

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 112/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
23. Oktober 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die IR-Marke 300 60 777

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) auf die mündliche Verhandlung vom 23. Oktober 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 31. Oktober 2000 für „Speiseeiscreme“ eingetragene Wortmarke
300 60 777

CARIBIC-DREAM

ist Widerspruch erhoben aus der Wortmarke 959 709

CARIBI

die seit 1977 für „Milchspeiseeis und Kunstspeiseeis“ eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 30 hat den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr mit Beschluss vom 19. März 2002 zurückgewiesen, weil CARIBIC-DREAM einen Gesamtbegriff bilde, den CARIBIC nicht präge. Es sei ebenso wenig kennzeichnend wie DREAM, weshalb der Verbraucher auch DREAM nicht weglasse.

Gegen diese Entscheidung hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt, zu deren Begründung sie vor allem darauf abstellt, es bestehe Warengleichheit. Die Wörter stimmten in den wichtigsten Teilen und am stärker beachtetem Wortbeginn

überein. Der Verbraucher sehe in DREAM einen auf eine Serie hindeutenden Zusatz. In der Klasse 30 gebe es 67 weitere „DREAM“-Marken. CARIBIC präge die angegriffene Marke. CARIBIC-DREAM sei so lang, dass es der Verbraucher häufig auf CARIBIC abkürzen werde.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke stellt den Antrag,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Ansicht, der Gesamteindruck beider Marken sei deutlich unterschiedlich. Eine zergliedernde Betrachtung sei nicht zulässig. CARIBI erinnere mehr an CAPRI als an CARIBIC, das zudem durch eine umfangreiche Nutzung durch Dritte für Eis und ähnliches kennzeichnungsschwach sei.

Auf den zunächst erhobenen, dann fallengelassenen und schließlich wieder erhobenen Nichtbenutzungseinwand hat die Widersprechende Unterlagen zur Glaubhaftmachung der Benutzung vorgelegt.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache mangels Verwechslungsgefahr keinen Erfolg, so dass die Benutzung der Widerspruchsmarke dahingestellt bleiben kann.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die bei-

den Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (vgl. BGH GRUR 2000, 886 - Bayer/BeiChem; 2001, 158, 159 – Drei-Streifen-Kennzeichnung), so dass z.B. ein geringerer Grad an Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren Grad an Markenähnlichkeit ausgeglichen werden kann und umgekehrt (EuGH MarkenR 1999, 236 - Lloyd/Loint's; BGH GRUR 1999, 995, 997 - HONKA; 2000, 603 - Ketof/ETOP; 2000, 1040 - FRENORM/FRENON).

Die von der Inhaberin der angegriffenen Marke behauptete Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke kann zu Gunsten der Widersprechenden unberücksichtigt bleiben. Trotz Gleichheit der wechselseitigen Waren unterscheiden sich die einander gegenüberstehenden Zeichen, nämlich auch bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke im Gesamteindruck ausreichend.

Eine Verwechslungsgefahr besteht bei insgesamt deutlich unterschiedlichen Kombinationsmarken wegen der bloßen Gemeinsamkeit in einem gleichen oder ähnlichen Bestandteil nämlich nur, wenn dieser Bestandteil den Gesamteindruck der Kombinationsmarke prägt (BGH BIPMZ 1996, 180 - Springende Raubkatze).

CARIBIC-DREAM ist ein einheitlicher Begriff, nämlich "karibischer Traum". Dementsprechend wird der Verbraucher nicht einen der beiden Bestandteile als eigentliche betriebliche Kennzeichnung werten oder sonst gedanklich abspalten.

Das Wort CARIBI kehrt in der angegriffenen Marke CARIBIC-DREAM nicht eigenständig und wesensgleich wieder. Das angehängte C verändert den Charakter von CARIBI deutlich, indem nunmehr ein bekannter geografischer Begriff Zeicheninhalt ist. Dass CARIBI eine gängige Abkürzung für Karibik wäre, wie etwa Frisco für San Francisco, ist nicht feststellbar. Vielmehr wirkt CARIBI als eigenständiges Phantasiewort, das keinen Bezug zur Karibik aufweist. Daher besteht keine Gefahr, die Marken begrifflich zu verwechseln oder sie gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen.

Zu einer Kostenauflegung besteht kein Anlass (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Winkler

Sekretaruk

Dr. Albrecht

Na