

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 11/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
18. Juli 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 396 31 728

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 18. Juli 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Martens und des Richters Kunze

beschlossen:

Die Beschwerden der Widersprechenden werden zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 27. Januar 1997 eingetragene Wortmarke

MARCHE,

die für die Waren der Klassen 29 und 30

29: Lebensmittelfertig- und -halbfertigprodukte, nämlich Gemüse, Milch, Milchprodukte, Obst (sämtliche Waren soweit in Klasse 29 enthalten); 30: lebensmittelfertig- und -halbfertigprodukte, nämlich Salatsaucen, Teigwaren, Gewürze, Würzmittel (sämtliche Waren soweit in Klasse 30 enthalten); 29: Kochhilfen, nämlich Fertigprodukte und Halbfertigprodukte zur Herstellung von Mahlzeiten (sämtliche Waren soweit in Klasse 29 enthalten); 30: Kochhilfen, nämlich Fertigprodukte und Halbfertigprodukte zur Herstellung von Mahlzeiten (sämtliche Waren soweit in Klasse 30 enthalten), Saucen aller Art (ausgenommen Salatsaucen); 29: frische, getrock-

nete, gekochte oder auf andere Art und Weise konservierte Lebensmittel, insbesondere Fleisch, Fisch, Geflügel, Wild, Meeresfrüchte, Fleischextrakte, Suppen und Bouillons aller Art (soweit in Klasse 29 und 30 enthalten); 30: frische, getrocknete, gekochte oder auf andere Art und Weise konservierte Lebensmittel, insbesondere Fleisch, Fisch, Geflügel, Wild, Meeresfrüchte, Fleischextrakte, Suppen und Bouillons aller Art (soweit in Klasse 29 und 30 enthalten); 29: Suppengarnierungen; Suppeneinlagen; (sämtliche Waren soweit in Klassen 29 und 30 enthalten).

geschützt ist, sind Widersprüche erhoben aus der prioritätsälteren IR-Marke 635 103

siehe Abb. 1 am Ende

und aus der Wortmarke 1 066 069

Marché Mövenpick,

die seit dem 17. Juli 1994 für die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen" eingetragen ist.

Die Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit zwei Beschlüssen die Widersprüche zurückgewiesen. Die sich gegenüberstehenden Marken seien zwar teilweise zur Kennzeichnung identischer und wirtschaftlich nahestehender Waren bestimmt, so daß ein eher strenger Maßstab an den Markenabstand anzulegen sei. Soweit sich die Vergleichszeichen in ihrer Gesamtheit gegenüberstünden, scheidet eine Verwechslungsgefahr offensichtlich aus, da das in den Widerspruchsmarken enthaltene Wort "Mövenpick" in der angegriffenen Marke keine Entsprechung finde. Eine Verwechslungsgefahr sei nur dann anzunehmen, wenn aus den Widerspruchsmarken isoliert kollisionsbegründend der Wortbestandteil "Marché" herausgegriffen und der schutzbegehrenden Marke gegenübergestellt würde. Dies verbiete sich allerdings, weil das französischsprachige Wort "Marché" in seiner deutschen Bedeutung für "Markt, Wochenmarkt" hinsichtlich der von den Widerspruchsmarken beanspruchten Waren und Dienstleistungen äußerst kennzeichnungsschwach sei und deshalb die Widerspruchsmarken nicht allein präge.

Dagegen richten sich die Beschwerden der Widersprechenden. Sie vertreten die Auffassung, daß die Herstellerangabe "Mövenpick" in den Widerspruchsmarken in den Hintergrund trete, so daß diese allein durch den weiteren Wortbestandteil "Marché" als Produktkennzeichen geprägt würden. Dieser sei keinesfalls so kennzeichnungsschwach, wie ihn die Markenstelle gewertet habe. Das ergebe sich schon daraus, daß die Markenstelle die Bezeichnung "MARCHE" in Alleinstellung für die Produkte der Klassen 29 und 30 eingetragen habe. Im übrigen sei das

französische Wort "Marché" als Bezeichnung für ein Restaurant originell und außergewöhnlich. Eine etwaige Schwächung dieses Wortbestandteils werde aber jedenfalls durch die Bekanntheit der Marke "Mövenpick" ausgeglichen. Diese Herstellerangabe werde vielfach mit weiteren Produktbezeichnungen verwendet. Der Verkehr verstehe deshalb "Marché" ebenfalls nur als eine Produktbezeichnung der Firma Mövenpick.

