

**Im Dezember 2009 hatten wir aktuelles zum Thema
Marken- und Kennzeichenrecht für Sie vorbereitet:**

Verwechslungsgefahr zwischen "felix" und "FELIX" bei identischen Dienstleistungen im Bereich Werbung

Es besteht eine Verwechslungsgefahr zwischen den im Bereich Werbung, Verlags- und Präsentationsdienstleistungen registrierten Wortmarken "felix" und "FELIX". Zwischen den Vergleichsmarken besteht eine erhebliche Markenähnlichkeit in schriftbildlicher, insbesondere aber in klanglicher Hinsicht. Die einzige Unterscheidungsmöglichkeit für den Verkehr ist der in der jüngeren Marke enthaltene Doppelvokal "e". Dieser kann zwar grundsätzlich entsprechend englischer Regeln als "i" ausgesprochen werden, doch ist dieser Unterschied von untergeordneter Bedeutung, da die weitgehenden klanglichen als auch schriftbildlichen Übereinstimmungen zwischen den Vergleichszeichen eine Verwechslungsgefahr nicht ausschließen können.

BPatG, Beschluss vom 08.04.2009, 29 W (pat) 107/06

Bezeichnung "Ravioli" ist als Marke für Fruchtgummi mangels Unterscheidungskraft nicht eintragungsfähig

Der unter anderem für die Waren Frucht-, Wein- und Schaumgummi sowie Lakritz angemeldeten Marke "Ravioli" fehlt die Unterscheidungskraft. Die Bezeichnung "Ravioli" steht für eine italienische Nudelspezialität, die eine charakteristische Form mit hohem Wiedererkennungswert aufweist. Gerade im Süßwarenbereich ist eine Vielfalt an Formen feststellbar. Der angesprochene Verkehrskreis wird in der Bezeichnung "Ravioli" lediglich einen rein beschreibenden Hinweis auf die Form und das Aussehen dieser Süßwaren sehen, während der Gedanke an einen ganz bestimmten Geschäftsbetrieb und damit die erforderliche Herkunftsfunktion der Marke in den Hintergrund tritt.

BPatG, Beschluss vom 13.10.2009, 25 W (pat) 23/09

Die Bezeichnung "Finesse" kann nicht für Lebensmittel eingetragen werden

Bei der Bezeichnung „Finesse“ handelt es sich um einen aus der französischen Sprache stammenden Begriff, der mit der Bedeutung „Feinheit, Schlaueit, Kniff, Trick“ beziehungsweise auch „Besonderheit oder Feinheit in der Beschaffenheit“ Eingang in die deutsche Sprache gefunden hat. Im Lebensmittelbereich dient er dazu, im positiven Sinne auf eine besonders feine Beschaffenheit von Speisen beziehungsweise deren Zutaten und feine Techniken bei deren Zubereitung hinzuweisen. Daher kann der Begriff „Finesse“ nicht für Waren aus dem Lebensmittelbereich eingetragen werden, da der positive Sinn- und Bedeutungsgehalt sich ohne Weiteres auf die beanspruchten Waren übertragen lässt und sich als verständliche und sofort erfassbare Sachaussage zur Beschaffenheit der Waren darstellt.

BPatG, Beschluss vom 03.09.2009, 25 W (pat) 61/09

Zwischen "Med. by BELSANA" und "PELSANO" besteht für Hautpflegeprodukte Verwechslungsgefahr

Zwischen der Marke "Med. by BELSANA" für „pharmazeutische Präparate für die Behandlung von Venenerkrankungen zur äußeren Anwendung (Salben, Gels etc.)“ und der Marke "PELSANO" für Hautpflegeprodukte "Hautschutzcremes und Hautpflegemilch" besteht Verwechslungsgefahr. Die Verwendung der Marke "Med. by BELSANA" für solche Produkte hat eine hohe Ähnlichkeit zu Hautpflegeprodukten. Zu berücksichtigen ist auch der allgemeine Verkehr, da die Präparate im Wege der Selbstmedikation erwerbbar sind. An den markenrechtlichen Abstand sind in Bezug auf so hochgradig ähnliche Waren hohe Anforderungen zu stellen. Diesen wird die angegriffene Marke nicht gerecht, da der prägende Markenbestandteil „BELSANA“ klanglich der Marke „PELSANO“ zu nahe kommt, sodass die Marke "Med. by BELSANA" zu löschen ist.

