



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 307/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 300 85 020

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 20. Juli 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

My-Well

ist für die Waren

„Seifen; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; pharmazeutische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke, soweit in Klasse 5 enthalten, Nahrungsergänzungsmittel für nicht-medizinische Zwecke, soweit in Klasse 5 enthalten, diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; Babykost.“

unter der Nummer 300 85 020 in das Register eingetragen worden.

Dagegen hat die Inhaberin der prioritätsälteren, für die Waren

„Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Pflaster, Verbandmaterial; Desinfektionsmittel.“

eingetragenen Wortmarke 300 40 268

MIAVEL

Widerspruch erhoben.

Mit Beschluß vom 6. August 2003 hat die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung wird im wesentlichen ausgeführt, daß mangels anderer Anhaltspunkte von normaler Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke auszugehen sei. Ferner könnten sich die Vergleichsmarken im Bereich der Klasse 5 auf hochgradig ähnlichen bis identischen Waren begegnen. Die übrigen Waren der angegriffenen Marke seien mit den Waren der Widerspruchsmarke hingegen nur ähnlich, einige seien wohl auch unähnlich. Darauf komme es jedoch nicht an, da die angegriffene Marke selbst die strengen Anforderungen an den Markenabstand einhalte, die im Bereich der Warenidentität gälten. In klanglicher Hinsicht wiesen die Vergleichsmarken zwar insoweit Ähnlichkeit auf, als sie in den Anfangskonsonanten übereinstimmten und in den Schlußsilben ähnlich ausklangen. Die vorhandenen Unterschiede in den ersten Markenteilen reichten demgegenüber jedoch aus, um die Marken auseinander zu halten. Die beiden ersten betonten Silben „MI-A-“ in der Widerspruchsmarke mit der Abfolge von hellem und dunklerem Vokal würden sich von dem lediglich aus einer Silbe beste-

henden Eingangswortteil „My“ der angegriffenen Marke, dessen Vokal als Zwielaute „ei“ gesprochen werde, im Klang sowie im Sprech- und Betonungsrhythmus deutlich abheben. In schriftbildlicher Hinsicht sei der notwendige Abstand zu der Widerspruchsmarke schon durch die in zwei Bestandteile getrennte Schreibweise der angegriffenen Marke gewahrt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Nach ihrer Auffassung sind die gegenüberstehenden Marken verwechslungsfähig. Angesichts der von der Markenstelle insoweit zutreffend festgestellten möglichen Warenidentität halte die angegriffene Marke in klanglicher Hinsicht keinen hinreichenden Abstand von der Widerspruchsmarke ein. In den Schlußsilben „-VEL“ und „-Well“ seien keine klanglichen Unterschiede auszumachen, da das „v“ der Widerspruchsmarke als „w“ gesprochen werde und die Verdopplung des „l“ den Sprechrhythmus der angegriffenen Marke nicht verändere. Entgegen der Annahme der Markenstelle sei für den Vokal „y“, zumal im maßgeblichen deutschen Sprachraum, neben der englischen Aussprache „ei“ auch die Aussprache als „i“ oder „ü“ denkbar. Sofern das „y“ in der angegriffenen Marke aber als „i“ wiedergegeben werde, sei phonetisch der Unterschied zwischen den Marken kaum wahrnehmbar.

Die Widersprechende beantragt (sinngemäß),

den angefochtenen Beschluß aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie schließt sich vollumfänglich der Begründung des angefochtenen Beschlusses an. Ergänzend führt sie aus, daß im Hinblick auf die Durchsetzung der englischen Sprache im Inland eine Aussprache des „y“ in dem Wortbestandteil „My“ als „i“

oder „ü“ ausgeschlossen werden könne. Abgesehen davon würde eine der englischen Sprache nicht mächtige Person die Silbe „My“ höchstens „Mü“, nicht aber „Mi“ aussprechen. Ein ausreichender Klangabstand sei daher zwischen den beiden Marken gewahrt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat in der Sache keinen Erfolg. Auch nach Auffassung des Senats kann zwischen den beiden Marken eine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG mit hinreichender Sicherheit ausgeschlossen werden. Die Markenstelle hat daher den Widerspruch zu Recht zurückgewiesen (§ 43 Abs 2 Satz 2 MarkenG).

Die Frage der Verwechslungsgefahr ist nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit die Identität oder Ähnlichkeit der zum Vergleich stehenden Marken sowie der von den Marken erfaßten Waren oder Dienstleistungen. Darüber hinaus ist die Kennzeichnungskraft der älteren Marke und - davon abhängig - der dieser im Einzelfall zukommende Schutzzumfang in die Betrachtung mit einzubeziehen. Dabei impliziert der Begriff der Verwechslungsgefahr eine gewisse Wechselwirkung zwischen den genannten Faktoren (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 (Nr 22) „Sabèl/Puma“; GRUR Int 2000, 899, 901 (Nr 40) „Marca/Adidas“; BGH GRUR 2002, 626, 627 „IMS“; GRUR 2004, 241 „GeDIOS“; GRUR 2004, 598 „Kleiner Feigling“).

