

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 97/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. November 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 2 910 189

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 8. November 2000 durch die Vorsitzende Richterin Winkler und die Richter Dr. Fuchs-Wissemann und Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 16. August 1995 für

Zuckerwaren, Schokoladewaren, feine Back- und Konditorwaren, insbesondere Bonbons und Dragees, bestehend aus und oder unter Verwendung von Schaumzucker, Fruchtgummi, Lakritze und Gelee (ausgenommen für medizinische Zwecke)

eingetragene Wortmarke

Candy King

ist Widerspruch erhoben aus der für

Bonbons acidulés, pastilles de menthe, chocolates et sucreries

geschützten IR-Marke mit älterem Zeitrang

KING.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch zurückgewiesen. Sie hat die - bestrittene - Benutzung der Widerspruchsmarke dahinstehen lassen und ausgeführt, daß keine Ähnlichkeit zwischen der sich gegenüberstehenden Marken bestehe. "KING" habe in der angegriffenen Marke keine den Gesamteindruck prägende Bedeutung, da es sich um einen verbrauchten Begriff handele. Vielmehr wirke "Candy King" wie ein Gesamtbegriff, da der schwache Markenbestandteil "King" durch "Candy" näher bestimmt werde.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie hält "Candy" für Süßwaren für rein beschreibend und "King" damit kennzeichnend und prägend. Damit bestehe unmittelbar die Gefahr von Verwechslungen; auch eine assoziative Verwechslungsgefahr sei anzunehmen, da "King" als Stammbestandteil eines Serienzeichens geeignet sei.

Die Markeninhaberin ist der Beschwerde mit den von der Markenstelle herangezogenen Argumenten entgegengetreten.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Nach § 9 Abs 1 Nr 2, § 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke infolge 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 für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (EuGH WRP 1998, 39, 41 - Sabèl/Puma).

Was die Waren betrifft, ist davon auszugehen, daß die Widersprechende die Benutzung der Widerspruchsmarke für "Pfefferminzpastillen" glaubhaft gemacht hat, so daß zum Teil identische und zum Teil mehr oder weniger ähnliche Waren gegenüberstehen. Der Widerspruchsmarke kommt allerdings nur unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft zu. "KING" hat mit der Bedeutung "jemand, der in einer Gruppe das größte Ansehen genießt" (Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl, Bd 5 S 2 115) Eingang in die deutsche Umgangssprache gefunden und wird auch beschreibend für Sachen, etwa als King-Size = Königsformat (vgl Duden, aaO) verwendet. Somit sind an den zur Vermeidung von Kollisionen zu fordernden Markenabstand nur durchschnittliche Anforderungen zu stellen, die von der angegriffenen Marke eingehalten werden. Beim Vergleich der angegriffenen Marke insgesamt mit dem Widerspruchszeichen besteht wegen des zusätzlichen Bestandteils "Candy" kein Anlaß zum Verhören oder Verschreiben. Eine unmittelbare Verwechslungsgefahr wäre nur dann anzunehmen, wenn "King" in "Candy King" derart prägend wäre, daß ein beachtlicher Teil der maßgeblichen Verkehrskreise sich allein an "KING" orientierte. Dies kann jedoch nicht angenommen werden, weil "Candy King" wie ein Gesamtbegriff wirkt. Auch Sprachkundige werden erkennen, daß "Candy" den "King", der hier auch als "König",

"Boss" ausgemacht wird, erst individualisiert, ohne, daß es daraufankäme, ob der Sinngehalt erkannt wird (BGH GRUR 2000, 883, 885 "PAPPA-GALLO"). Umso mehr gilt dies für sprachkundige Verkehrskreise ("Candy" = englisch: Zucker; amerikanisch: Süßigkeiten, vgl Duden, Oxfordenglisch Großwörterbuch, S 119), da dann ein Gesamtbegriff "Zuckerkönig" erkennbar wird.

Es besteht auch keine Gefahr, die Marken gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen und sie fälschlicherweise dem einen oder anderen Unternehmen zuzuordnen. Die Kennzeichnungsschwäche von "King" schließt es vielmehr aus, daß die angesprochenen Verbraucher hierin einen Stammbestandteil im Sinne eines Serienzeichens erblicken, der ausschließlich auf die Widersprechende hinweist.

Von einer Kostenauflegung gemäß § 71 Abs 1 MarkenG wird abgesehen.

Winkler

Dr. Fuchs-Wisseemann

Sekretaruk

br/Hu