

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 22/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
10. Februar 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angegriffene Marke 399 66 022

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 10. Februar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann und der Richterinnen Winter und Hartlieb

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. November 2000 und vom 13. November 2001 in der Hauptsache aufgehoben. Der Widerspruch aus der Marke 386 371 wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Unter der Nummer 399 66 022 am 17. Januar 2000 in das Markenregister eingetragen und am 17. Februar 2000 veröffentlicht worden ist als Bildmarke (farbig) ua für die Waren "Spiele, Spielwaren, Spielzeug, Figuren zu Spielzwecken einschließlich Stoff- und Gummitiere sowie Maskottchen; Scherzartikel" folgende Darstellung:

siehe Abb. 1 am Ende

Beschränkt Widerspruch erhoben – gerichtet gegen die genannten Waren - hat am 3. Mai 2000 die Inhaberin der Marke 386 371 **Petsy**, die seit 1928 für "weichgestopfte Tierfiguren" eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat wegen Verwechslungsgefahr die Eintragung der angegriffenen Marke teilweise gelöscht hinsichtlich der Waren "Spiele, Spielwaren, Spielzeug, Figuren zu Spielzwecken einschließlich Stoff- und Gummitiere sowie Maskottchen; Scherzartikel", weil der

Bestandteil "Petzi" der angegriffenen Marke bei der mündlichen Wiedergabe alleinprägend sei. Zwischen "PETZI" und "Petsy" bestehe die Gefahr klanglicher Verwechslungen.

Die Markeninhaberin hat Beschwerde eingelegt. Mit näheren Ausführungen hält sie Verwechslungsgefahr nicht für gegeben, weil der Bestandteil "Petzi" in ihrer Marke nicht alleinprägend sei.

Die Markeninhaberin beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben
und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hält mit näheren Ausführungen die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle für zutreffend.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt sowie auf die Beschlüsse des Patentamts Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und auch in der Sache begründet. Es besteht keine Verwechslungsgefahr iSv § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Ob Verwechslungsgefahr besteht, hängt danach ab von der Identität oder Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken einerseits und andererseits von der

Identität oder Ähnlichkeit der von den beiden Marken erfaßten Waren. Darüber hinaus sind auch alle weiteren Umstände zu berücksichtigen, die sich auf die Verwechslungsgefahr auswirken können, insbesondere die Kennzeichnungskraft der älteren Marke, wobei die verschiedenen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr heranzuziehenden Faktoren in einer Wechselwirkung stehen (st Rspr vgl BGH GRUR 2001, 507, 508 - EVIAN/REVIAN; GRUR 2000, 506, 508 - ATTACHÉ/ TISSERAND jew mwN).

Auch wenn von zum Teil identischen Waren und einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke ausgegangen wird, ist Verwechslungsgefahr zu verneinen. Selbst bei Anlegung strenger Maßstäbe ist ein zur Vermeidung von Verwechslungen ausreichender Markenabstand in jeder Hinsicht gewahrt.

Bei der Beurteilung der klanglichen Verwechslungsgefahr mißt der Verkehr beim Zusammentreffen von Wort- und Bildbestandteilen in der Regel zwar dem Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform eine prägende Bedeutung zu (vgl Althammer/Ströbele MarkenG 6. Aufl § 9 Rdn 194 mwN). Eine Verwechslungsgefahr kann vorliegend aber nur dann ernsthaft in Betracht gezogen werden, wenn - wie auch die Widersprechende nicht verkennt - für die Beurteilung der Ähnlichkeit der angegriffenen Wort-Bild-Marke – deren Wortbestandteil "PETZI UND SEINE FREUNDE" lautet - mit der Wortmarke der Widersprechenden der Bestandteil "PETZI" eine selbständig kollisionsbegründende Bedeutung hat. Davon kann jedoch nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen nicht ausgegangen werden.

Selbständig kollisionsbegründend ist einer von mehreren Markenbestandteilen nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nur dann, wenn er den Gesamteindruck der mehrgliedrigen Marke prägt; davon ist auszugehen, wenn die übrigen Markenteile für die angesprochenen Verkehrskreise in einer Weise zurücktreten, daß sie für den Gesamteindruck vernachlässigt werden können, zB wegen Kennzeichnungsschwäche (BGH MarkenR 2000, 20 - RAUSCH/ELFI

RAUCH); ebensowenig kann von einer Prägung des Gesamteindrucks durch einen Markenbestandteil ausgegangen werden, wenn sich dieser nur als gleichwertig mit anderen Markenbestandteilen darstellt (vgl Althammer/Ströbele aaO § 9 Rdn 160, 180 mwN).

