



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 71/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
26. Juli 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 10 924

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. Juli 2005 durch den Richter Dr. van Raden als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Widersprechende hat gegen die Eintragung der Wortmarke

Paschi

für

„Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer, Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Bett- und Tischdecken; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

Widerspruch eingelegt aus ihrer prioritätsälteren für

„Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten); Kleinlederwaren, insbesondere Brieftaschen, Handtaschen, Werkzeugtaschen, Reisetaschen, Geldbeutel, Brieftaschen, Packsäcke, Rucksäcke, Schlüsseltaschen; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme, Ledergürtel; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“

eingetragenen Wort-/Bildmarke 397 20 383



Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 13. Januar 2004 den Widerspruch zurückgewiesen, weil trotz engster Ähnlichkeit bis Identität der Waren keine Verwechslungsgefahr zwischen den Marken gegeben sei. Die recht kurzen Markenwörter könnten durch den klanglich auffälligen zusätzlichen Endvokal der jüngeren Marke hinreichend unterschieden werden. Zwar werde grundsätzlich der Wortanfang stärker beachtet, doch führe die Zweisilbigkeit zu einer anderen Klang- und Silbenstruktur mit klar erkennbar voneinander abweichenden Klangbildern.

Dagegen wendet sich die Widersprechende mit ihrer Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und die Löschung der jüngeren Marke begehrt. Sie trägt vor: Das „i“ am Schluss der jüngeren Marke werde im Deutschen häufig als Koseform verwendet, so dass die Marken jedenfalls bei deutscher Aussprache der Widerspruchsmarke unmittelbar verwechselt würden, zumindest aber assoziativ miteinander in Verbindung gebracht würden, da die Identität der Wortkerne dem Verkehr eine gemeinsame Herkunft der mit den jeweiligen Marken gekennzeichneten Waren nahe legen werde.

Dagegen wendet sich die Markeninhaberin, die die Zurückweisung der Beschwerde beantragt. Sie ist der Ansicht, es gebe für den Verkehr keine Veranlassung, eine Fantasiebezeichnung wie „PASH“ mit einer Diminutivform zu belegen. Sie hält die Unterschiede zwischen den Vergleichsmarken für ausreichend, um

dem angesprochenen Publikum eine sichere Unterscheidung der Marken zu ermöglichen.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat die Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken i.S.v. § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zutreffend verneint.

Unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (st. Rspr., vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd/Loints; BGH, GRUR 2003, 1040, 1042 – Kinder; GRUR 2003, 1044, 1045 – Kelly; GRUR 2005, 326 – il Padrone/Il Portone), wobei ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen größeren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr., vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 Tz. 23 f. - Sabèl/Puma; EuGH GRUR 1998, 922, 923 Tz. 16 f. - Canon; BGH GRUR 1999, 241, 243), hält die jüngere Marke den angesichts der teilweisen Warenidentität und der durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke erforderlichen deutlichen Abstand zu dieser erkennbar ein.

Eine formale Ähnlichkeit zwischen den Vergleichsmarken ist zwar, wie die Markenstelle festgestellt hat, nicht zu verkennen, doch führt diese selbst bei einer – wegen der Buchstabenfolge „s-h“, die für englische Worte typisch ist, nicht nahegelegten - deutschen Aussprache der älteren Marke nicht zu einer markenrechtlich relevanten Verwechslungsgefahr. Diese ist anhand des jeweiligen Gesamteindruck der Marken unabhängig vom Prioritätsalter der sich gegenüberstehenden Zeichen zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR 1998, 397, 390 Tz. 23 - Sabèl/Puma; BGH GRUR 2000, 233 f. - Rausch/Elfi Rauch). Beide Marken unterscheiden sich klanglich wie schriftbildlich in mehrfacher Hinsicht. Die ältere Marke besteht aus

vier Buchstaben, ist einsilbig und endet konsonantisch auf einen Zischlaut. Die jüngere Marke dagegen besteht aus sechs Buchstaben, ist zweisilbig, endet auf einen hellen markanten Vokal und trägt den Zischlaut am Beginn der zweiten Silbe. Diese Unterschiede treten umso mehr hervor, als die Marken recht kurz sind, so dass die vorhandenen formalen Übereinstimmungen sie nicht in der Erinnerung der angesprochenen Verkehrskreise überlagern können. Damit ist die Gefahr von Verwechslungen nicht gegeben.

Es ist auch nicht zu befürchten, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Dies wäre nur zu bejahen, wenn der Verkehr, obwohl er die Vergleichsmarken nicht unmittelbar miteinander verwechselt, einem vorhandenen übereinstimmenden Element in beiden Marken einen Hinweis auf den Inhaber der älteren Marke entnähme, weil die Zeichen in einem Bestandteil übereinstimmen, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens sieht und deshalb nachfolgende Bezeichnungen, die einen wesensgleichen Stamm aufweisen, dem gleichen Zeicheninhaber zuordnet (vgl. BGH WRP 2002, 534, 536 – BIG; BGH WRP 2002, 537, 541 – BANK 24; BGH GRUR 1999, 587, 589 – Cefallone). Davon kann hier keine Rede sein. Die jüngere Marke mag in der Buchstabenabfolge gewisse Übereinstimmungen mit der älteren Marke haben; erkennbar handelt es sich hierbei jedoch um eine eigenständige Wortbildung.

Es sind keine Gründe ersichtlich, von dem Grundsatz des § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen, dass jeder Beteiligte seine Kosten selbst trägt.

Schwarz

Richterin Prietzel-Funk ist wegen Urlaubs an der Unterschriftsleistung verhindert

Dr. van Raden

Dr. van Raden

Na