



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 182/02

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Marke 300 54 672**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 14. Mai 2003 durch Richter Viereck als Vorsitzenden, Richter Sekretaruk und Richter Rauch

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 12. April 2002 – Markenstelle für Klasse 30 – aufgehoben, soweit der Widerspruch bezüglich der Waren "feine Backwaren und Konditorwaren; Honig, Melassesirup" zurückgewiesen worden ist.

In diesem Umfang wird die Marke 300 54 672 gelöscht.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Gegen die am 22. Juli 2000 angemeldete und am 6. November 2000 für die Waren

30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Saucen, (Würzmittel); Gewürze; Kühleis;

31: land-, garten- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse sowie Samenkörner, soweit in Klasse 31 enthalten; lebende Tiere; frisches Obst und Gemüse; Sämereien, lebende Pflanzen und natürliche Blumen; Futtermittel, Malz;

32: Biere; Mineralwässer und kohlensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken

eingetragene Marke 300 54 672

### **SNACKY ZOO**

ist aus der deutschen Marke 830 236 (Anmeldetag 11. Juni 1966)

### **ZOO**

Widerspruch erhoben worden. Die Widerspruchsmarke genießt Schutz für

"Schokolade, Pralinen, Schokolade- und Zuckerwaren als Christbaumschmuck, Marzipan, Marzipanersatz, Zuckerwaren, Back- und Konditorwaren, Kekse, Biskuits, Zwieback".

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts – besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes - hat den Widerspruch mit Beschluss vom 12. April 2002 mangels Bestehens einer Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Die sich gegenüber stehenden Waren seien zwar teilweise identisch, teilweise wirtschaftlich ähnlich. Auch weise der Bestandteil SNACKY der jüngeren Marke bezogen auf die beanspruchten Waren des Lebensmittelbereichs beschreibende Anklänge auf, da er unschwer als vom Wort "Snack" abgeleitet erscheine und somit für sich genommen kennzeichnungsschwach sei. Jedoch bildeten die beiden Bestandteile SNACKY ZOO einen einheitlichen Begriff, der in seiner leicht erschließbaren Bedeutung im Sinne von "Snack Zoo" verstanden werde. Somit bestehe kein Anlass, das Gesamtzeichen auf den zweiten Markenteil ZOO zu redu-

zieren. Der Beginn einer Marke präge sich zudem der Erinnerung stärker ein als der Schluss.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Eine Begründung ist nicht zu den Gerichtsakten gelangt. Auch die Markeninhaberin hat sich nicht geäußert.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, in der Sache jedoch nur teilweise begründet, weil lediglich im Umfang der in der Beschlussformel genannten Erzeugnisse eine Gefahr von Markenverwechslungen (§ 42 Abs 2 Nr 1, § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG) besteht.

Nach diesen Vorschriften 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 die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Ob zwei konkurrierende Marken einer Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG unterliegen, hängt dabei im wesentlichen vom Zusammenwirken der Faktoren Warenähnlichkeit, Markenähnlichkeit und Kennzeichnungskraft der älteren Marke ab (st Rspr.; zB BGH GRUR 1999, 995 -HONKA).

Der angefochtene Beschluss geht von teilweiser Identität und teilweiser Warenähnlichkeit aus, ohne jedoch zu sagen, bezüglich welcher Waren diese Feststellung gelten soll. Nach Überzeugung des Senats kommen für die Beurteilung der Warenähnlichkeit von vornherein ernsthaft nur die Waren in Klasse 30 in Betracht

(gegen die der Widerspruch sich bei sachgerechter Auslegung wohl auch nur richtet). Warenidentität besteht hier wiederum nur bezüglich feiner Back- und Konditorwaren; Honig und Melassesirup liegen im - hier relevanten – engeren Ähnlichkeitsbereich zu diesen Erzeugnissen und zu Zuckerwaren.

In Übereinstimmung mit der Markenstelle ist von einer "normalen" (iSv durchschnittlichen) Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen. Zwar kann nicht ausgeschlossen werden, dass unter der Bezeichnung ZOO zB auch Gebäckstücke in der Umrissform von Zootieren vertrieben werden. Gleichwohl ist die Marke nicht glatt beschreibend. Zu dem wäre eine etwaige Kennzeichnungsschwäche durch langjährigen tatsächlichen Gebrauch kompensiert.

Was die Beurteilung der Markenähnlichkeit anbetrifft, vermag der Senat der Markenstelle im Ergebnis nur soweit zu folgen, als es um die unmittelbare Verwechslungsgefahr geht. Auch wenn man angemessen berücksichtigt, dass der Bestandteil SNACKY der jüngeren Marke wegen seiner offensichtlichen Ableitung von dem beschreibenden Begriff Snack, der als Lehnwort in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen ist, kennzeichnungsschwach und dem zweiten Markennwort ZOO keineswegs gleichgewichtig ist, kann nicht mit einer Vernachlässigung dieses ersten Wortelements bei der Aufnahme, Benennung und Erinnerung der Marke gerechnet werden. Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr in schriftbildlicher und klanglicher Hinsicht kann deshalb mit der gebotenen Sicherheit ausgeschlossen werden.

Anders verhält es sich aber mit der in § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG ebenfalls geregelten Gefahr des gedanklichen In-Verbindung-Bringens, welche die Markenstelle nicht näher geprüft hat. Bei dieser sog. assoziativen Verwechslungsgefahr erkennt der Konsument zwar, dass es sich um zwei unterschiedliche Marken handelt, ordnet diese aber wegen Übereinstimmungen in prägenden Teilbereichen ein und demselben Herstellungsbetrieb zu bzw schließt auf sonstige geschäftliche oder wirtschaftliche Verbindungen zwischen den Verwendern. Die Wortbildung der jün-

geren Marke steht dem nicht entgegen. Der Begriff SNACKY ist, wie ausgeführt, kennzeichnungsschwach, zudem verbindet er sich mit dem nachfolgenden Wort ZOO - entgegen der nicht nachvollziehbar begründeten Auffassung der Markenstelle - nicht zu einem naheliegenden Gesamtbegriff. Wem ZOO als Marke bekannt ist, hat bei einer Begegnung mit SNACKY ZOO - jedenfalls bei identischen und im engen Ähnlichkeitsbereich liegenden Waren - durchaus Veranlassung, letztere Marke demselben Unternehmen der Herkunft nach zuzuordnen. Dies gilt auch dann, wenn die Widersprechende bisher über keine Zeichenserie bestehend aus dem Wort ZOO und diesen vorangestellten weiteren Begriffen verfügen sollte.

Hinsichtlich der sonstigen, allenfalls teilweise im weiteren Ähnlichkeitsbereich zu den Waren der Widerspruchsmarke liegenden Erzeugnissen in Klasse 30 (und erst recht bezüglich der Waren in den anderen Klassen) ist demgegenüber eine assoziative Verwechslungsgefahr nicht mehr naheliegend. Insoweit verbleibt es bei der den Widerspruch zurückweisenden Entscheidung der Markenstelle.

Zu einer Kostenauflegung besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Viereck

Sekretaruk

Rauch

Ko