



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 27/06

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 03 900

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Juli 2007 unter Mitwirkung der Richterin Dr. Hock als Vorsitzende, des Richters Kätker und des Richters Dr. Kortbein

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der Wort-/Bildmarke 303 03 900



eingetragen für

„Chemische Erzeugnisse für gewerbliche und wissenschaftliche Zwecke; Waschkonservierungsmittel, Abperlmittel für Autowaschanlagen, Lackkonservierungsmittel, Frostschutzmittel für Scheibenwaschanlagen und Kühler, Reinigungs- und Konservierungsmittel für Motoren, Mittel für Gummi und Reifenpflege, Silikonentferner, Batteriewasser, Rostumwandler, chemische Zusätze zur Verbesserung der Eigenschaften von Kraftstoffen und Ölen, Pflegemittel für Innenausstattungen, wasserverdrängende Mittel, Teerentfernungsmittel; Starthilfespray, Türschlossenteiser; Farben, Firnisse, Lacke; Rostschutzmittel; Färbemittel; Beizen; Unterbodenschutz- und Hohlraumkonservierungsmittel, Spraygrundierung, Spray-Lacke; Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Shampoos, Waschpulver, flüssige Waschmittel für Autowaschanlagen, für Dampfstrahl- und Hochdruckreinigungsgeräte; Scheibenreinigungsmittel für Scheibenwaschanlagen, pastöse und flüssige Lackreinigungsmittel, Reinigungsmittel für Motoren, Chromputz- und Chrompflegemittel, Plastikreinigungsmittel, Bremsenreinigungsmittel, Felgenreinigungsmittel, Handreinigungsmittel; technische Öle und Fette; Schmiermittel; Staubabsorbier-, Staubbenetzungs- und Staubbindemittel; Sprühöl, Sprühfett“

ist Widerspruch erhoben worden aus der Wort-/Bildmarke 1 087 866

STARCKE

eingetragen für

„Poliermittel; Schleifmittel, insbesondere Schleifpapiere, Schleifgewebe, Schleiffiber, Schleifkombinationen, nämlich aus Papier und Gewebe bestehende Kornträgerunterlagen“.

Mit Beschluss vom 3. Januar 2006 hat die Markenstelle für Klasse 1 den Widerspruch zurückgewiesen. Nach Auffassung der Markenstelle besteht keine Verwechslungsgefahr. Auszugehen sei von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft. Für eine besondere Stärkung oder Schwächung der Kennzeichnungskraft sei nichts ersichtlich. Die Waren seien teilweise identisch, z. B. hinsichtlich Polier- und Schleifmittel. Bei der Zielgruppe der streitgegenständlichen Waren könne es sich um breite Verkehrskreise handeln. Allerdings würden die Waren mit einer gewissen Sorgfalt erworben, da nicht jedes Polier- oder Schleifmittel für jeden Zweck verwendbar sei, sondern einer genaueren Auswahl für das zu bearbeitende Material bedürfe. Dieser Umstand wirke Verwechslungen entgegen.

Zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr sei demnach ein deutlicher Abstand der sich gegenüberstehenden Marken erforderlich, an den jedoch angesichts der sorgfältigen Auswahl der Waren keine allzu strengen Anforderungen gestellt werden dürften. Der erforderliche Abstand werde von der angegriffenen Marke eingehalten. Bei Wort-/Bildmarken messe der Verkehr in der Regel dem Wortbestandteil eine prägende Bedeutung zu. Es stünden sich somit die beiden Markennamen „STAR CARE“ und „STARCKE“ gegenüber. Klanglich sei keine Ähnlichkeit der wie „Star Kähr“ bzw. „Schtarke“ ausgesprochenen Markennamen festzustellen. Sie wiesen eine unterschiedliche Vokalfolge und einen etwas anderen Sprech- und Betonungsrhythmus auf. Der Begriff „STAR CARE“ bestehe aus einfachen, im Inland weit verbreiteten englischen Wörtern und werde auch ohne Englischkenntnisse am Anfang „st“ ausgesprochen. Die ältere Marke beginne klanglich mit einem „scht“. Bei der angegriffenen Marke handele es sich zudem um zwei Wörter, so dass zwischen den beiden Wörtern zumindest eine kurze Pause gemacht werde. Dies sei bei der Widerspruchsmarke nicht der Fall. Auch seien die beiden

