



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 34/07

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 303 65 575

hat der 25. Senat (Marken Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 26. Februar 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie des Richters Merzbach und der Richterin Bayer

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. März 2007 aufgehoben und der Widerspruch aus der Marke 374314 zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 12. Dezember 2003 angemeldete Marke

Sucren

ist am 19. Mai 2004 für die Waren

"künstliche Süßstoffe; diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke"

unter der Nummer 303 65 575 in das Markenregister eingetragen worden.

Die Inhaberin der am 20. September 1927 für die Waren

"Süsstoff (Benzoessäuresulfinid)"

eingetragenen Marke 374314

SUKRINETTEN

hat dagegen Widerspruch erhoben. Der Widerspruch richtet sich gezielt gegen die Waren "künstliche Süßstoffe".

Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat zunächst mit Beschluss vom 30. März 2006 durch eine Prüferin des gehobenen Dienstes den Widerspruch zurückgewiesen, da ausgehend von Warenidentität und einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke die Marken in klanglicher, schriftbildlicher und begrifflicher Hinsicht im Gesamteindruck nicht ähnlich seien und eine mittelbare Verwechslungsgefahr ausscheide, da der (klanglich) übereinstimmende Bestandteil "Sucr-" nicht hinreichend als Stammbestandteil einer Serienmarke in Erscheinung trete.

Auf die dagegen eingelegte Erinnerung hat die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 7. März 2007 durch einen Prüfer des höheren Dienstes den Erstprüferbeschluss aufgehoben und die Löschung der Marke 30365575 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 374314 angeordnet. Es bestehe die Gefahr, dass der Verkehr "Sukrinetten" für eine Verkleinerungsform von "Sucren" halte und die Marken deshalb derselben betrieblichen Herkunft zuordne. Die Endung "-etten" werde als Pluralform eines Diminutivs verwendet. Dabei handle es sich um eine ohne weiteres erkennbare typische Verkleinerungsform. Hierbei sei auch von Bedeutung, dass Süßstoffe in unterschiedlichen Dosierungen und Darreichungsformen vorkämen. Mit der Bildung der Verkleinerungsform könne zum Ausdruck gebracht werden, dass es sich bei den "Sukrinetten" um eine kleinere Variante des Produkts "Sucren" oder auch um eine Angebotsvariante in Tablettenform handle.

Hiergegen hat die Inhaberin der angegriffenen Marke Beschwerde eingelegt und beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom
7. März 2007 aufzuheben.

Die Annahme, dass es sich bei der Marke "SUKRINETTEN" um eine Verkleinerungsform zu der Marke "Sucren" handele, die vom allgemeinen Publikum ohne weiteres als solche erkennbar sei, treffe nicht zu. Insbesondere seien die von der Markenstelle ausgewählten Beispiele von Verkleinerungsformen nicht aussagekräftig, da diese ausschließlich Diminutivformen beträfen, die für jeden auf den ersten Blick den Rückschluss von der Verkleinerungsform auf die zugrundeliegende Normalform zuließen. So sei der Rückschluss von der "Stiefelette" auf die Grundform "Stiefel" oder von der Diminutivform "Sandalette" auf den zugrundeliegenden Begriff "Sandale" für jeden ohne weiteres möglich, da dem allgemeinen Publikum die Bedeutung des beiden Bezeichnungen zugrundeliegenden Begriffs bekannt und in seinem Sinngehalt auch bewusst sei. Anders liege der Fall jedoch, wenn die zugrundeliegende Bedeutung des Begriffs gar nicht bekannt sei, wie im vorliegenden Fall der Begriff "Sucren". Auch die klangliche Wirkung der beiden Begriffe selbst erlaube keine Rückschlüsse auf die jeweils andere Bezeichnung und schließe somit die Gefahr aus, dass die beiden Marken miteinander in Verbindung gebracht würden. Während bei der Marke "Sucren", wie bei Arzneimitteln üblicherweise der Fall, die phonetische Betonung eindeutig auf der zweite Silbe liege, die gedehnt ausgesprochen werde, sei die Betonung des Wortes "SUKRINETTEN" genau gegensätzlich, da die entsprechende Silbe "-krin" kurz ausgesprochen werde.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss des DPMA vom 7. März 2007 aufrecht zu erhalten und die angegriffene Marke in dem beantragten Umfang zu löschen.

Eine begriffliche Ähnlichkeit der Bezeichnungen sei ausreichend, um die Verwechslungsgefahr zu bejahen. Dass die Endung "-etten" als Diminutiv erkannt werde, sei unabhängig davon, ob auch die Bedeutung des Begriffs im Übrigen erkannt werde. Die Verkleinerungsform "-ette" sei in den Sprachen deutsch, französisch und englisch belegt. Dieses Suffix bleibe demnach für die Allgemeinheit unabhängig von den davor stehenden Begriffen ein Diminutiv. Daher müsse die Allgemeinheit die Anmeldermarken gedanklich mit dem Produkt der Widersprechenden in Verbindung bringen und davon ausgehen, bei "Sucren" handle es sich um eine neue Marke als Produktvariante der prioritätsälteren Marke "SUKRINETTEN". Auch in klanglicher Hinsicht bestehe aufgrund der fast übereinstimmenden Wortbestandteile "Su-kri-..." und "Sucren" hochgradige Ähnlichkeit.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke hat in der Sache Erfolg.