Die Widersprechenden beantragen sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Demgegenüber beantragt die Markeninhaberin,

die Beschwerden zurückzuweisen.

Sie verteidigt die angefochtenen Beschlüsse. Die Markenstelle habe zurecht auf den Gesamteindruck der einander gegenüberstehenden Bezeichnungen abgestellt. "Marché" allein sei aufgrund seiner Kennzeichnungsschwäche schon nicht selbständig kollisionsfähig. Soweit es um die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen" gehe, finde diese gerade in Anlehnung an eine Marktatmosphäre statt, so daß dafür "Marché" unmittelbar beschreibenden Charakter habe. Die Herstellerangabe "Mövenpick" trete auch nicht in den Hintergrund. Ganz im Gegenteil stelle sie eine Qualitätsangabe für hochpreisige Nahrungsmittel dar.

II.

Die zulässigen Beschwerden der Widersprechenden sind unbegründet. Auch nach Auffassung des Senats besteht zwischen der angegriffenen Marke und den beiden

Widerspruchsmarken keine Gefahr von Verwechslungen iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr ist von der Ähnlichkeit der Waren, der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke und der Ähnlichkeit der Marken auszugehen. Zwischen diesen Faktoren besteht eine Wechselwirkung, so daß ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Zeichen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH GRUR 2000, 506, 508 - ATTACHÉ/TISSERAND).

Was die beiderseitigen Waren betrifft, ist von der Registerlage auszugehen. Die sich damit gegenüberstehenden Waren sind – soweit Waren der Klassen 29 und 30 betroffen sind - teilweise als identisch, teilweise – soweit den Waren der Klassen 29 und 30 die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen" gegenübersteht - als unbedenklich ähnlich anzusehen, so daß an den von der schutzbegehrenden Marke einzuhaltenden Abstand deutliche Anforderungen zu stellen sind, zumal es sich bei den Waren um Artikel des täglichen Bedarfs handelt, die vom Verkehr erfahrungsgemäß mit einer gewissen Flüchtigkeit gerade gegenüber den Kennzeichnungen erworben werden. Der danach erforderliche Abstand wird von der angegriffenen Marke jedoch gewahrt.

In ihrer Gesamtheit werden die sich gegenüberstehenden Marken wegen der deutlich unterschiedlichen Wortzusammensetzung nicht verwechselt werden, da die Widerspruchsmarken jeweils den Zusatz "Mövenpick" enthalten, der in der angegriffenen Marke keine Entsprechung findet.

Die Gefahr von Verwechslungen kann deshalb, wie die Widersprechenden auch nicht verkennen, allenfalls dann in Betracht kommen, wenn der jüngeren Marke allein der Wortbestandteil "Marché" der Widerspruchsmarken gegenüberzustellen wäre. Dies verbietet sich vorliegend jedoch aus Rechtsgründen.