BPatG, Beschluss vom 01.10.2009, 30 W (pat) 13/09

Bezeichnung "WEIHNACHTS-ZAUBER" ist für Schokoladenwaren mangels Unterscheidungskraft nicht eintragungsfähig

Die Bezeichnung "WEIHNACHTS-ZAUBER" ist für Schokoladenwaren mangels Unterscheidungskraft nicht eintragungsfähig. Das Zeichen besteht aus der Verbindung von einzelnen beschreibenden Wortbestandteilen und entfernt sich nicht hinreichend von einer bloßen Aneinanderreihung beschreibender Bestandteile. Die Unterscheidungskraft ist nicht nur solchen Angaben abzusprechen, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen, sondern kann auch aus anderen Gründen fehlen. Voreintragungen identischer oder vergleichbarer Marken sind zwar zu berücksichtigen, entfalten aber keine rechtlich bindende Wirkung.

BPatG, Beschluss vom 29.10.2009, 25 W (pat) 72/09

Die Bezeichnung „Lotuspflege“ für Reinigungs- und Pflegedienstleistungen im Kfz-Bereich ist nicht eintragungsfähig

Der Begriff „Lotuspflege“ ist für Reinigungs- und Pflegedienstleistungen für Kraftfahrzeuge nicht eintragungsfähig, da es sich bei dem Begriff „Lotuspflege“ auf dem maßgeblichen Dienstleistungssektor um eine freihaltungsbedürftige Angabe handelt. Die Kombination des glatt beschreibenden Begriffes „Pflege“ mit dem weiteren Bestandteil „Lotus“ dient gerade bei der Verwendung mit den beanspruchten Dienstleistungen dazu, diese ihrer Beschaffenheit dahingehend zu kennzeichnen, dass sie sich die besonderen Eigenschaften des Lotus zunutze machen, indem bei der Ausführung der Kraftfahrzeugpflege Wasch- und Pflegemittel verwendet werden, die den sogenannten „Lotuseffekt“ erzeugen.

BPatG, Beschluss vom 22.07.2009, 26 W (pat) 5/08

"Mäuse" für Zucker-, Schokoladen- und feine Backwaren nicht eintragungsfähig

Der Bezeichnung "Mäuse" fehlt für Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladenwaren sowie feine Backwaren die ausreichende Unterscheidungskraft, so dass der Begriff nicht als Marke eintragungsfähig ist. Tierformen sind als Warenform bei Süßwaren weit verbreitet. Auch die Gestalt von Mäusen wird bereits für die Form von Süßwaren mehrfach verwendet, so dass der Verkehr die Bezeichnung "Mäuse" in erster Linie als Hinweis auf die Form der angebotenen Süßwaren verstehen wird, die sich in die üblichen Gestaltungsformen für Süßwaren einreicht.

BPatG, Beschluss vom 01.10.2009, 25 W (pat) 62/09

Zwischen den Marken "well" und "Wella" besteht hinsichtlich des Merkmals "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege" Verwechslungsgefahr

Zwischen den Marken "well" und "Wella" besteht im Hinblick auf die Waren "Mittel zur Körper- und Schönheitspflege" Verwechslungsgefahr. Die Marke "well" wird den erhöhten Anforderungen an den Markenabstand nicht gerecht. Bei der Beurteilung der Markenähnlichkeit ist vom jeweiligen Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Zeichen auszugehen. Der Wortbestandteil "well" ist durch graphische Gestaltung stark herausgestellt. Er geht mit weiteren Wortbestandteilen keine gesamtbegriffliche Verbindung ein. Dem Verkehr wird das Worтеlement "well" deutlich als prägender Bestandteil nahegebracht, sodass sich der Zeichenvergleich auf die beiden Wörter "well" und die ältere etablierte Marke "Wella" konzentriert. Im Hinblick auf die relative Zeichenunähnlichkeit reicht der Zeichenabstand zur Unterscheidung nicht aus.

BPatG, Beschluss vom 30.10.2009, 24 W (pat) 55/08