

# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 143/01

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
6. Februar 2002

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 396 34 361**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 6. Februar 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Martens und Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 29 - vom 8. Juli 1998 und vom 31. Mai 2001 aufgehoben.

Wegen des Widerspruchs aus der Marke 2 068 601 wird die Löschung der angegriffenen Marke 396 34 361 für die Waren "Imbißnahrungsmittel, soweit in Klasse 29 enthalten" angeordnet.

**Gründe**

**I.**

In das Markenregister eingetragen ist unter der Rollenummer 396 34 361 die Marke

**REDDI SNACK**

als Kennzeichnung für die Waren

"Geröstete und gesalzene Nüsse, konservierte, getrocknete und gekochte Nüsse, Imbißnahrungsmittel, soweit in Klasse 29 enthalten."

Widerspruch erhoben hat die rangältere Marke 2 068 601

siehe Abb. 1 am Ende

die für mehrere Waren der Klasse 29, darunter für

"Fleisch-, Fisch- und Wurstwaren; Fertiggerichte und Fertigspeisen, im wesentlichen aus wahlweise mindestens einer der vorgenannten Waren hergestellt"

eingetragen ist. Im Beschwerdeverfahren ist der Widerspruch auf die Waren "Imbißnahrungsmittel, soweit in Klasse 29 enthalten" beschränkt worden.

Die Markenstelle für Klasse 29 hat in zwei Beschlüssen eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Begründet ist dies damit, dass sich die Vergleichswörter REDDI und Redy's wegen der Verdoppelung des Konsonanten D auch bei der Anlegung von strengsten Maßstäben deutlich unterscheiden.

Die Widersprechende hat Beschwerde erhoben, denn sie hält den Markenabstand bei der vorliegenden möglichen Warenidentität für zu gering.

Die Widersprechende beantragt (sinngemäß),

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Löschung der jüngeren Marke im Umfang des erhobenen Widerspruchs anzuordnen.

Die Inhaberin der jüngeren Marke hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen des übrigen Sach- und Streitstandes wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig (§ 66 Abs 1 und 2 MarkenG) und hat in dem noch streitgegenständlichen Umfang Erfolg. Bei identischen Waren besteht nach Ansicht des Senats eine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz.

Zu Entscheidung der Frage ob eine Verwechslungsgefahr vorliegt, sind insbesondere die Faktoren Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen, Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und Ähnlichkeit der Marken unter Berücksichtigung des Einzelfalls gegeneinander abzuwägen (ständige Rechtsprechung, zuletzt BGH MarkenR 2001, 465 - Bit/Bud). Können mit den Marken wie hier identische Produkte gekennzeichnet werden – Fertigsuppen, die Minisalami, der kleine Hot Dog, das abgepackte Sandwich, Käsesnacks usw unterfallen beiden Warenverzeichnissen -, kann der Inhaber des älteren Markenrechts grundsätzlich einen besonders deutlichen Abstand der jüngeren Marke verlangen. Verwechslungsmindernde Umstände, wie zB eine besondere Aufmerksamkeit des Verbrauchers beim Einkauf, sind nicht erkennbar, es handelt sich vielmehr um Verbrauchsgüter

des täglichen Lebens, die entsprechend dem Trend zur kurzen, schnellen Zwischenmahlzeit in immer breiterer Produktpalette angeboten und gekauft werden.

Der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke ist durchschnittlich, denn auch ohne ihren bildlichen Bestandteil (der graphisch nicht ins Gewicht fällt und auch mündlich nicht benannt werden wird) ist die Marke durchaus geeignet, damit gekennzeichnete Produkte zu identifizieren.

Bei Gegenüberstellung der beiden Marken REDI SNACK und Redy's ist wie stets vom Gesamteindruck der beiden Marken auszugehen. Dieser wird in der Regel von der gesamten Marke bestimmt. Im Einzelfall kann dies aber durch nur einen Markenteil geschehen, wenn nämlich der andere Markenteil vom Verkehr zB wegen seiner deutlich beschreibenden Aussage bei der Produktidentifikation zurücktritt. Die Marke wird sodann allein durch den aussagekräftigen Teil repräsentiert (ständige Rechtsprechung, zB BGH MarkenR 2000, 20 - RAUSCH/ELFI RAUCH). Bei der Marke REDDI SNACK beschreibt SNACK un- zweideutig und unmittelbar die Ware selbst, nämlich die Imbißnahrungsmittel. Wenn der Verbraucher nach der maßgeblichen Kennzeichnung sucht, so hilft ihm dieses Wort nichts – denn es trifft auf alle anderen Produkte dieses Marktsegments ebenfalls zu - er sieht die eigentliche Produktkennzeichnung deshalb allein in dem Bestandteil REDDI (selbst wenn dies ein Hinweis auf das engl. ready = fertig sein sollte, denn insoweit bedarf es doch mehrerer Gedankenschritte). Dies gilt unabhängig davon, ob bei der Benennung SNACK ebenfalls außer Betracht gelassen wird, denn die Frage, durch welche Bestandteile eine Marke geprägt wird, ist eine Rechtsfrage. Ebenso steht nicht entgegen, dass auch kennzeichnungsschwache Markenteile zur Prägung des Gesamteindrucks einer Marke beitragen können, denn Voraussetzung hierfür ist ein Mindestmaß an kennzeichnender Wirkung, was dem Wort Snack für Imbissnahrung aber fehlt.

Stehen sich aber REDDI und Redy's gegenüber, so kann bei identischen Waren eine Verwechslungsgefahr nicht verneint werden. Der Ansicht der Markenstelle, der Doppelkonsonant D bewirke eine deutlich andere Aussprache, kann nicht gefolgt werden, was zB auch der Vergleich der Worte Ted und Teddy zeigt.

Die Beschwerde ist deshalb erfolgreich.

Eine Kostenentscheidung ist nicht veranlaßt (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Stoppel

Martens

Schwarz-Angele

br/prö

Abb. 1

