



# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 194/02

---

(AktENZEICHEN)

Verkündet am  
19. März 2003

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 399 34 141**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 19. März 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 31 – vom 22. Juli 2002 aufgehoben, soweit der Widerspruch auch für die Waren

"pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte, Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken"

zurückgewiesen worden ist.

Insoweit wird die Löschung der angegriffenen Marke 399 34 141 wegen des Widerspruchs aus der Marke 2 101 584 angeordnet.

**Gründe**

**I.**

In das Markenregister eingetragen ist unter der Rollenummer 399 34 141 die Wortmarke

## **Euronia**

für zahlreiche Waren der Klassen 1, 3, 5, 9, 10, 17, 19, 20, 29 und 32, unter anderem für

"pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte, Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken".

Die Inhaberin der seit 1996 für zahlreiche Waren der Klassen 5, 29, 30 und 31, nämlich für

"pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke einschließlich diätetischer Getränke sowie Präparaten für die Zubereitung von diätetischen Getränken; Babykost; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), nämlich Fleisch-, Fisch-, Obst- und Gemüsegallerten; Konfitüren; Milchprodukte, nämlich Butter, Käse, Sahne, Joghurt, Milchpulver für Nahrungszwecke; Speiseöle und -fette; Suppen; Konserven, nämlich Fleisch-, Fisch-, Obst-, Gemüsekonserven; Mehle und Getreidepräparate (ausgenommen Futtermittel); Brot und Backwaren; Gewürze; alle vorgenannten Waren auch unter Zusatz von Vitaminen und/oder Mineralsalzen hergestellt; vitaminhaltige Tiernahrungsmittel; Vitaminpräparate in Form von Brausetabletten, Säften, Pulvern, Granulaten, Bonbons, Kaubonbons, Emul-

sionen, Dragees, Kapseln, Tropfen, mit oder ohne Mineralstoffzusätzen"

eingetragenen Marke 2 101 584

### **Eunova**

hat hiergegen Widerspruch erhoben, den sie in der Beschwerde auf die oben aufgeführten Waren der angegriffenen Marke beschränkt hat.

Die Markenstelle für Klasse 31 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss eines Erstprüfers den Widerspruch der Beschwerdeführerin mit der Begründung zurückgewiesen, angesichts der nur unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, die aus dem griechischen Wort "eu" (= gut, wohl) und dem Pluralwort des eingedeutschten Begriffs "Novum" zusammengesetzt sei, halte die angegriffene Marke trotz der großen Warenähnlichkeit den erforderlichen Markenabstand ein.

Die Widersprechende hat hiergegen unter Beschränkung des Widerspruchs Beschwerde eingelegt. Sie bestreitet eine Kennzeichnungsschwäche ihrer Marke, denn der von der Markenstelle unterstellte Sinngelalt treffe nicht zu, beruhe auf einer zergliedernden Betrachtungsweise und werde jedenfalls nicht von den betroffenen Verkehrskreisen erkannt. Die geringen klanglichen und schriftbildlichen Unterschiede der Markenwörter reichten vielmehr nicht aus, um Verwechslungen zu vermeiden.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Der Markeninhaber hat keinen Antrag gestellt und sich lediglich auf den angefochtenen Beschluss bezogen. Den Termin zur mündlichen Verhandlung hat er nicht wahrgenommen.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG zulässig und hat in der Sache auch Erfolg, denn zwischen den Marken besteht im beantragten Umfang Verwechslungsgefahr (§ 42 Abs 1, 2 Nr 1, § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Die Rechtsfrage, ob eine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz vorliegt, ist unter Berücksichtigung des Einzelfalls durch die Abwägung insbesondere der Faktoren Ähnlichkeit der Waren, Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und Ähnlichkeit der Marken zu entscheiden (ständige Rechtsprechung zB EuGH MarkenR 1999, 20 - Canon; BGH MarkenR 2001, 204 - EVIAN/REVIAN).

Hier stehen sich bei den Produkten nicht nur ähnliche, sondern identische Waren gegenüber.

Dies gilt nicht nur für die in beiden Warenverzeichnissen wörtlich übereinstimmenden Waren "pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost", sondern auch für die verbleibenden Waren

"Fruchtgetränke und Fruchtsäfte, Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken". Denn diese können die Widerspruchswaren "Vitaminpräparate in Form von Säften" und "Präparate für die Zubereitung von diätetischen Getränken" mit einschließen, nachdem der Markeninhaber seine Waren nicht näher aufgeschlüsselt hat.

Im Bereich dieser identischen Waren, die sich an Endverbraucher jeder Altersgruppe richten, kann der Rechtsinhaber des älteren Markenrechts einen besonders deutlichen Abstand der jüngeren Marken verlangen, der hier jedoch nicht eingehalten ist.

Von einer Schwächung der Widerspruchsmarke wegen der behaupteten Sinngehalte in der Bezeichnung "eunova" kann nicht ausgegangen werden. Es ist bereits fraglich, ob der Verkehr, der angesichts der hier betroffenen Massenwaren des Alltagsbedarfs sehr breite Kreise erfasst, den Bestandteil "nova" als Pluralform von "Novum" auffasst, nachdem hierzulande allenfalls von "Novitäten" gesprochen wird; auch in dem Wort "Innovation" werden nur die wenigsten den lateinischen Hintergrund von "nova" bemerken, zumal das Wort von "innovare" abzuleiten ist. Dies gilt erst recht für das altgriechische Wort "eu", welches die Adverbform von "agathos" (= gut) darstellt, aber im modernen Griechisch nur als Präfix (in der Aussprache "eff") existiert. Es bedarf schon einer ausgeprägten altsprachlichen oder etymologischen Vorliebe, um der Widerspruchsmarke die genannten Einzelbestandteile zu entnehmen und daraus irgendwelche Rückschlüsse auf die Eigenschaften der Widerspruchswaren zu ziehen. Jedenfalls die hier betroffenen Verkehrskreise werden keine derartigen Wortanalysen anstellen und die Widerspruchsmarke als einheitliches dreisilbiges Fantasiewort einstufen.