Wortbestandteile der angegriffenen Marke gleichermaßen prägend. Es bestehe kein Anlass, einen der beiden Wortbestandteile „Star“ bzw. „Care“ weniger zu beachten und von dem Grundsatz abzuweichen, eine Marke in ihrer Gesamtheit zu würdigen. Ferner werde die angegriffene Marke vom Verkehr in Sinne von „Spitzenpflege“ verstanden. Demgegenüber handele es sich bei der Widerspruchsmarke um einen Eigennamen. Dieser unterschiedliche Sinngehalt diene zusätzlich dazu, die Markennörter besser auseinander halten zu können. Die Unterschiede würden somit in jedem Fall wahrgenommen, so dass keine klangliche Ähnlichkeit der Marken bestehe. Auch schriftbildlich sei eine Ähnlichkeit aufgrund der typischen Umrisscharakteristik der Buchstaben „AR“ und „K“ nicht zu erkennen. In Normalschrift verfüge die Widerspruchsmarke durch das „k“ zudem über eine weitere Oberlänge, die der angegriffenen Marke fehle. Wegen der nicht hinreichenden Ähnlichkeit der Marken könne dahingestellt bleiben, ob die bestrittene Benutzung der Widerspruchsmarke ausreichend glaubhaft gemacht worden sei.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden, mit der sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss vom 3. Januar 2006 aufzuheben und die Löschung der Eintragung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Eine Beschwerdebegründung wurde nicht eingereicht. Vor dem Deutschen Patent- und Markenamt hat die Widersprechende ausgeführt, dass sie im Verkehr weltweit eine ausgesprochen bedeutsame Stellung innehat. Ihre Marke sei ein Phantasiebegriff ohne Bezug zu den beanspruchten Waren, so dass sie auch angesichts ihrer umfangreichen Benutzung eine überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft aufweise. Sie sei zudem kein geläufiger Familienname. Des Weiteren handele es sich um eine bekannte Dachmarke der Widersprechenden, die neben weiteren (Zweit-)Marken auf den Produkten angebracht sei und als besonders wichtiger Herstellungshinweis diene. Polier- und Schleifmittel seien identisch in beiden Verzeichnissen enthalten. Insbesondere „Teerentfernungsmittel“, „Rostschutzmittel“,

„Putz-, Polier-, Fettentfernungsmittel“, „Reinigungsmittel für Motoren“ und „Chromputz- und Chrompflegemittel, Plastikreinigungsmittel, Bremsenreinigungsmittel, Felgenreinigungsmittel“ der jüngeren Marke seien hochgradig ähnlich zu „Schleifmittel“ der älteren Marke, da jene oftmals selbst eine schleifende Wirkung aufwiesen, in Verbindung mit Schleifmitteln eingesetzt oder diesbezüglich Surrogate darstellen würden. Auch bestehe eine klangliche Ähnlichkeit zwischen den sich gegenüberstehenden Marken, die wie „starkär“ bzw. „starcke“ ausgesprochen würden. Die Anfangssilben „star“ seien gleich. Insbesondere werde der Wortanfang in beiden Marken abhängig von der jeweiligen Region entweder „st“ oder „scht“, jedoch immer identisch ausgesprochen. Auch seien die beiden Marken am Ende klanglich ähnlich. Ferner wiesen die beiden Marken Gemeinsamkeiten im Sprech- und Betonungsrhythmus sowie die identische Vokalfolge „a-e“ und die ähnliche Konsonantenfolge „st-r-k(c)“ auf. Insgesamt würden die stärker ins Gewicht fallenden Gemeinsamkeiten überwiegen, so dass die Marken klanglich außerordentlich ähnlich und damit verwechselbar seien. Auf die vor der Markenstelle gemäß § 43 Abs. 1 Satz 1 MarkenG erhobene Nichtbenutzungseinrede der Markeninhaberin hat die Widersprechende Schleifpapiere, Verpackungsmaterialien, Prospekte, Kundenrechnungen aus den Jahren 1998 bis 2003 sowie eine eidesstattliche Versicherung ihres Geschäftsführers vorgelegt. Ihrer Ansicht nach wird das ältere Zeichen als Dachmarke rechtserhaltend benutzt.

