

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 130/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
18. Dezember 2002

...

Beschluss

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 29 520

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 18. Dezember 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Juli 1999 und vom 8. Januar 2002 aufgehoben.

Die Marke 397 29 520 ist zu löschen.

Gründe

I.

Gegen die für

Zuckerwaren, feine Backwaren, Kaugummi (nicht medizinisch)

eingetragene Wortmarke

Kinder-Reigen

ist Widerspruch erhoben aus der prioritätsälteren, seit 16. August 1995 als durchgesetzte Marke für

Schokolade

eingetragenen Wortmarke

Kinder Riegel.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat in zwei Beschlüssen, wovon einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, den Widerspruch mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Die Marken seien auch bei sehr ähnlichen Waren unterscheidbar. Da "Kinder" die angesprochenen Verbraucher bezeichne, werde der Verkehr auf den zweiten Markenbestandteil besonderes Augenmerk legen. "Reigen" und "Riegel" seien jedoch gut unterscheidbar.

Gegen diese Entscheidungen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie ist der Auffassung, dass insbesondere die Marken von ihrem optischen Eindruck her nicht auseinanderzuhalten seien. Sie beantragt,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Juli 1999 und vom 8. Januar 2002 aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, dass wegen des deutlich beschreibenden Gehalts die Widerspruchsmarke einen nur ganz geringen Schutzbereich habe, in den die angegriffene Marke nicht eingreife.

II.

Die zulässige Beschwerde ist 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 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, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, Insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke besteht (st. Rspr.; vgl. BGH MarkenR 2000, 359, 360 - Bayer/BeiChem). Den angegriffenen Waren der Markeninhaberin "Zuckerwaren, feine Backwaren, Kaugummi (nicht medizinisch)" steht die durch die Widerspruchsmarke geschützte Ware "Schokolade" gegenüber. Waren sind dann als ähnlich anzusehen, wenn sie unter Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander kennzeichnen, so enge Berührungspunkte aufweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein könnten, sie stammten aus demselben oder ggf. wirtschaftlich verbundenen Unternehmen, sofern sie mit identischen Marken gekennzeichnet sind. Schokolade, Zuckerwaren, feine Backwaren und nichtmedizinischer Kaugummi fallen unter den Sammelbegriff der "Süßigkeiten" und sind damit im Verwendungszweck identisch. Dies rechtfertigt die Annahme durchschnittlicher Warenähnlichkeit. Die Widerspruchsmarke ist als durchgesetzte Wortmarke im Markenregister eingetragen. Sie wird - auch nach eigener Kenntnis des Senats - intensiv benutzt und verfügt über mindestens durchschnittliche Kennzeichnungskraft.

Die Marken sind schriftbildlich sehr ähnlich. Sie unterscheiden sich nach ihrem Gesamteindruck nur an zwei weniger markanten Stellen. So befindet sich zwischen den beiden Markenworten bei der angegriffenen Marke ein Bindestrich, der bei der Widerspruchsmarke fehlt. Am Wortende steht bei der angegriffenen Marke der Buchstabe "n" und bei der Widerspruchsmarke der Buchstabe "l", die in Breite und Höhe einen unterschiedlichen Eindruck vermitteln. Dieser reicht jedoch nicht aus, um Verwechslungen auszuschließen, da die Marken im übrigen von ihrem

optischen Eindruck her übereinstimmen, da die Unterschiede in der Wortmitte zwischen "ei" und "ie" kaum wahrnehmbar sind.

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

Winkler

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Hu