Eine allein oder selbständig kollisionsbegründende Wirkung kommt dem Bestandteil "PETZI" innerhalb des Wortbestandteils "PETZI UND SEINE FREUNDE" nicht zu; dabei unterstellt der Senat zugunsten der Widersprechenden die Schutzzfähigkeit des Wortes "PETZI" und läßt es dahingestellt sein, ob dieses Markenelement als Verkleinerungsform von "Petz" (Bär) hier kennzeichnungsschwach sein und deshalb von vornherein nicht für die Prägung des Gesamteindrucks in Betracht kommen könnte.

Allerdings ist der Erfahrungssatz zu berücksichtigen, daß der Verkehr zwar dazu neigt, längere Kennzeichen in einer die Merkbarkeit und Aussprechbarkeit erleichternden Weise zu verkürzen, daß er aber – soweit diese Notwendigkeit zur Verkürzung nicht besteht – grundsätzlich die Marken in der Form aufnimmt, in der sie ihm entgegentreten (vgl EuGH GRUR Int 1999, 734, 736 - Lloyd; BGH GRUR 1998, 932, 933 - MEISTERBRAND). Im vorliegenden Fall sind keine nachvollziehbaren Gründe ersichtlich, die das Publikum veranlassen könnten, in dem Wortbestandteil "PETZI UND SEINE FREUNDE" aus Gründen der Bequemlichkeit oder Vereinfachung nach einem den Gesamteindruck prägenden Einzelelement zu suchen. Der Gesamteindruck des Wortbestandteils der angegriffenen Marke wird durch all ihre Worte gleichermaßen geprägt. Unabhängig von dem allgemeinen Erfahrungssatz, daß der Verkehr Marken regelmäßig ohne analysierende Betrachtungsweise aufnimmt und schon deshalb der Wortbestandteil der angegriffenen Marke als Ganzes erfaßt wird, gibt auch eine genauere Untersuchung der konkreten Marke keinen Anlaß für eine andere Beurteilung.

Zwar treten die Worte "UND SEINE FREUNDE" in der Schriftgröße gegenüber "PETZI" zurück; es sind aber keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, daß diese

Worte kaum mehr beachtet werden. Denn sie sind nicht etwa in geringer Schriftgröße gestaltet (vgl BPatG GRUR 1994, 124 – Billy the kid); vielmehr verbinden sie sich durch die Wiedergabe entsprechend der Länge des Wortes "PETZI", die darüber hinaus seiner bogenförmigen Darstellung folgt, schon grafisch zu einer Einheit mit "PETZI". Zudem wirkt "PETZI UND SEINE FREUNDE" in der Wort-Bildmarke insgesamt als Überschrift des Bildbestandteils, nicht aber wie zum Beispiel eine andere, von "PETZI" losgelöste Zusatzinformation. Weiter kommt hinzu, das der Wortteil der Marke eine Art "geflügelten Satz" mit ohne weiteres erkennbarem Sinngehalt bildet, in dem der Bestandteil "PETZI" aufgeht zu einem einheitlichen Spruch mit erkennbarer Gesamtaussage (vgl BGH WRP 2002, 1279, 1281 - 1, 2, 3 im Sauseschritt; vgl auch BGH GRUR 1999, 733 – LION DRIVER/LIONS). Die Erfassbarkeit in diesem Sinn wird zudem unterstützt durch den Bildbestandteil der Marke, der eine Freundesgruppe wiedergibt. Es handelt sich dabei auch um einen festen, geschlossenen Freundeskreis aus untereinander gleichgewichtigen Phantasiespieltieren, so daß mit Petzi das Gesamtzeichen nur verstümmelnd, nämlich eines ganz wesentlichen Elements entbehrend wiedergegeben würde. Die Freunde ergeben durch die Art ihrer Darstellung und ihrer Zusammenstellung erst den besonderen Reiz der Marke. Unter diesen Umständen kann nicht davon ausgegangen werden, daß "UND SEINE FREUNDE" vom Verkehr vernachlässigt werde. Damit kommt dem Bestandteil "PETZI" keine allein prägende und selbständig kollisionsbegründende Bedeutung innerhalb der angegriffenen Marke zu. Verwechslungen im rechtserheblichen Ausmaß sind daher nicht zu befürchten.

Zu einer Auferlegung von Kosten aus Billigkeitsgründen besteht keine Veranlassung (§ 71 Abs 1 Satz 1 MarkenG).

Dr. Buchetmann

Winter

Hartlieb

Fa

Abb. 1