Die Markeninhaberin hat demgegenüber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Zur Begründung hat sie auf den angegriffenen Beschluss und einen Beschluss des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt vom 12. Juni 2006 verwiesen, mit dem der Widerspruch aus der älteren Marke gegen die Eintragung einer der angegriffenen Marke entsprechenden Gemeinschaftsmarke zurückgewiesen wurde. Im Verfahren vor der Markenstelle hat die Markeninhaberin ergänzend geltend gemacht, dass der Endlaut bei „STARCKE“ ein helles klares „e“ und bei „STAR

CARE“ ein stummes „e“ sei, so dass letztgenanntes Zeichen klanglich mit einem „r“ ende. Ferner handele es sich bei der Widerspruchsmarke um einen deutschen Namen, der keine Beziehung zu dem englischen Ausdruck „STAR CARE“ aufweise. Auch schriftbildlich seien die Zeichen nicht verwechslungsfähig, da die angegriffene Marke aus zwei untereinander geschriebenen Wörtern und die ältere Marke aus einem einzelnen Wort bestehe. Zudem sei die Kennzeichnung „STARCKE“ als geläufiger deutscher Familienname weder eigentümlich noch phantasievoll. Schließlich werde die Widerspruchsmarke nicht als Produktmarke, sondern ausschließlich als Unternehmenskennzeichen und damit nicht rechtserhaltend benutzt. Insbesondere seien die Produkte der Beschwerdeführerin mit weiteren Phantasiebezeichnungen versehen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Zwischen den Vergleichszeichen besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne der §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Verwechslungsgefahr liegt dann vor, wenn die Öffentlichkeit glauben könnte, dass die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Das Vorliegen von Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der betreffenden Marken im Bild, Klang oder in der Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Für die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es entscheidend

darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen wirkt. Der Durchschnittsverbraucher nimmt eine Marke regelmäßig als Ganzes wahr und achtet nicht auf die verschiedenen Einzelheiten (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE).

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze gilt vorliegend Folgendes:

1. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist als normal, allenfalls als geringfügig erhöht anzusehen.

Die Bezeichnung „STARCKE“ ist von Hause aus uneingeschränkt zur Unterscheidung der Waren der Widersprechenden von solchen anderer Unternehmen geeignet und demzufolge durchschnittlich kennzeichnungskräftig. Zum einen stellt sie keine warenbeschreibende Angabe dar. Zum anderen kann auch unter Berücksichtigung der von der Widersprechenden vorgelegten Telefonbuchauszüge nicht davon ausgegangen werden, dass es sich um einen weit verbreiteten und damit nicht unterscheidungskräftigen deutschen Familiennamen handelt. Außerdem ist nicht feststellbar, dass es ähnliche benutzte Drittmarken gibt, die zu einer Schwächung der Kennzeichnungskraft des älteren Zeichens führen würden. Alle im Markenregister ermittelten Marken mit dem Bestandteil „STARCKE“ gehören der Beschwerdeführerin.

Für eine leichte Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke im Hinblick auf die geschützten Waren sprechen die von der Beschwerdeführerin eingereichten Benutzungsunterlagen. Aus ihnen geht u. a. hervor, dass mit ihr im Zeitraum 1998 bis 2003 jährlich Umsätze zwischen ca. ... bis ca. ... EUR in Deutschland erzielt worden sind. Allerdings reichen die Belege nicht für die Annahme einer umfangreichen Verkehrsbekanntheit und damit einer stark erhöhten Kennzeichnungskraft aus. Eine solche kann nur dann zugrunde gelegt werden, wenn die hierfür maßgeblichen Umstände liquide sind (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage, § 9, Rdnr. 191). Dies ist vorlie-

gend jedoch nicht der Fall, da insbesondere keine Unterlagen zum Grad der Bekanntheit der Widerspruchsmarke eingereicht wurden.

2. Auch unter Zugrundelegung der rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke und teilweiser Identität bzw. Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren besteht mangels Markenähnlichkeit keine Verwechslungsgefahr:

a) Unmittelbare Verwechslungen sind nicht zu befürchten, da die Vergleichszeichen zum einen vom Gesamteindruck her deutliche Unterschiede aufweisen. Insbesondere fallen die Bildelemente in der jüngeren Marke deutlich auf und finden keine Entsprechung in der Widerspruchsmarke, die allein aus einem Wort in ausgeprägtem Fettdruck besteht.

Zum anderen lässt auch ein Vergleich der jeweiligen Wortbestandteile nicht erwarten, dass beide Zeichen in rechtserheblichem Umfang verwechselt werden. Der Gesamteindruck der angegriffenen Marke wird durch die Wörter „STAR CARE“ geprägt, da beim Zusammentreffen von Wort- und Bildbestandteilen das Wort in der Regel als einfachste und kürzeste Bezeichnungsform herausgegriffen wird (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9, Rdnr. 296). Sie bilden einen Gesamtbegriff, so dass weder „STAR“ noch „CARE“ als jeweils allein prägendes Element in Betracht kommen.