Die Beschwerde hat hinsichtlich der Waren "diätetische Lebensmittel für medizinische Zwecke" der angegriffenen Marke bereits deswegen Erfolg, weil insoweit ein Widerspruch nicht eingelegt war.

Hinsichtlich der Waren "künstliche Süßstoffe" der angegriffenen Marke hat die Beschwerde Erfolg, da insoweit keine Verwechslungsgefahr besteht (§ 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG).

Die Waren, gegen die sich der Widerspruch richtet, sind identisch.

Ausgehend von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und identischen Waren, ist ein deutlicher Warenabstand erforderlich, um eine Verwechslungsgefahr auszuschließen. Dieser erforderliche Warenabstand wird noch eingehalten.

Für die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es entscheidend darauf an, wie die Marken auf den Durchschnittsverbraucher der in Frage stehenden Art von Waren wirken, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers je nach Art der betreffenden Waren unterschiedlich hoch sein kann (EuGH, MarkenR 2006, 67 - Picasso). Anzuknüpfen ist dabei an das Verbraucherleitbild des EuGH, der auf den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der entsprechenden Waren abstellt (EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2). Dies sind hier die allgemeinen Verkehrskreise, da Süßstoffe nicht nur von speziellen Verkehrskreisen erworben werden.

Bei der Prüfung der Ähnlichkeit der sich gegenüber stehenden Marken kommt es maßgeblich auf den Gesamteindruck der Zeichen an (Ströbele/Hacker, Marken-gesetz, 8. Aufl., § 9 Rdn. 111). In der Gesamtheit unterscheiden sich die Marken klanglich hinreichend durch die unterschiedliche Zeichenlänge, Silbenzahl und Vokalfolge sowie durch die klangstarken Konsonanten "TT" in der Widerspruchsmarke, welche in der angegriffenen Marke keine Entsprechung haben. Dabei steht dem viersilbigen Wort "SUKRINETTEN" das lediglich zweisilbige Wort "Sucren" gegenüber. In schriftbildlicher Hinsicht ist abgesehen von der deutlich unterschiedlichen Zeichenlänge auch das Umrissbild sehr verschieden. So weist die Wider-

spruchsmarke mit den Buchstaben "K" und "TT" drei zusätzliche Oberlängen auf. Zudem ist zu berücksichtigen, dass das Schriftbild von Marken erfahrungsgemäß eine genauere und in der Regel sogar wiederholte Wahrnehmung der Bezeichnung gestattet als das schnell verklingende gesprochene Wort (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 9 Rdn. 143). Für eine begriffliche Ähnlichkeit der Zeichen, die zu einer Verwechslungsgefahr führen könnte, gibt es keine hinreichenden Anhaltspunkte. Soweit beide Zeichen sich bei den Zeichenanfängen "Sucre" bzw. "Sukr" an das französische Wort für "Zucker" (sucre) bzw. für "süß" (sucré) anlehnen, begründet dies keine Verwechslungsgefahr, weil diese Anlehnung bei Waren, die als Zuckerersatz dienen, einen beschreibenden Gehalt aufweist.

Entgegen der Ansicht der Erinnerungsprüferin sieht der Senat auch keine hinreichenden Anhaltspunkte dafür, dass die Marken in der Weise gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden, dass der Verkehr annehmen könnte, die Widerspruchsmarke sei ein Diminutiv der angegriffenen Marke und die Zeichen würden deshalb vom Verkehr als Hinweis auf verschiedene Produktvarianten der Widersprechenden verstanden.

Zwar wird die Endung "-etten" vielfach als Verkleinerungsform verwendet, jedoch stellt "SUKRINETTEN" bereits keine Verkleinerungsform von "Sucren" dar. Auch wenn die Buchstaben "K" und "C" im Deutschen häufig als austauschbar empfunden werden, so dass dieser Unterschied unter Umständen noch nicht ausreichte, um den Gedanken an eine Verkleinerungsform auszuschließen, so kommt im vorliegenden Fall hinzu, dass auch der Vokal der zweiten Silbe "i" bzw. "e" unterschiedlich ist. Dem kommt umso mehr Gewicht zu, als bei der angegriffenen Marke in der Regel der Vokal "e" betont ausgesprochen wird. Da vorliegend sowohl die Schreibweise mit "c" bzw. "K" als auch die Vokale der zweiten Silbe unterschiedlich sind, hat der Verkehr keinen Anlass, die angegriffene Marke als Kennzeichnung einer Produktvariante der Widersprechenden zu sehen.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass,
§ 71 Abs. 1 MarkenG.

Kliems

Merzbach

Bayer

Hu