



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 545/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2010 049 582

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. Februar 2014 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Dr. Himmelmann

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die Eintragung der Marke 30 2010 049 582

RAMBA ZAMBA

für die Waren

„33: Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere“

ist Widerspruch erhoben worden aus der für die Waren

„29: Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; tiefgefrorenes, konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtmus; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette

30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate einschließlich Zerealienriegel; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Pralinen mit und ohne Füllung,

Schokoladewaren (soweit in dieser Klasse enthalten), Bonbons, Fruchtgummi, Kaugummi (ausgenommen für medizinische Zwecke) und andere Zuckerwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver, Salz, Senf, Essig, Saucen (Würzmittel), Gewürze, Kühleis

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

eingetragenen, prioritätsälteren Marke 30 2010 013 659

ZAMBA.

Die Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 20. Mai 2012 zurückgewiesen, weil zwischen den Marken keine Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG bestehe. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der Widerspruch aus der durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke könne angesichts einer nur teilweise bestehenden, allenfalls entfernten Ähnlichkeit der Waren und mangels Ähnlichkeit der Marken keinen Erfolg haben. Von den Waren, für die die Widerspruchsmarke eingetragen ist, wiesen lediglich die Waren der Klasse 32 „Biere“ sowie „Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken“ eine entfernte Ähnlichkeit zu der im Warenverzeichnis der angegriffenen Marke aufgeführten Ware „Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere“ auf. Die beiderseitigen Marken, für deren Vergleich von ihrer registrierten Form auszugehen sei, unterschieden sich in ihrer Gesamtheit sowohl schriftbildlich als auch klanglich und begrifflich deutlich voneinander. Aus einer mehrgliedrigen jüngeren Marke könne auch nicht ohne weiteres ein Teil herausgegriffen werden, um allein auf dieser Grundlage eine Verwechslungsgefahr mit einer älteren Marke festzustellen. Dies sei nur zulässig, wenn der mit der älteren Marke übereinstimmende oder ähnliche Bestandteil der

jüngeren Marke deren Gesamteindruck präge, was bei der angegriffenen Marke „RAMBA ZAMBA“ jedoch nicht der Fall sei. Vielmehr werde der Verkehr den vorangehenden, ersten Bestandteil der angegriffenen Marke nicht vernachlässigen, weil ihm die Bezeichnung „RAMBA ZAMBA“ insgesamt als ein Synonym für Lärm, Gaudi, Krawall bzw. Chaos bekannt sei. Die Gefahr unmittelbarer Markenverwechslungen bestehe bei dieser Sachlage nicht. Auch Tatsachen, die eine Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt der gedanklichen Verbindung begründen könnten, seien weder vorgetragen worden noch sonst ersichtlich. Die Widersprechende habe nichts zur Benutzung weiterer Marken mit dem Bestandteil „ZAMBA“ dargelegt. Es handele sich bei der Widerspruchsmarke auch nicht um die Firma oder einen Firmenbestandteil der Widersprechenden. Es sei auch nicht nachvollziehbar, dass es sich – wie von der Widersprechenden behauptet – bei „ZAMBA“ um eine Kurzform des Gesamtbegriffs „RAMBA ZAMBA“ handele.

Dagegen wendet sich die Widersprechende mit der Beschwerde. Sie ist weiterhin der Ansicht, der Bestandteil „ZAMBA“ stelle den prägenden Bestandteil der angegriffenen Marke dar. Er wecke Assoziationen zu dem Gesamtbegriff „RAMBA ZAMBA“. Die jüngere Marke werde als Variante der Widerspruchsmarke wahrgenommen. Zu berücksichtigen sei dabei auch, dass im Gegensatz zu der im angegriffenen Beschluss vertretenen Ansicht zwischen Bieren und alkoholischen Getränken eine große Ähnlichkeit bestehe. Bei dieser Sachlage sei eine unmittelbare Verwechslungsgefahr, zumindest aber die Gefahr einer gedanklichen Verbindung der Marken zu bejahen.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 29. Mai 2012 aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die Markeninhaberin hat im Beschwerdeverfahren keine Anträge gestellt und sich auch sonst nicht geäußert.

II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist unbegründet. Die Markenstelle hat in dem mit der Beschwerde angegriffenen Beschluss, ausgehend von den maßgeblichen rechtlichen Grundsätzen, zu Recht und mit zutreffender Begründung festgestellt, dass zwischen den beiderseitigen Marken keine Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht. Die von der Widersprechenden demgegenüber mit der Beschwerde vorgebrachten rechtlichen und tatsächlichen Gründe rechtfertigen, auch soweit zu Gunsten der Widersprechenden entgegen der Annahmen im angegriffenen Beschluss von einer großen Ähnlichkeit von alkoholischen Getränken mit Bieren und anderen alkoholfreien Getränken sowie Sirupen der Klasse 32 ausgegangen wird, nicht die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

