



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 127/01

---

**(AktENZEICHEN)**

Verkündet am  
7. Mai 2003

...

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Marke 396 26 720**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 7. Mai 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

**G r ü n d e**

**I**

Gegen die Eintragung der Wortmarke 396 26 720

**Paul Lincke**

für die Waren und Dienstleistungen

„Tonträger; Druckerzeugnisse; Bekleidungsstücke; Back- und Konditorwaren, Speiseeis; nichtalkoholische Getränke; alkoholische Getränke; Tabakwaren; Verpflegung und Beherbergung von Gästen“

ist Widerspruch erhoben worden aus der prioritätsälteren Wortmarke 2 101 667

**LINK**

eingetragen für

„Rohtabak und Tabakfabrikate; Raucherartikel, nämlich Tabakdosen, Zigarren- und Zigarettenspitzen, -etuis, Aschenbecher (sämtliche vorgenannten Waren nicht aus Edelmetall und damit plattiert), Pfeifenständer, -reiniger, -bestecke, Zigarettenschneider, Tabakpfeifen, -beutel, Feuerzeuge, Taschenapparate zum Selbstdrehen von Zigaretten, Zigarettenpapier, Zigarettenfilter, Zigarettenhülsen, Feuchthalter für Tabakwaren; Streichhölzer“.

Die Widersprechende hat den Widerspruch auf alle Waren der Klasse 34 beschränkt.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 29. März 2001 durch einen Beamten des höheren Dienstes zurückgewiesen. Die beiderseitigen Waren lägen im Identitätsbereich, die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei durchschnittlich. Unter Berücksichtigung dieser Umstände unterschieden sich die Vergleichsmarken im Gesamteindruck hinreichend deutlich voneinander. Die angegriffene Marke sei wie ein vollständiger Name gebildet und enthalte den Vornamen „Paul“, der in der Widerspruchsmarke nicht vorkomme. Dieser Vorname könne bei der Ähnlichkeitsprüfung nicht außer Acht bleiben, weil auch dieser Zeichenbestandteil an der Prägung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke teilhabe. Da der Verkehr auf dem in Frage stehenden Warengbiet an Kennzeichen gewöhnt sei, die aus einem vollständigen Namen bestünden, werde er erfahrungsgemäß die angegriffene Marke so verstehen wie sie ihm entgegentrete. Das gelte umso mehr, als sie den Namen eines bekannten Komponisten wiedergebe. Das Wort „LINK“ sei überdies wegen seiner bekannten Bedeutung im Rahmen der Datenverarbeitung und des Internets nicht ohne weiteres als Familienname zu verstehen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Zur Begründung trägt sie im Wesentlichen vor, dass es auf dem vorliegenden Warenssektor nur we-

nige aus Vor- und Zunamen bestehende Zeichen gebe. Hingegen gebe es eine Vielzahl von Zeichen, die aus einem Zunamen bestünden. Es müsse damit gerechnet werden, dass auf diesem Warengbiet in der täglichen Praxis der Vorname weggelassen werde, wie z.B. bei der Zigarettenmarke „Peter Stuyvesant“, die üblicherweise nur mit „Stuyvesant“ benannt werde. Daher sei auch bei der angegriffenen Marke mit einer Orientierung an „Lincke“ zu rechnen. Dieser Bestandteil sei klanglich so gut wie identisch mit der Widerspruchsmarke. Aber auch bei Gebrauch des vollständigen Zeichens „Paul Lincke“ könne es zu klanglichen Verwechslungen kommen.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die angegriffene Marke zu löschen.

Die Inhaberin der jüngeren Marke hat im Verfahren weder Anträge gestellt noch sich in der Sache geäußert.

## II

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, hat in der Sache jedoch keinen Erfolg. Zwischen den Marken besteht nicht die Gefahr von Verwechslungen (§§ 42 Abs. 2 Nr 1, 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Die Frage der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen den Beurteilungsfaktoren der Waren- und Dienstleistungsidentität oder –ähnlichkeit, der Markenidentität oder –ähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der

Waren und Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (vgl. BGH GRUR 2002, 1067 - DKV/OKV - mwN). Nach diesen Grundsätzen ist im vorliegenden Fall die Gefahr von Verwechslungen nicht gegeben.

1. Die von der angegriffenen Marke erfassten „Tabakwaren“ und die Waren „Roh-tabak und Tabakfabrikate“ der Widerspruchsmarke sind identisch. Für den Zeichenvergleich ist außerdem von einer nur durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen, die den aus der Warenidentität zu fordern- den großen Abstand nicht verringert. Diesen Abstand hält die angegriffene Marke ein.