Grundsätzlich ist bei der Beurteilung der zeichenrechtlichen Verwechslungsgefahr von Marken auf deren Gesamteindruck abzustellen. Denn der Schutz eines aus einem Kombinationszeichen herausgelösten Elementes ist dem Markenrecht fremd, so daß es rechtsfehlerhaft wäre, ohne weiteres eine Kollision lediglich aufgrund eines aus einem Gesamtzeichen isoliert entnommenen Elementes feststellen zu wollen. Allerdings kann eine unmittelbare Verwechslungsgefahr "dem Gesamteindruck nach" ausnahmsweise bei Vergleichszeichen, die nur in einem Bestandteil übereinstimmen, dann gegeben sein, wenn der Gesamteindruck eines kombinierten Zeichens nicht durch gleichgewichtige Elemente bestimmt, sondern von einem Element allein geprägt wird, wobei eine bloße Mitprägung nicht ausreicht (BGH MarkenR 2000, 20 - RAUSCH/ELFI RAUCH). Setzt sich eine Marke - wie die beiden Widerspruchsmarken - aus einer Herstellerangabe, hier "Mövenpick", und einem weiteren Bestandteil zusammen, so ist es jeweils eine Frage des Einzelfalles, ob die Herstellerangabe zB deshalb in den Hintergrund tritt, weil die angesprochenen Verkehrskreise sich vorrangig anhand einer in der Marke neben der Herstellerangabe enthaltenen ggfls als Produktkennzeichen auftretenden anderen Bezeichnung orientieren (BGH GRUR 1996, 404 - Blendax Pep). Zur Beantwortung dieser Frage ist ferner maßgeblich, ob die Herstellerangabe als solche dem Verkehr bekannt ist oder nicht. In Einzelfällen hat der BGH bei der Verwendung des Namens des Herstellers eine Prägung des Gesamteindrucks durch den verbleibenden Bestandteil angenommen, weil der Verkehr die Waren oft nicht nach dem Namen der Hersteller unterscheidet, sondern seine Aufmerksamkeit auf die sonstigen Merkmale zeichenmäßiger Kennzeichnung richtet (BGH aaO - Blendax Pep mwN). Andererseits hat der BGH ausgeführt, daß es verfehlt wäre, von einem Regelsatz auszugehen, wonach eine Herstellerangabe als Bezeichnungsbestandteil stets eine (mit-)prägende Bedeutung für den Gesamteindruck abzusprechen wäre (BGH GRUR 1996, 406 - JUWEL). Es verbleibt deshalb bei dem Grundsatz der Beurteilung des Einzelfalles, ob aus der Sicht des Verkehrs die Herstellerangabe in den Hintergrund tritt oder nicht. Ein weiteres entscheidendes Kriterium besteht - neben der Bekanntheit des Firmennamens - in der Kennzeichnungskraft des neben diesen enthaltenen Bestandteils des kombinierten Zeichens.

Ist dieser schutzunfähig, so verbietet es sich bereits aus Rechtsgründen, die Herstellerangabe in den Hintergrund treten zu lassen, da aus schutzunfähigen Bestandteilen keine Rechte hergeleitet werden können (vgl. BPatG 32 W (pat) 141/97 – Ferrero Paradiso/Paradiso; 32 W (pat) 139/99 - Trio/Danone Trio; 30 W (pat) 295/99 – GALLERY/Loewe Galerie; 26 W (pat) 179/99 – DR.BEST CONTOUR/CONTOUR).

Was die Waren der Klassen 29 und 30 angeht, ist "Marché" ein schutzunfähiger Wortbestandteil. Das französischsprachige Wort bedeutet im deutschen "Markt, Marktplatz, Wochenmarkt, Handelsplatz" (PONS Französisch-Deutsch, 2. Aufl 1989, S 621; Langenscheidts Grundwortschatz Französisch, 15. Aufl 2001, S 145). Es bezeichnet also den Handelsort, an dem frische Produkte, wie sie auch Waren der Klassen 29 und 30 umfassen, angeboten werden. "Marché" stellt insofern einen unmittelbar beschreibenden Sachhinweis dar, daß es sich um frische Waren handelt, eben "wie vom Wochenmarkt". Daß das angegriffene Zeichen "MARCHE" im Gegensatz dazu in das Markenregister eingetragen worden ist, steht der Bewertung seiner Schutzunfähigkeit durch den Senat im vorliegenden Kollisionsbeschwerdeverfahren nicht entgegen.

Auch soweit die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen" geschützt ist, prägt "Marché" die Widerspruchsmarken nicht, da dieser Bestandteil insoweit zwar nicht schutzunfähig, aber doch äußerst kennzeichnungsschwach ist. Der unmittelbar beschreibende Sachbezug steht hier nicht im Vordergrund, da die Verbindung zur "Marktatmosphäre" eines Restaurants schon gewisse gedankliche Zwischenschritte voraussetzt. Allerdings kommt dem Bestandteil nur geringe Kennzeichnungskraft zu, da die Verpflegung von Gästen in Form der Zubereitung frischer Lebensmittel an Marktständen sehr nahe liegt. "Marche" wird daher von den angesprochenen Verkehrsteilnehmern innerhalb beider Widerspruchsmarken nicht als die eigentliche Warenkennzeichnung angesehen werden, da sie gegenüber der Unternehmensbezeichnung "Mövenpick" keine nennenswerte Vorrangstellung

inne hat. Damit ist sie auch nicht geeignet, den Gesamteindruck der Widerspruchsmarken zu prägen.

Bei dieser Sachlage hatten damit die Beschwerden der Widersprechenden keinen Erfolg.

Anlaß für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bestand indes nicht (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Stoppel

Martens

Kunze

prä

Abb. 1

