

# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 82/01

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
9. Oktober 2002

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 396 39 148**

hat der 28. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 9. Oktober 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterin Schwarz-Angele und des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird zurückgewiesen.

**G r ü n d e**

**I**

Eingetragen für eine Vielzahl von Waren der Klassen 29 und 30 vor allem aus dem Bereich der Milcherzeugnisse ist seit dem 7. September 1996 die Marke

**Bumi.**

Widerspruch eingelegt hat die Inhaberin der ebenfalls für diverse Milchprodukte der Klassen 29 und 30 geschützten Marke 395 12 540

**Müller Bumi,**

die seit dem 13. November 1995 eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Gefahr von Verwechslungen zwischen beiden Marken bejaht und die Löschung

der angegriffenen Marke im vollen Umfang angeordnet. Vor dem Hintergrund teils identischer, teils sehr ähnlicher Waren, die sich dazu noch an Endverbraucher richteten, hielten die Marken durch die Verwendung des identischen Bestandteils "bumi", der neben der Firmenkennzeichnung die Widerspruchsmarke prägte, keinen ausreichenden Abstand mehr ein.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin, die rügt, dass die Markenstelle nicht ausreichend dem Grundsatz Rechnung getragen habe, dass bei der Frage der Markenähnlichkeit allein auf den Gesamteindruck abzustellen sei; angesichts der Marktgepflogenheiten auf dem angesprochenen Warengbiet, den Hersteller des Produkts bevorzugt zum Gegenstand der Kaufentscheidung zu machen, trete die Firmenkennzeichnung "Müller" in der Widerspruchsmarke nicht in dem Umfang zurück, wie die Markenstelle angenommen habe, zumal die Produktkennzeichnung "Bumi" unübersehbar Anklänge an den Begriff "Buttermilch" aufweise und schon deshalb die Widerspruchsmarke nicht allein prägen könne.

Die Markeninhaberin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie schließt sich den Ausführungen der angefochtenen Beschlüsse an und verweist auf die höchstgerichtliche Rechtsprechung zur Frage der Verwechslungsgefahr bei Kombinationszeichen, die wie vorliegend aus einer bekannten Firmen- und einer selbständig unterscheidungskräftigen Produktkennzeichnung zusammengesetzt sind.

## II

Die zulässige Beschwerde der Markeninhaberin ist nicht begründet. Die Markenstelle hat zutreffend die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken bejaht, § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr erfolgt unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles, wobei von einer Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen ist .

Da Benutzungsfragen nicht mehr aufgeworfen sind, ist hinsichtlich der Waren von der Registerlage auszugehen, so dass sich identische bzw. hochgradig ähnliche identische Waren gegenüberstehen, weshalb grundsätzlich bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr ein strenger Maßstab anzulegen ist, zumal sich sämtliche Waren an Endverbraucher richten, die erfahrungsgemäß im Umgang mit Kennzeichnungen häufig eher nachlässig agieren. Der danach erforderliche deutliche Abstand zur älteren Widerspruchsmarke wird von der jüngeren Marke nicht mehr eingehalten.

Zwar werden die Marken in ihrer Gesamtheit wegen der deutlich unterschiedlichen Länge nicht miteinander verwechselt werden und genau so wenig kann eine Verwechslungsgefahr allein schon aus dem Umstand abgeleitet werden, dass die sich gegenüberstehende Marken identische Bestandteile aufweisen, so daß die Gefahr von Verwechslungen, wie auch die Beteiligten richtig erkannt haben, nur dann in Betracht kommt, wenn der jüngeren Marke der Bestandteil "Bumi" der Widerspruchsmarke isoliert kollisionsbegründend gegenübergestellt wird.

