



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 213/04

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 08 209

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Viereck und Kruppa auf die mündliche Verhandlung vom 16. November 2005

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 20. Februar 2002 angemeldete deutsche Marke 302 08 209



Supercamps

(farbig: orange, schwarz),

bestimmt für die Waren und Dienstleistungen

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen insbesondere Fußballschuhe, Trikots, T-Shirts, Kopfbedeckungen, Mützen, Sportschuhe; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten insbesondere Betrieb von Sportcamps, Betrieb von Feriencamps, Coaching, Erziehung und Unterricht, Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung, Gymnastikunterricht, Organisation und Durchführung von kulturellen und/oder

sportlichen Veranstaltungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen insbesondere Ernährungsberatung.

ist aus der prioritätsälteren Gemeinschaftsmarke 235 895 (angemeldet am 1. April 1996, eingetragen am 27. Januar 1999)

SUPERCAMP

geschützt für

CD-ROMs sowie Ton- und Videobänder; Druckereierzeugnisse, nämlich Bücher; Erziehungsprogramme und Seminare

Widerspruch erhoben worden. Der Widerspruch richtet sich gegen alle ähnlichen und identischen Waren/Dienstleistungen.

Die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch durch Beschluss vom 16. September 2004 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Zwar sei von teilweiser Dienstleistungsähnlichkeit auszugehen, jedoch liege der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke weit unterhalb des Durchschnitts. Dem angesprochenen Verkehr sei bekannt, dass Ausbildungsmaßnahmen wie Workshops oder Seminare auch in Camps (= Zeltlager bzw. Ferienlager aus Zelten oder einfachen Häuschen) durchgeführt würden. Der Begriff "SUPERCAMP" vermittele somit einen beschreibenden Hinweis auf die Art und den Erbringungsort der Dienstleistungen. Der Schutzbereich beider Marken beschränke sich auf die jeweilige schutzbegründende Eigenprägung, die bei der angegriffenen Marke durch den Bildbestandteil bewirkt werde.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie stellt den Antrag,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 16. September 2004 aufzuheben und die Löschung der deutschen Marke 302 08 209 zu beschließen.

Hilfsweise regt sie die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

Zumindest in phonetischer Hinsicht wirke sich der Bildbestandteil der angegriffenen Marke nicht aus, da der Verkehr dazu neige, eine Marke mit dem Wortbestandteil zu benennen. Das Wort "Supercamps" sei - in gleicher Weise wie "SUPER-CAMP" - für die beanspruchten Dienstleistungen kennzeichnungskräftig. Da die Widerspruchsmarke als Gemeinschaftsmarke eingetragen wurde, deren Schutzfähigkeit nach deutschem wie nach englischem Sprachverständnis gemessen worden sei, müsse davon ausgegangen werden, dass auch der Wortbestandteil "Supercamps" der jüngeren Marke für sich genommen schutzfähig sei. Zudem wäre eine etwaige Kennzeichnungsschwäche in Anbetracht der Dienstleistungsähnlichkeit und der hochgradigen phonetischen Zeichenähnlichkeit im Rahmen der Wechselwirkung ausgeglichen.

Der Markeninhaber verweist darauf, dass er seine Marke ausschließlich im Sportbereich einsetzt, zu dem die Widerspruchsmarke keine Berührungspunkte aufweise.

In der mündlichen Verhandlung, an welcher der Markeninhaber - nach vorheriger Ankündigung - nicht teilgenommen hat, wurden dem Vertreter der Widersprechenden Ergebnisse einer Internetrecherche des Senats (16 Bl.) übergeben und diese zum Gegenstand der Verhandlung gemacht.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist, da sie vor dem 31. Dezember 2004 eingelegt wurde, ohne vorherige Erinnerung statthaft und auch sonst zulässig (§ 66, § 165 Abs. 4 MarkenG). In der Sache bleibt sie aber ohne Erfolg, weil die sich gegenüberstehenden Marken - in Übereinstimmung mit der Auffassung der Markenstelle - keiner Gefahr einer Verwechslung im Verkehr unterliegen (§ 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften zu Art. 4 Abs. 1 lit. b der Markenrichtlinie, die für die Auslegung der in Umsetzung dieser Richtlinienbestimmung erlassenen Vorschrift des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG von maßgeblicher Bedeutung ist, muss die Frage der Verwechslungsgefahr unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend beurteilt werden. Zu den dabei relevanten Umständen gehören insbesondere die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie der Grad der Ähnlichkeit der Marken und der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen, wobei diese Faktoren in einer Wechselbeziehung stehen.