Zutreffend hat die Markenstelle in den Gründen des angegriffenen Beschlusses herausgestellt, dass bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Marken von deren eingetragener Form auszugehen ist, weshalb bei mehrteiligen Marken grundsätzlich auf deren Gesamtheit abzustellen ist, und dass das Abstellen auf einen einzelnen Markenbestandteil nur dann zulässig ist, wenn dieser den Gesamteindruck der mehrteiligen Marke prägt oder er innerhalb der mehrteiligen Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung behält. Dies stellt auch die Widersprechende nicht grundsätzlich in Abrede. Soweit sie im Beschwerdeverfahren entgegen den Feststellungen der Markenstelle weiterhin die Ansicht vertritt, zwischen den Marken bestehe Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, weil der Bestandteil „ZAMBA“ den Gesamteindruck der angegriffenen Marke präge oder innerhalb dieser Marke dominiere, kann dem nicht gefolgt werden.

Bei der Wortfolge „RAMBA ZAMBA“, aus der die angegriffene Marke besteht, handelt es sich – wie die Markenstelle bereits festgestellt hat – nicht um eine Phantasiebezeichnung, sondern um einen umgangssprachlich gebräuchlichen und dem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher von Getränken bekannten Gesamtbegriff, der eine wilde Art des Feierns bezeichnet und ein Synonym zu Begriffen wie „Radau“, „Remmi Demmi“, oder „Spektakel“ darstellt (vgl. insoweit z. B. Wiktionary, das freie Wörterbuch, auf <http://de.wiktionary.org/wiki/Rambazamba>). Bei einem als solchem erkannten Gesamtbegriff hat der Verkehr aber keinerlei Veranlassung, sich nur an einem einzelnen Teil des Gesamtbegriffs zu orientieren und diesen mit nur einem Teil schriftlich oder mündlich wiederzugeben (BGH GRUR 1999, 586, 587 – White Lion; GRUR 2004, 598, 599 – Kleiner Feigling). Ebenso wenig kommt einer älteren Marke, die in eine jüngere Kennzeichnung übernommen wird, dort eine selbstständig kennzeichnende Stellung zu, wenn die verschiedenen Bestandteile der jüngeren Marke dort zu einer gesamtbegrifflichen Einheit verschmelzen (BPatG PAVIS PROMA, 29 W (pat) 88/05, Beschluss vom 19.09.2007 – ONE-toONE/ONE).

Entgegen der Ansicht der Widersprechenden besteht bei den beiderseitigen Marken auch keine markenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr durch gedankliche Verbindung. Soweit die Widersprechende insoweit geltend macht, die angegriffene Marke wecke auf Grund der Übernahme des Bestandteils „ZAMBA“ aus der Widerspruchsmarke Assoziationen zu dieser, ist zunächst darauf hinzuweisen, dass nicht jegliche wie auch immer geartete Assoziation als Schutzhindernis i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG anzusehen ist. Fälle, in denen der Verkehr lediglich irgendwelche rein assoziativen gedanklichen Verbindungen zwischen den Marken herstellt, weil die Wahrnehmung der einen Marke die Erinnerung an die andere Marke weckt, obwohl beide Marken nicht verwechselt werden, fallen nicht unter das zuvor genannte Schutzhindernis (EuGH GRUR 1998, 387, 389 - Sabèl/Puma; BGH GRUR 2004, 779, 782 – Zwilling/Zweibrüder; BPatG PAVIS PROMA 26 W (pat) 88/07, Beschluss vom 24.09.2008 – Dorn-

röschen/Schneewittchen). Bei der Annahme einer Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt der gedanklichen Verbindung ist zudem Zurückhaltung geboten, da die Zuordnung unterschiedlicher Marken zu einem Unternehmen detailliertere Überlegungen und eine beachtliche Branchenkenntnis erfordert (BGH GRUR 2000, 886, 888 – Bayer/BeiChem). Für die Annahme einer gedanklichen Verbindung spricht vor allem der Umstand, dass der Inhaber der prioritätsälteren Marke bereits mit einer Bezeichnung als Wortstamm mehrere eigener, entsprechende gebildeter Serienmarken im Verkehr aufgetreten ist (EuGH GRUR 2008, 343, 346 – Il Ponte Finanziaria Spa/HABM; BGH GRUR 2002, 544, 547 - BANK 24), und zwar vor dem Anmeldetag der jüngeren Marke. Diesbezüglich hat die Widersprechende nichts vorgetragen. Auch sonstige Tatsachen, die die Gefahr von Verwechslungen der Marken durch gedankliche Verbindung begründen könnten, sind weder vorgetragen worden noch sonst ersichtlich, sodass eine solche Verwechslungsgefahr von der Markenstelle zu Recht verneint worden ist. Bei dieser Sachlage können der Widerspruch und somit auch die Beschwerde der Widersprechenden keinen Erfolg haben.

Für eine Auferlegung der Kosten des Beschwerdeverfahrens auf eine der Verfahrensbeteiligten aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs. 1 S. 1 MarkenG) gibt weder die Sach- und Rechtslage noch das Verhalten der Beteiligten Anlass.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Dr. Himmelmann

Reker

Bb