Grundsätzlich wird einer Marke durch ihre Eintragung Schutz nur in der eingetragenen Form gewährt, da im Eintragungsverfahren nur die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit geprüft wird. Daraus folgt jedoch nicht, daß bei der Prüfung der Gefahr von Verwechslungen zwischen einer jüngeren Marke und einer älteren Widerspruchsmarke ausnahmslos von der jeweiligen Marke in ihrer Gesamtheit auszugehen ist. Maßgebend ist vielmehr jeweils der Gesamteindruck der betreffenden Marke, der in Ausnahmefällen vorrangig auch durch einen von mehreren Bestandteilen bestimmt werden kann. Kollisionsbegründend ist ein solcher Bestandteil nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs dann, wenn er den Gesamteindruck der Marke dergestalt prägt, daß neben ihm ein weiterer oder mehrere andere Bestandteile in den Hintergrund treten.

Setzt sich eine Marke - wie hier die Widerspruchsmarke - aus einer Herstellerangabe und einem weiteren Bestandteil zusammen, so ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Herstellerangabe etwa deshalb in den Hintergrund tritt, weil die angesprochenen Verkehrskreise sich vorrangig anhand einer in der Marke neben der Herstellerangabe enthaltenen anderen Bezeichnung orientieren. Als maßgebliche Kriterien für die Beurteilung dieser Frage kommt es neben der Bekanntheit oder zumindest Erkennbarkeit des Firmennamens der Widersprechenden auch auf die Kennzeichnungskraft des neben diesem in der Widerspruchsmarke enthaltenen Bestandteils sowie die Bezeichnungsgewohnheiten auf dem maßgeblichen Warenssektor an (BGH GRUR 2002, 342 "Astra/Estra Puren" mwNachw.).

Dass vorliegend die Widersprechende für ihren Firmennamen einen "hohen Bekanntheitsgrad" in Anspruch nimmt, wird auch von der Markeninhaberin nicht in Abrede gestellt; soweit sie aus diesem Umstand allerdings schließt, dass schon deshalb der weitere Bestandteil "Bumi" den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke nicht prägen könne, kann dem nicht gefolgt werden. Das wäre nur dann der Fall, wenn sich die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise auf dem hier relevanten Warenggebiet bei aus mehreren Bestandteilen zusammengesetzten Marken tatsächlich ausschließlich an der Unternehmensbezeichnung orientieren

oder dieser gegenüber anderen Warengebieten eine vergleichsweise stärkere Bedeutung zumessen würden. Nun ist zwar unübersehbar, dass bei Milchprodukten die Vermarktungsstrategien verstärkt auf die Herausstellung der Herstellerangabe setzen ("...alles Müller", "Ehrmann, keiner macht mich mehr an" usw), um so den Verbraucher an Produkte eines bestimmten Unternehmens zu binden. Diese Praxis ist indes nicht durchgängig, sondern ersichtlich auch abhängig von der Kennzeichnungskraft der jeweils gewählten Produktbezeichnung; je griffiger und einschlägiger die Produktmarke ist, um so mehr tritt die Herstellerangabe als überflüssig in den Hintergrund. Bei aus Firmen- und Produktkennzeichnung kombinierten Marken erhält in diesen Fällen die kennzeichnungskräftige Produktbezeichnung dann Vorrangstellung und wird vom Verkehr als die eigentliche Warenkennzeichnung angesehen mit der Folge, dass in markenregisterrechtlicher Sicht dieser Bestandteil damit den Gesamteindruck der Marke prägt. So liegen die Dinge auch im vorliegenden Fall, da es sich bei dem in beiden Marken identischen Wort "Bumi" um einen im Kontext der beanspruchten Waren reinen Phantasiebegriff handelt, der sich aufgrund seiner Kürze und Prägnanz sowie der sprechenden Anklänge etwa an das Wort "Buttermilch" ideal als Produktkennzeichnung eignet und vom Verkehr auch entsprechend aufgegriffen wird. Für den Senat bestehen daher keine Bedenken, diesen Bestandteil der Widerspruchsmarke isoliert kollisionsbegründend heranzuziehen, so dass sich identische Markennörter gegenüberstehen, was angesichts der Warensituation zwangsläufig zur Annahme einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr führt.

Bei dieser Sach- und Rechtslage konnte die Beschwerde der Markeninhaberin keinen Erfolg haben. Zu einer Kostenentscheidung besteht keine Veranlassung, MarkenG § 71.

Stoppel

Schwarz-Angele

Paetzold

Bb