



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 53/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 08 843

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. März 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die für die Waren

"Kaffee, Tee, Kakao, feine Backwaren, Senf, Essig, Soßen, Gewürze; Biere; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)"

eingetragene Marke 302 08 843

BÄRENTREIBER

ist Widerspruch erhoben aus der älteren Marke 806 752

Bärenjäger

die für die Waren

"Weine, Schaumweine, Spirituosen unter Verwendung von Honig;
Aperitifs und Cocktails auf Weingrundlage und auf Spritgrundlage"

geschützt ist.

Die Markenstelle für Kasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Unabhängig vom Grad der Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren hielten die Vergleichszeichen selbst bei Anlegung strengster Maßstäbe einen hinreichend großen Abstand ein. Die sich gegenüberstehenden Kennzeichnungen stimmten zwar im jeweils ersten Wortbestandteil "Bären" überein, gleichwohl unterschieden sie sich aufgrund der weiteren Bestandteile ("Treiber"/"Jäger") klanglich und schriftbildlich hinreichend voneinander. Begriffliche Verwechslungen seien ebenfalls nicht zu befürchten, denn während "Bärentreiber" bei der Jagd auf Bären diese aufscheuchten und vor sich hertrieben, seien "Bärenjäger" Personen, die die Bären erlegten. Damit unterschieden sich die jeweiligen Sinngehalte deutlich. Anhaltspunkte für eine etwaige assoziative Verwechslungsgefahr seien nicht vorgetragen und auch nicht erkennbar.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Ihrer Ansicht nach sind die sich gegenüberstehenden Zeichen vor allem begrifflich verwechselbar. Beide Begriffe, die dem Markenbestandteil "Bären" nachfolgten, seien der Jägersprache entlehnt und stünden sogar in unmittelbarer Verbindung zueinander. "Jäger" einerseits und "Treiber" andererseits ergänzten sich bei der Jagd. Dies sei zwar Personen, die regelmäßig mit der Jagd befasst seien, bekannt. Das gelte aber nicht für den Großteil der von den Marken angesprochenen Verkehrskreise. Angesichts der Identität der beiderseitigen Waren müsse deshalb eine Verwechslungsgefahr bejaht werden, zumal die Widerspruchsmarke sehr bekannt sei und der Verkehr in der Regel nicht mit beiden Marken gleichzeitig konfrontiert werde.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat sich zur Beschwerde nicht geäußert.

II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich in der Sache als unbegründet, denn auch nach Auffassung des Senats besteht zwischen den sich gegenüberstehenden Marken keine Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Gefahr markenrechtlich erheblicher Verwechslungen ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls, die zueinander in einer Wechselbeziehung stehen, umfassend zu beurteilen. Zu den maßgeblichen Umständen gehören insbesondere die Ähnlichkeit der Marken und der damit gekennzeichneten Waren sowie die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 387 – Sabèl/Puma; BGH GRUR 1995, 216 – Oxygenol II).

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren ist im vorliegenden Fall von Identität auszugehen, denn beide Kennzeichnungen sind ua für "alkoholische Getränke" bestimmt. Selbst wenn zugunsten der Widersprechenden unterstellt wird, dass ihre Marke sehr bekannt und damit kennzeichnungsstark ist (obwohl jegliche substantiierten Angaben hierzu fehlen), hält die angegriffene Marke den erforderlichen erheblichen Abstand ein.

Wie bereits die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, ist bei der Beurteilung der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Kennzeichnungen abzustellen. Es bedarf keiner näheren Begründung, dass sich die beiden Marken "BÄRENTREIBER" und "Bärenjäger" in ihrer Gesamtheit sowohl klanglich als auch schriftbildlich hinreichend unterscheiden. Dies gilt auch für eine etwaige unmittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr, denn sie würde voraussetzen, dass sich Kennzeichnungen gegenüberstehen, die ihrem Sinn nach vollständig oder doch im wesentlichen übereinstimmen, also Synonyme darstellen (vgl. zB BPatG GRUR 1998, 1025 - Rebenfreund/Trau-

benfreund). Eine derartige Übereinstimmung weisen die hier zu beurteilenden Marken nicht auf, da sie aufgrund der Bestandteile "TREIBER" und "Jäger" einen unterschiedlichen Begriffsgehalt zeigen.

Ebenso ist eine mittelbare begriffliche Verwechslungsgefahr zu verneinen: Sie würde voraussetzen, dass trotz der erkannten begrifflichen Unterschiede wegen einer Ähnlichkeit der Sinngelänge und einer einander entsprechenden Markenbildung auf eine Zusammengehörigkeit iSv Serienmarken geschlossen werden kann. Dies gilt insbesondere für Marken, die denselben charakteristischen Aufbau aufweisen oder aus sonstigen Gründen – etwa wegen eines branchenüblichen Hinweises auf eine Produktserie – den Gedanken an dieselbe betriebliche Herkunft nahelegen. Hierbei ist Zurückhaltung geboten und außerdem muss sich die gedankliche Verbindung aufdrängen (Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl § 9 Rdnr 497 mwN). Da sich die Sinngelänge von "Bärenjäger" (= erlegender Waidmann) und "BÄRENTREIBER" (= Hilfskraft des Jägers, dem er zusammen mit anderen das Wild/Bären zutreibt) entgegen der Ansicht der Widersprechenden auch für den angesprochenen breiten Verkehr durchaus deutlich unterscheiden und auch keine Hinweise dafür vorliegen, dass die abweichenden Zeichenbestandteile etwa als branchenübliche Hinweise auf eine Produktserie eines Herstellers für unterschiedliche Zielgruppen aufgefasst werden, vermag die Übereinstimmung in dem Bestandteil "Bären" keine herkunftshinweisende Assoziation auszulösen.

Damit musste der Beschwerde der Erfolg versagt werden.

Eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs 1 MarkenG) war nicht veranlasst.

Albert

Reker

Kraft

Fa