Soweit die jüngere Marke für Waren in Klasse 25 Schutz genießt, fehlt es bereits an der Ähnlichkeit zu den für die Widerspruchsmarke registrierten Waren und Dienstleistungen, so dass insoweit keine Verwechslungsgefahr besteht. Die Dienstleistungen der jüngeren Marke sind zwar mit denen der Widerspruchsmarke teils identisch - soweit sie sich auf Erziehung beziehen -, teils in einem unterschiedlichen Grade ähnlich (auf tatsächliche Verwendungsabsichten des Markeninhabers kommt es insoweit nicht an), jedoch steht die Kennzeichnungsschwäche von "SUPERCAMP" und "Supercamps" der Annahme von Verwechslungsgefahr entgegen.

Die Verwechslungsgefahr stellt einen - normativ auszufüllenden - Rechtsbegriff dar, der mit der tatsächlichen Verwechselbarkeit nicht übereinstimmen muss. So wie besonders kennzeichnungskräftige ältere Marken mit entsprechend hohem Schutzzumfang auch dann einer Verwechslungsgefahr mit einer angegriffenen Marke unterliegen können, wenn die Vergleichszeichen einander nur entfernt ähnlich sind (vgl. z. B. BPatG GRUR 2000, 87 - LIOR/DIOR; GRUR 2005, 777 - NATALLA/nutella), kann umgekehrt - letztlich aus Rechtsgründen - gleichwohl keine Verwechslungsgefahr vorliegen, wenn die weitgehenden Gemeinsamkeiten der Zeichen nur auf kennzeichnungsschwachen Wortelementen beruhen (vgl. BPatG GRUR 2002, 68 - COMFORT HOTEL). Letzteres ist vorliegend der Fall. Zwar ist der Senat - ebenso wie die Markenstelle - an die Eintragung der Widerspruchsmarke gebunden; er darf dieser nicht jeglichen Schutz absprechen. Dies hindert ihn aber nicht daran, die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke näher zu bestimmen und daraus die gebotenen Schlussfolgerungen für die Verwechslungsgefahr zu ziehen.

Die Bedeutung des - ursprünglich englischen, mittlerweile aber als Lehnwort in den deutschen Sprachschatz eingegangenen - Wortes "Camp" (= Lager, meist aus Zelten oder leichten Bauten) hat die Markenstelle zutreffend aufgezeigt. Aus den in der mündlichen Verhandlung der Widersprechenden zur Kenntnis gegebenen und erörterten Internetseiten ergibt sich, dass mittlerweile nicht nur der Begriff "Camp" im Inland verbreitet ist, sondern auch die Bezeichnung "Supercamp"; Zeltlager des Jugendrotkreuzes, von Schulen, Ausrichtern von Kindersport- und Reitsport-Veranstaltungen sind so bezeichnet. Zudem ist "Supercamp" die Bezeichnung eines kompakten Kuppelzeltes für mehrere Personen. Für die Dienstleistungen "Erziehungsprogramme und Seminare", die - hauptsächlich, aber nicht nur - für jüngere Leute vielfach in Camps angeboten und durchgeführt werden, stellt "SUPERCAMP" somit eine unmittelbar beschreibende Angabe dar, der - auch als registrierter Marke - nur ein ganz geringer Schutzzumfang zukommt. Bereits geringfügige Abweichungen im Gegenzeichen reichen für den Ausschluss der Verwechslungsgefahr aus.

Derartige Abweichungen enthält die jüngere Marke, nämlich zum einen das Endungs-s in "Supercamps", zum anderen den nur hier vorhandenen Bildbestandteil. Angesichts der Kennzeichnungsschwäche des Wortes ist letzterer der die Marke im Gesamteindruck prägende Bestandteil, unbeschadet des Umstands, dass eine Benennung der Marke mit "Supercamps" durchaus naheliegt. Hierauf darf aber - auch bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit in phonetischer Hinsicht - nicht abgestellt werden. Bei der - wie ausgeführt - gebotenen normativen Bewertung scheidet die Annahme von Verwechslungsgefahr unter jedem Aspekt aus.

Ein extrem kennzeichnungsschwacher Begriff wie "SUPERCAMP" kommt auch nicht als Stamm eines Serienzeichens in Betracht, so dass die Gefahr einer Verwechslungsgefahr wegen gedanklicher Assoziationen (§ 9 Abs. 2 Nr. 1., 2. Altern.) gleichfalls ausscheidet.

Für die Auferlegung von Verfahrenskosten (gem. § 71 Abs. 1 MarkenG) besteht kein Anlass.

Die seitens der Widersprechenden hilfsweise angeregte Zulassung der Rechtsbeschwerde ist nicht geboten, weil der Fall keine ungeklärten Rechtsfragen von grundsätzlicher Bedeutung aufwirft und eine Befassung des Bundesgerichtshofs auch zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung nicht erforderlich ist.

Prof. Dr. Hacker

Kruppa

Viereck

br/Pü