur Verwechslungsgefahr keine weiteren Ausführungen gemacht hat, mit dem (sinngemäßen) Antrag,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben, soweit wegen des Widerspruchs aus der Marke 927 336 die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet worden ist, und diesen Widerspruch zurückzuweisen.

Die Beschwerdegegnerin, welche als neue Inhaberin der Widerspruchsmarke und Rechtsnachfolgerin der im Verfahren vor dem DPMA beteiligten Widersprechenden mit Zustimmung der Inhaberin der angegriffenen Marke in das Beschwerdeverfahren eingetreten ist, hat sich gleichfalls zur Frage der Verwechslungsgefahr nicht geäußert und beantragt,

die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke zurückzuweisen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse sowie die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

II

Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke ist zulässig, insbesondere statthaft sowie form- und fristgerecht eingelegt, § 66 Abs 1 Satz 1, Abs 2 MarkenG.

Die Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg. Es besteht nach Auffassung des Senats keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG, so daß die Beschlüsse im angefochtenen Umfang aufzuheben und der Widerspruch zurückzuweisen war (§§ 42 Abs 2 Nr 1, 43 Abs 2 Satz 2 MarkenG).

Der Senat geht bei seiner Entscheidung mangels anderer Anhaltspunkte von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus.

Unter Berücksichtigung des im Erinnerungsverfahren durch die Inhaberin der angegriffenen Marke eingeschränkten Warenverzeichnisses können sich die jeweils gegenüberstehenden Marken zwar nicht mehr auf identischen Waren begegnen, es bleiben jedoch enge Berührungspunkte möglich. Da in den Warenverzeichnissen eine Rezeptpflicht nicht festgeschrieben ist und auch in tatsächlicher Hinsicht der Fachverkehr nicht im Vordergrund steht, sind die allgemeinen Verkehrskreise uneingeschränkt für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr zu berücksichtigen. Auch insoweit ist allerdings davon auszugehen, daß grundsätzlich nicht auf einen sich nur flüchtig mit der Ware befassenden, sondern auf einen durchschnittlich in-

formierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher abzustellen ist, dessen Aufmerksamkeit je nach Art der Ware oder Dienstleistung unterschiedlich hoch sein kann (vgl. BGH MarkenR 2000, 140, 144 ATTACHÉ / TISSERAND; BGH GRUR 1998, 942, 943 li Spalte - ALKA-SELTZER; EuGH MarkenR 1999, 236, 239 unter 24. - Lloyd / Loints) und der insbesondere allem, was mit der Gesundheit zusammenhängt eine gesteigerte Aufmerksamkeit beizumessen pflegt (vgl. BGH GRUR 1995, 50, 53 - Indorektal/Indohexal).

Auch wenn danach an den zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr erforderlichen Markenabstand gleichwohl eher noch strenge Anforderungen zu stellen sind, so ist die Ähnlichkeit der Marken nach Auffassung des Senats in keiner Richtung derart ausgeprägt, daß die Gefahr von Verwechslungen im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zu bejahen wäre. Die angegriffene Marke hält vielmehr in jeder Hinsicht noch einen zur Vermeidung von Verwechslungen ausreichenden Abstand zu der Widerspruchsmarke ein.

Die sich gegenüberstehenden, wie "Val-drin" und "Val-pe-trin" gesprochenen Markenwörter unterscheiden sich in klanglicher Hinsicht bereits deutlich durch ihre unterschiedliche Lautbildung und die hiermit verbundene silbenbedingte Abweichung im Sprechrhythmus. Diese kommt nicht nur dadurch deutlich zum Tragen, daß die Widerspruchsmarke in der mittleren Sprechsilbe "pe" eine auffällige, durch einen klangstarken Konsonanten eingeleitete zusätzliche Silbe enthält, sondern daß die Marke "Val-pe-trin" zudem wegen ihres weiteren, gleichfalls markanten und hart anklingenden Anlauts "t" der Schlußsilbe auch deutlich silbenbetont und abgesetzt gesprochen wird. Die bestehenden Silben- und Lautunterschiede bleiben deshalb selbst bei ungünstigeren Übermittlungsbedingungen oder etwas undeutlicherer Aussprache gut vernehmbar und gewährleisten eine hinreichend sichere Unterscheidung der Markenwörter. Es kommt hinzu, daß die Widerspruchsmarke im Gegensatz zu der jüngeren Marke aufgrund ihres abweichenden Konsonantengerüsts ein hartes Klangbild aufweist. In ihrer Gesamtheit und losgelöst von einer bloß formalen Betrachtung reichen deshalb die klanglichen

Unterschiede der Wörter nach ihrem jeweiligen Gesamteindruck aus, den bestehenden Gemeinsamkeiten hinreichend deutlich entgegenzuwirken, auch wenn die Übereinstimmungen insbesondere in den erfahrungsgemäß stärker beachteten Anfangsbestandteilen der Wörter liegen (vgl hierzu Althammer/Ströbele MarkenG, 5. Aufl, § 9 Rdn 83) und die Auffassung des Verkehrs eher von einem undeutlichen Erinnerungsbild bestimmt wird (st Rspr vgl EuGH MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd / Loints).

Ebenso weisen die Marken im Schriftbild in jeder üblichen Schreibweise bereits aufgrund der markant abweichenden Wortlänge und Kontur der Buchstaben einen hinreichenden Abstand auf, wobei in Normalschrift oder bei handschriftlicher Wiedergabe die unterschiedliche Umrißcharakteristik der Wörter eine zusätzliche Unterscheidungshilfe bietet, zumal das Schriftbild der Marken erfahrungsgemäß sehr viel besser eine ruhige oder auch wiederholte Wahrnehmung der Bezeichnung gestattet als das schnell verklingende gesprochene Wort.

Nach alledem erweist sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke als begründet.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlaß,
§ 71 Abs 1 MarkenG.

Kliems

Knoll

Engels

Pü