Zwar erfordern die im vorliegenden Kollisionsfall vor allem zu berücksichtigenden Umstände einer - als Fantasiewortbildung ohne erkennbar beschreibende Anklänge - durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke sowie der

nach der maßgeblichen Registerlage zumindest teilweise gegebenen Identität bzw. hochgradigen Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr die Anlegung eines strengen Maßstabs. Gleichwohl erachtet der Senat die Ähnlichkeit der Vergleichsmarken in jeder Richtung für zu wenig ausgeprägt, um selbst im Bereich der besonders kollisionsfördernden Warenidentität bzw. -nähe eine beachtliche Verwechslungsgefahr annehmen zu können.

Im Schriftbild erweckt die angegriffene Marke „My-Well“ schon durch die Aufgliederung in zwei einzelne, mit Bindestrich verbundene Wörter einen von der widersprechenden Einwortmarke „MIAVEL“ deutlich andersartigen optischen Eindruck. Hinzu kommt, daß sich die Wortmarken zudem noch durch die abweichende Figuration der Hälfte ihres Buchstabenbestandes unterscheiden. Eine schriftbildliche Verwechslungsgefahr ist daher ernsthaft nicht zu besorgen.

Aber auch im klanglichen Gesamteindruck dominieren die Unterschiede im Vergleich zu den Gemeinsamkeiten noch in ausreichendem Maß, so daß im Geschäftsverkehr entscheidungserhebliche Verwechslungen der Marken ebenfalls nicht zu befürchten sind.

Bei der aus den beiden englischen Wörtern „My“ (Possessivpronomen = mein/e) und „Well“ (Adverb = gut, wohl, recht, gesund; Substantiv = Brunnen, Quelle, Bad) bestehenden jüngeren Marke „My-Well“ ist zu erwarten, daß sie von dem angesprochenen inländischen Publikum überwiegend entsprechend der englischen Phonetik [maiwel] ausgesprochen werden wird. Im Hinblick auf die nicht unbedeutliche Durchdringung des allgemeinen deutschen Sprachgebrauchs mit Anglizismen sowie der generell sehr weiten Verbreitung der englischen Sprache in Deutschland, welche hier als erste Fremdsprache gelehrt wird, kann die Kenntnis dieser beiden ausgesprochen einfachen und sehr geläufigen englischen Grundwörter selbst bei Personen mit nur rudimentären Englischkenntnissen in aller Regel vorausgesetzt werden.

Englisch ausgesprochen aber gestaltet sich die Phonetik des regelmäßig am Zeichenanfang stärker beachteten Eingangswortes „My“ in der angegriffenen Marke mit dem klangvollen, einprägsamen Doppelvokal [ai] durchgreifend verschieden von dem Klangeindruck der entsprechenden Anfangslautfolge „MI-A-“ in der Widerspruchsmarke mit der silbenmäßig getrennten Aufeinanderfolge des hellen Vokals [i] und des dunklen Vokals [a]. Allein die Übereinstimmung in dem nur schwach anklingenden Anfangskonsonanten „M“ und die Ähnlichkeit in den phonetisch weitgehend gleichen, jedoch im hinteren Wortbereich meist weniger beachteten Auslautfolgen „-Well“ [wel] und „-VEL“ [wel] bzw [fel] kommen im klanglichen Gesamteindruck der Marken zu wenig zum Tragen, als daß hieraus in beachtlichem Umfang Markenverwechslungen infolge von Hörfehlern entstehen könnten.

Soweit dennoch die jüngere Marke von einigen Verkehrsteilnehmern nicht als englische Wortfolge erkannt, sondern als sonstige fantasievolle Begriffskombination aufgefaßt und nach den deutschen Sprachregeln [miwel] bzw [muewel] oder [mifel] bzw [muefel] wiedergegeben werden sollte, läßt sich daraus im Ergebnis, trotz der dann etwas größeren klanglichen Ähnlichkeit der Marken, eine entscheidungserhebliche Verwechslungsgefahr nicht herleiten. Denn zum einen ist nach dem oben Gesagten eine derartige Aussprache ohnehin nur in einer eher geringen Zahl von Fällen zu erwarten. Zum anderen unterscheiden sich die beiden Marken gerade in den stärker beachteten Eingangswortbestandteilen gleichwohl noch recht deutlich in den klangbestimmenden Vokalen, nämlich dem einzelnen hellen Selbstlaut [i] bzw dem eher dunkel gefärbten Diphthong [ue] gegenüber der Aufeinanderfolge des hellen [i] und des dunklen [a]. Außerdem hebt sich die nur aus zwei Silben bestehende, relativ kurze, aufgrund des Doppel-„l“ zumeist knapp gesprochene jüngere Marke in ihrem Sprech- und Betonungsrhythmus gut vernehmbar von der älteren dreisilbigen Marke ab, die insgesamt eine lang gedehnte, fließende Wortmelodie besitzt.

Nachdem andere Arten der Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken ersichtlich nicht in Betracht kommen, mußte der gegen die Zurückweisung des Widerspruchs gerichteten Beschwerde der Widersprechenden der Erfolg versagt bleiben.

Für eine Auferlegung der Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Abs 1 und 4 MarkenG besteht keine Veranlassung.

Ströbele

Guth

Kirschneck

Bb/Ju