

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 295/01

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 397 39 039**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. April 2003 durch den Richter Sekretaruk als Vorsitzenden, Richter Rauch und Richter Engels

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Gegen die am 16. August 1997 angemeldete und am 15. September 1998 für

Sport-Fan-Artikel, nämlich Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Sport-Fan-Artikel, nämlich Spiele, Spielzeug, Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten; Christbaumschmuck; Vermittlung von Lizenzen

eingetragene Wortmarke

**CHAMPIONS' CORNERS**

ist Widerspruch erhoben aus der seit 6. Februar 1995 für

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

eingetragenen Marke 2 901 317

siehe Abb. 1 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die angegriffene Marke wegen eines anderen Widerspruchs bezüglich Christbaumschmucks gelöscht und den Widerspruch aus der hier gegenständlichen Widerspruchsmarke zurückgewiesen. Zur Begründung wurde angeführt, dass keine Verwechslungsgefahr bestehe, weil die Marken nicht ähnlich seien. CHAMPION sei kennzeichnungsschwach und CHAMPIONS' CORNERS damit ein Gesamtbegriff.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie weist darauf hin, dass die Waren teilweise identisch und teilweise ähnlich seien. Daneben sei zu berücksichtigen, dass die Widerspruchsmarke eine hohe Kennzeichnungskraft habe.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Nach § 9 Absatz 1 Nr 2, § 42 Absatz 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 beiden 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 Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehen-

den Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke, so dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl BGH, GRUR 2002, 626, 627 - IMS).

a) Soweit sich auf Seiten der angegriffenen Marke Sport-Fan-Artikel, nämlich Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Waren der Widerspruchsmarke, Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen gegenüberstehen, besteht Warenidentität. Auch Sport-Fan-Artikel in Form von Bekleidungsstücken, Schuhwaren und Kopfbedeckungen sind nichts anderes als dieselben Waren in der üblichen Verwendung. Ob und in welchem Grad die übrigen angegriffenen Waren und Dienstleistungen den Waren der Widerspruchsmarke ähnlich sind, kann für diese Entscheidung dahinstehen.

b) Zugunsten der Widersprechenden wird eine überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke unterstellt.

c) Die Marken sind nur gering ähnlich. Unmittelbare Ähnlichkeiten bestehen weder im visuellen Eindruck der Marken, noch in ihrer klanglichen Benennung. Champion und CHAMPIONS' CORNERS sind schon aufgrund ihrer Wortlänge so deutlich verschieden, dass ausgeschlossen werden kann, dass die eine Marke für die andere gehalten wird. Eine Verkürzung der Widerspruchsmarke auf CHAMPIONS' kann nicht festgestellt werden. Zwar ist es auch bei Wortzeichen, die aus mehreren Bestandteilen bestehen, möglich, dass sie in ihrem Gesamteindruck durch einzelne Bestandteile geprägt werden. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass hinreichende Anhaltspunkte aus der allgemeinen Lebenserfahrung vorliegen, die die Annahme rechtfertigen, der Verkehr werde andere Wortbestandteile bei der Wahrnehmung einer Marke vernachlässigen. In diesem Zusammenhang gilt der Erfahrungssatz, dass der Verkehr dazu neigt, eine Marke auf eine

aussprechbare Länge zu verkürzen. Dies gilt jedoch nicht schon bei einer Marke, die, wie die angegriffene Marke, aus zwei Wörtern mit insgesamt fünf Wortsilben besteht. Auch ist "CORNERS" für die hier gegenständlichen Waren Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen nicht in irgendeiner Weise beschreibend, so dass auch aus diesem Grund kein Anlass besteht, diesen Markenbestandteil wegzulassen. Für das Vorliegen eines Gesamtbegriffs spricht vielmehr die grammatikalische Anordnung: Der erste Teil der Marke "CHAMPIONS" steht im Genitiv. Damit ist der zweite Markenteil "CORNERS" sozusagen der Bezugspunkt, den man nicht weglassen kann, ohne die Marke in ihrem Sinn zu entstellen. Dies unterscheidet diesen Fall von den von der Widersprechenden vorgelegten Beispielen "Joop Corner", "Boss-Corner" und "NoBoys-Corner", wo der kennzeichenmäßige Schwerpunkt jeweils am ersten Teil der Marken liegt.

Es besteht auch nicht die Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Marken stimmen lediglich darin überein, dass die Widerspruchsmarke "Champion" sich in der Marke "CHAMPIONS' CORNERS" wiederfindet. Es ist auch durchaus anerkannt, dass ein mit gesteigerter Kennzeichnungskraft ausgestatteter Markenbestandteil eine Zuordnung einer Marke, die diesen Bestandteil ebenfalls aufweist, in den Verantwortungsbereich des bekannten Kennzeichens einreicht. Dies muss aber im Einzelfall nicht so sein. Bei der hier vorliegenden konkreten Markenbildung kann der Hinweischarakter auf das Unternehmen der Widersprechenden nicht festgestellt werden. "CHAMPIONS' CORNERS" ist – wie oben dargestellt - durch die Verwendung des Genitivs zu einem Gesamtbegriff verschmolzen. Ein Bezug zur Widersprechenden ergibt sich aus diesem nicht.

Die Gefahr von Verwechslungen kann demnach nicht festgestellt werden.

Für eine Auferlegung von Kosten (§ 71 Abs. 1 MarkenG) besteht kein Anlass.

Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist nicht veranlasst. Weder ist eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden, noch erfordert die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs (§ 83 Abs. 2 MarkenG). Die für den Rechtsstreit maßgeblichen Probleme liegen vielmehr auf tatsächlichem Gebiet, insbesondere bei der Frage, ob der angesprochene Verkehr der angegriffenen Marke einen Hinweis auf die Widersprechende entnimmt.

Sekretaruk

Rauch

Engels

br/Fa

Abb. 1

