

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 448/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
5. Juli 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 04 338

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 5. Juli 2000 durch die Vorsitzende Richterin Winkler und die Richter Dr. Fuchs-Wisseemann und Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die seit 13. März 1998 für die Waren:

"Magnetaufzeichnungsträger; Schallplatten, Compact-Discs, be-
spielte Videokassetten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbe-
deckungen"

und die Dienstleistungen

"Telekommunikation; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Akti-
vitäten"

eingetragene Wortmarke 398 04 338

REGGAE BOYZ

ist Widerspruch erhoben aus der seit 18. Februar 1955 für

"tragbare Rundfunkempfänger"

eingetragenen Wortmarke 671 672

Boy.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, daß bei durchschnittlicher Ähnlichkeit der Waren im Bereich der Klasse 9 und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke die Marken selbst in ihrer Gesamtheit ausreichend deutlich unterschiedlich seien. Ein Anhaltspunkt für eine Verkürzung der angegriffenen Marke auf "BOYZ" sei nicht zu erkennen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie macht geltend, daß sich der Widerspruch gegen die von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren der Klasse 9 und die Dienstleistungen richte. Diese lägen im engeren Ähnlichkeitsbereich, da nach der neuesten Technik tragbare Rundfunkempfänger mit Abspielgeräten üblich seien und auch die von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren der Klasse 9 insbesondere im Vertrieb und im Gebrauch mit den Waren der Widerspruchsmarke zusammenträfen.

Auch die beanspruchten Dienstleistungen fielen in den Ähnlichkeitsbereich der durch die Widerspruchsmarke geschützten Waren, da im Rahmen dieser Dienstleistungen Geräte der Unterhaltungselektronik eingesetzt würden.

Bei der Markenähnlichkeit sei die assoziative Verwechslungsgefahr zu berücksichtigen, da die Widersprechende über eine Markenserie mit dem Stammbestandteil "Boy" verfüge und das Widerspruchszeichen seit 1950 benutzt werde. "REGGAE BOYZ" sei auch kein geschlossener Begriff; vielmehr werde der beschreibende Teil "Reggae" sofort erkannt und deshalb die von der Markeninhaberin beanspruchte Wortfolge fälschlicherweise in die Zeichenserie "Boy" der Widersprechenden eingeordnet werden.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben und die angegriffene Marke hinsichtlich der Waren "Magnetaufzeichnungsträger; Schallplatten, Compact-Discs, bespiele Videokassetten" und der Dienstleistungen "Telekommunikation; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten" zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er ist der Auffassung, daß bei den hier vorliegenden lediglich durchschnittlich ähnlichen Waren der Markenabstand ausreiche, zumal nicht unterstellt werden könne, daß der angesprochene Verkehr die angegriffene Marke auf "Boy" verkürzen werde.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

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 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 Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (EuGH WRP 1998, 39, 41 - Sabèl/Puma).

Was die Waren betrifft, ist von einer durchschnittlichen Ähnlichkeit zwischen den "tragbaren Rundfunkgeräten" der Widerspruchsmarke und "Magnetaufzeichnungsträger; Schallplatten, Compact-Discs, bespielte Videokassetten" auszuge-

hen. Es decken sich dabei die Hersteller (Produzenten von tragbaren Rundfunkgeräten stellen regelmäßig auch Kassetten, Schallplatten und CDs her), die Stoffbeschaffenheit und die Vertriebswege. Deutliche Unterschiede finden sich jedoch in der Verwendungsweise. Beim Rundfunkempfänger handelt es sich um ein eigenständiges elektrisches Gerät, während es sich bei den Waren der angegriffenen Marke im Bereich der Klasse 9 lediglich um Zubehör handelt.

Ob die beanspruchten Dienstleistungen der angegriffenen Marke (Telekommunikation; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten) überhaupt in den Ähnlichkeitsbereich von "tragbaren Rundfunkempfängern" fallen, ist zweifelhaft, kann aber für diese Entscheidung dahinstehen, da die Ähnlichkeit jedenfalls nicht mehr als durchschnittlich ist. Der Senat geht auch zugunsten der Widersprechenden von einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durch jahrzehntelange Benutzung aus, wenn auch zweifelhaft ist, ob in den letzten Jahren bedeutende Umsätze mit "tragbaren Rundfunkempfängern" erzielt wurden.

Da sich die Waren (wie auch die Dienstleistungen) an breiteste Verkehrskreise richten, ist im System der markenrechtlichen Wechselwirkung - unter Berücksichtigung der gesteigerten Kennzeichnungskraft - ein deutlicher Markenabstand erforderlich, um die Gefahr von Verwechslungen auszuschließen.

Diesen Abstand hält die angegriffene Marke jedoch ein. Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken ist von dem das Kennzeichenrecht beherrschenden Grundsatz auszugehen, daß auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen abzustellen ist, der indes wegen der gesamtbegrifflichen Wirkung von "REGGAE BOYZ" nicht allein durch den Bestandteil "BOYZ" geprägt wird. Ist somit die angegriffene Marke in ihrer Gesamtheit der Widerspruchsmarke gegenüberzustellen, besteht schon wegen ihrer deutlich unterschiedlichen Länge kein Anlaß zum Verlesen oder Verhören.

Es besteht auch keine Gefahr, die Marken gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen und sie nur einem Unternehmen zuzuordnen. Die Widersprechende verfügt zwar neben der "Stamm"-Marke "Boy" noch über die Serienmarken "Beat-Boy", "City-Boy", "Concert-Boy", "Hit-Boy", "Music-Boy", "Ocean-Boy", "Prima-Boy" und "Jacht-Boy". Der Stammbestandteil "Boy" ist jedoch mit dem Bestandteil

"BOYZ" der angegriffenen Marke weder identisch noch von besonders hoher, an Identität grenzender Wesensgleichheit. Nach ständiger Rechtsprechung ist dies Voraussetzung dafür, daß die beteiligten Verkehrskreise die angegriffene Marke für eine Serienmarke der Widersprechenden halten (vgl hierzu Ingerl/Rohnke, Markengesetz, § 14 Rdn 432 mwN). Der in der angegriffenen Marke verwendete Begriff "Boyz" unterscheidet sich vom Stammbestandteil "Boy" der Widersprechenden gleich in zweifacher Weise. Zum einen verändert er das Wesen von "Boy"(Individuum), durch Verwendung der Mehrzahl "Boys" (Gruppe; Musikgruppe); der Abstand zum Stammbestandteil der Widerspruchsmarke wird zusätzlich dadurch verstärkt, daß diese Mehrzahl in einer orthographisch unüblichen, eigenwilligen Weise mit "z" geschrieben wird.

Von einer Kostenauflegung gemäß § 71 Abs 1 MarkenG wird abgesehen.

Winkler

Dr. Fuchs-Wisseemann

Sekretaruk

Hu