2. Die Frage der Markenähnlichkeit ist nach dem jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Marken zu beurteilen (vgl. BGH GRUR 2002, 167 - Bit/Bud – mwN). Bei dieser Beurteilung ist zu berücksichtigen, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher dieser Art von Waren und Dienstleistungen wirkt, der als durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständig anzusehen ist (vgl. EuGH GRUR Int 1999, 734 - Lloyd -; BGH GRUR 2000, 506 - ATTACHÉ/TISSERAND). Die Marken „Paul Lincke“ und „LINK“ unterscheiden sich in ihrer Gesamtheit durch den zusätzlichen Bestandteil „Paul“ der angegriffenen Marke in Schriftbild und Klang deutlich. Auch in ihrer möglichen Bedeutung weisen sie keine Ähnlichkeit auf.

3. Weichen – wie im vorliegenden Fall – die Marken in ihrer Gesamtheit betrachtet deutlich voneinander ab, so kann eine Verwechslungsgefahr trotzdem in Betracht kommen, wenn die Marken übereinstimmende oder ähnliche Bestandteile enthalten und diese den Gesamteindruck der mehrteiligen Marke alleine prägen (vgl. BGH - Bit/Bud - aaO). Dies ist hier jedoch im Hinblick auf den allein für eine Kollision in Frage kommenden Bestandteil „Lincke“ nicht der Fall.

Bei einem Zeichen, das erkennbar aus einem Vor- und einem Familiennamen besteht, ist von dem Grundsatz auszugehen, dass auch der Vorname in die Namensgesamtheit miteinbezogen wird. Etwas anderes gilt nur, wenn das Publikum auf dem maßgeblichen Warengbiet nicht daran gewöhnt ist, dass Kennzeichen aus einem Vor- und Nachnamen umfassenden Namen bestehen oder aus anderen Gründen in der Wahrnehmung eines solchen Kennzeichens der Vorname vernachlässigt wird (vgl. BGH GRUR 2000, 233 – RAUSCH/ELFI RAUCH). Für das Gebiet der Tabakwaren und den hier entscheidungserheblichen Bereich der Wortelemente lässt sich nach den Ermittlungen der Anmelderin und des Senats feststellen, dass es Kennzeichen gibt, die offensichtlich nur aus einem Nachnamen bestehen, zB Astor, Cartier, Davidoff, Dunhill, Kent, Players, Rothmanns, Winston. Außerdem gibt es Zeichen, die aus einem Vor- und Nachnamen bestehen, zB Philip Morris, John Player, Peter Stuyvesant, und Zeichen, die zwar nicht aus Vor- und Nachnamen zusammengesetzt sind, aber nach Art eines Namens zweiteilig sind, zB Lucky Strike, Pall Mall, Lord Extra, oder aus zwei Nachnamen bestehen wie zB Benson & Hedges. Angesichts dieser Beispiele ist nach Auffassung des Senats anzunehmen, dass die Käufer an keine einheitliche Kennzeichnungspraxis von Tabakwaren gewöhnt sind. Sie werden Zeichen daher grundsätzlich so wahrnehmen, wie sie ihnen entgegentreten. Dies gilt insbesondere, wenn es sich um kurze und leicht einzuprägende zweiteilige Namenskennzeichen handelt (BPatG GRUR 1996, 496, 498 - PARK/Jean Barth). Selbst wenn man der Beschwerdeführerin insoweit zustimmt, dass das Kennzeichen „Peter Stuyvesant“ üblicherweise auf „Stuyvesant“ verkürzt wird, so gibt es auch die andere Übung, dass die Kennzeichen „Philip Morris“, „John Player“ sowie Benson & Hedges stets vollständig benannt werden. Auch bei den übrigen zweiteiligen Zeichen geht der Senat nicht von ihrer Verkürzung auf nur einen Bestandteil aus (vgl. BPatG a.a.O.). Fehlen jedoch hinreichende Anhaltspunkte dafür, dass die sich auf Tabakwaren beziehenden Verkehrskreise das Zeichen „Paul Lincke“ auf den Nachnamen „Lincke“ verkürzen werden, so kommt diesem Bestandteil auch keine allein prägende Kennzeichnungskraft im Gesamteindruck zu. Dagegen spricht im Übrigen auch, dass zumindest ein Teil

der angesprochenen Verkehrskreise in dem Zeichen den Namen des Berliner Komponisten Paul Lincke erkennen wird, der mit zahlreichen Operetten und Schlagern wie z.B. dem Lied „Berliner Luft“ bekannt geworden ist.

Bei dieser Sachlage können Verwechslungen zwischen den Marken ausgeschlossen werden. Die Frage, ob das Publikum in der Widerspruchsmarke einen Familiennamen erkennt oder einen Hinweis auf einen Fachbegriff der Informationstechnologie, bedarf daher keiner Erörterung.

4. Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen gemäß § 71 Abs 1 Satz 1 MarkenG besteht keine Veranlassung.

Grabrucker

Pagenberg

Fink

Cl