Selbst wenn man mit der Markenstelle von einer Bekanntheit der vermeintlichen Bestandteile der Widerspruchsmarke in anderen eingetragenen Marken ausgehen würde, bliebe die durchschnittliche Kennzeichnungskraft im vorliegenden Fall unberührt. Denn die Schwächung einer Marke wegen ähnlicher oder gleicher Drittmarken stellt einen Ausnahmetatbestand dar. Sie setzt voraus, dass diese Drittzeichen im Bereich gleicher oder zumindest eng benachbarter Warenbereiche tatsächlich in Erscheinung getreten sind und zwar in einem Umfang, dass sich der Verkehr an das Vorhandensein solcher Zeichen gewöhnt hat (st. Rspr, BGH, MarkenR 2002, 256 – IMS; MarkenR 2001, 307 – CompuNet/ComNet). Auch eine Vielzahl von eingetragenen ähnlichen Drittmarken lässt keinen Schluss auf deren tatsächliche Benutzung und Bekanntheit zu. Da aber die bloße Eintragung einer

Marke im Markenregister keinerlei Aussagekraft zu deren tatsächlicher Benutzung und noch weniger zu deren Bekanntheit im Verkehr hat, bedarf es insoweit eines entsprechenden Sachvortrags desjenigen, der sich darauf beruft. Der Markeninhaber hat hierzu jedoch nichts vorgetragen und die Markenstelle auch keine eigenen Feststellungen getroffen, so dass sich die Begründung des angefochtenen Beschlusses zu diesem Punkt als bloße Behauptung oder Vermutung darstellt. Selbst wenn das Wort "nova" in der Kennzeichnung als auch der Werbung beliebt sein sollte, um auf die Neuheit des Produkts hinzuweisen, ist markenrechtlich allein der Gesamtbegriff maßgeblich, der aber vorliegend für den betroffenen Produktbereich eine originäre durchschnittliche Kennzeichnungskraft aufweist.

Vor diesem tatsächlichen und rechtlichen Hintergrund reichen die Unterschiede in den Vergleichsmarken nicht aus, um eine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG auszuschließen.

Klanglich stimmen die Marken im besonders beachteten Wortanfang (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6.Auflage 2000, § 9 Rdn. 96 f. ), in der natürlichen Silbengliederung und in der Vokalfolge überein, wobei man unterstellen kann, dass der Buchstabe "i" am weniger beachtlichen Wortende den Klangeindruck nur unwesentlich beeinflusst. Die unterschiedliche Konsonantenfolge macht sich im Klangbild ebenfalls kaum bemerkbar, so dass der Verkehr - zumal aus der Erinnerung heraus - den Konsonanten "n" dem Anfang sowohl der zweiten als auch der dritten Silbe der Vergleichszeichen zuordnen kann. Da es sich auch nicht um Kurzwörter handelt, können die genannten Zeichenabweichungen die prägenden Übereinstimmungen nicht entscheidend relativieren.

Dies trifft noch stärker in schriftbildlicher Hinsicht zu, wo es vor allem auf Anfang und Ende der Vergleichswörter sowie Ober- und Unterlängen ankommt (vgl. Althammer/Ströbele aaO., Rdn106 f.). Insoweit fällt der unterschiedliche Konsonant an dritter Stelle und fünfter Stelle wegen der sehr ähnlichen Schreibweise von "n", "r" und "v" noch weniger auf. Angesichts dieser starken Annäherungen

wird es dem Verkehr ebenfalls kaum möglich sein, die Vergleichswörter im Erinnerungsbild auseinander zu halten.

Sonstige Gesichtspunkte, die eine Verwechslungsgefahr ausschließen könnten, sind nicht ersichtlich. Insbesondere lässt sich kein abweichender Sinngelhalt feststellen, der dem Verkehr eine Erinnerungshilfe bieten könnte. Wie der Widerspruchsmarke ist auch der angegriffenen Marke kein geläufiger Sinngelhalt zu entnehmen. Weder "euro" noch "ronia" sind im Gesamtwortbild so stark ausgeprägt, dass der Verkehr hierin eine Merkhilfe sehen könnte, zumal der Vorname "Ronja", der von der Markenstelle trotz unterschiedlicher Schreibweise ins Spiel gebracht worden ist, den hier betroffenen Verkehrskreisen ganz überwiegend unbekannt sein dürfte.

Im Ergebnis sind damit im markenregisterrechtlichen Sinne Verwechslungen zu befürchten, so dass die Beschwerde im Umfang des beschränkten Widerspruches Erfolg haben musste.

Eine Kostenentscheidung zu Lasten lediglich einer der Verfahrensbeteiligten war nicht veranlasst (§ 71 Abs 1 Satz 2 Markengesetz).

Stoppel

Richterin Schwarz-Angele  
hat Urlaub und kann daher  
nicht selbst unterschreiben

Paetzold

Stoppel

Bb/Ko