Es ist davon auszugehen, dass „STAR CARE“ von dem Großteil des Verkehrs als englischer Begriff aufgefasst wird. Es handelt sich hierbei um auch im Inland häufig verwendete Wörter. Zudem liegt die Interpretation des Elements „STAR“ als das englische Wort für „Stern“ (vgl. Pons Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 1. Auflage, Seite 880) aufgrund der oben und unten befindlichen Sterndarstellungen nahe. Demzufolge werden die Wortbestandteile der jüngeren Marke vornehmlich wie „star kär“ ausgesprochen. Allerdings können sie sich bei schneller Aussprache auch wie „shtar kär“ anhören. Demgegenüber klingt die Widerspruchsmarke wie „starke“ oder bei undeutlicher Aussprache wie „shtarke“. Insofern be-

steht zwar die Möglichkeit, dass die sich gegenüberstehenden Wortelemente am Anfang klanglich übereinstimmen („schar“). Allerdings reicht dies nach Auffassung des Senats nicht für eine klangliche Verwechslungsgefahr aus. Einerseits wird ein Teil des Verkehrs die Marken wie „star kär“ und „scharke“ aussprechen, so dass die Gemeinsamkeiten am Zeichenanfang nicht mehr so stark ausgeprägt sind. Andererseits endet die Wortfolge „STAR CARE“ klanglich mit einem „r“, während bei dem Namen „STARCKE“ ein „e“ am Schluss zu hören ist. Zudem weicht die phonetische Vokalfolge „a-ä“ der jüngeren Marke von derjenigen der älteren Marke („a-e“) ab. Auch der Sprech- und Betonungsrhythmus weist - wie die Markenstelle zutreffend ausführt - Unterschiede auf. „STAR CARE“ besteht aus zwei Wörtern, zwischen denen normalerweise eine kurze Pause eingelegt wird. Beide werden zudem am Wortanfang betont und langgezogen ausgesprochen. „STARCKE“ ist dagegen ein einziges Wort, bei dem häufig der Mittelkonsonant „r“ verschluckt wird.

Auch ist eine schriftbildliche Ähnlichkeit zu verneinen. Die jüngere Marke besteht aus zwei Wörtern, die untereinander angeordnet sind. Demgegenüber weist die ältere Marke nur ein einziges Wort auf. Anhaltspunkte dafür, dass die Wortbestandteile der jüngeren Marke hintereinander wiedergegeben oder zusammengeschrieben werden, liegen nicht vor. Insofern ist von der registrierten Markenform auszugehen. Darüber hinaus fallen deutlich die abweichenden Buchstaben „AR“ und „K“ auf.

Eine begriffliche Ähnlichkeit kann ebenfalls nicht festgestellt werden. Bei „STARCKE“ handelt es sich um ein deutsches Wort, das vom Verkehr in erster Linie als Eigenname aufgefasst wird. Dagegen ist „STAR CARE“ ein einfacher englischer Ausdruck mit der wörtlichen Bedeutung „Sternpflege“ (vgl. zu „CARE“: Pons, a. a. O., Seite 118) oder im übertragenen Sinne mit der Bedeutung „Spitzenpflege“. Ein Bezug zu dem Eigennamen „STARCKE“ liegt damit nicht vor. Der verständliche Begriffsgehalt der jüngeren Marke wirkt im Übrigen

insbesondere auch einer klanglichen Verwechslungsgefahr zusätzlich entgegen (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9, Rdnr. 154).

b) Des Weiteren liegt keine assoziative und vor allem keine mittelbare Verwechslungsgefahr vor. Eine solche setzt u. a. voraus, dass eine identische Buchstabenfolge nach Art eines eigenständigen Wortstamms hervortritt. Davon kann allerdings regelmäßig nicht bei unselbständigen Lautfolgen ausgegangen werden, denen innerhalb des Gesamtworts - vor allem wegen der üblichen Silbentrennung - diese Eigenständigkeit fehlt (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9, Rdnr. 326). Die Buchstabenfolge „STAR“ ist jedoch bei der Widerspruchsmarke nicht als selbständiges Element erkennbar. Vielmehr verbindet es sich mit der nachfolgenden Silbe „CKE“ zu einem Eigennamen. Insofern besteht kein Grund zu der Annahme, dass der Verkehr den Wortteil „STAR“ herausgreifen und mit dem Element „STAR“ der jüngeren Marke in Verbindung bringen wird.

Mangels Verwechslungsgefahr war die Beschwerde folglich zurückzuweisen.

Dr. Hock

Kätker

Dr. Kortbein

Cl