



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 4/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
15. März 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 30 452

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 15. März 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. September 2003 aufgehoben.

Wegen des Widerspruchs aus der Marke 394 00 514 wird die Löschung der Marke 301 30 452 im Umfang der Waren "Brot, feine Backwaren, Konditoreiwaren, Hefe, Backpulver, Mehle und Getreidepräparate" angeordnet.

Gründe

I.

Die am 16. Mai 2001 angemeldete und am 2. November 2001 in das Markenregister eingetragene Marke 301 30 452

**Bären Bäcker
Konditorei**



Peter Ködel

95463 Bindlach
Bahnhofstraße 7
Tel.: 092081655521
Fax: 092081655523
Handy: 017012359420

ist für die Waren in Klasse 30

"Brot, feine Backwaren, Konditoreiwaren, Speiseeis, Hefe, Backpulver, Salz, Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Mehle und Getreidepräparate"

bestimmt.

Widerspruch erhoben ist aus der prioritätsälteren deutschen Marke 394 00 415 (Anmeldetag 4. November 1994)

Bär,

die für die Waren

"Brot, Toastbrot, Brötchen, Pumpernickel, Backwaren und Konditorwaren; tiefgefrorene Backwaren als halbgebackene Teiglinge oder Rohlinge"

Schutz genießt. Der Widerspruch richtete sich zunächst gegen alle gleichen und ähnlichen Waren.

Die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch durch Beschluss vom 21. September 2003 wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Zwar sei in Anbetracht der Identität bzw. Ähnlichkeit der jeweiligen Waren ein erheblicher Abstand der sich gegenüberstehenden Marken erforderlich, welcher jedoch gewahrt werde. Die Marken unterschieden sich ausreichend durch die Wortbestandteile "Bäcker Konditorei Peter Ködel" und die Illustration der angegriffenen Marke. Letztere werde nicht durch den Bestandteil "Bären" geprägt. Diesem komme als beliebten Bestandteil von Marken- und Unternehmensbezeichnungen

sowie als Wappentier nur eine vergleichsweise geringe Kennzeichnungskraft zu. Das Wort "Bären" sei in der jüngeren Marke Teil eines Gesamtbegriffs, was (auch) gegen eine mittelbare Verwechslungsgefahr spreche.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden.

Sie hat die jüngere Marke zunächst weiterhin hinsichtlich aller beanspruchten Waren angegriffen, wobei ihrer Ansicht nach der am Anfang dieser Marke stehende Begriff "Bären" im Gesamteindruck prägend sei, während die anderen Wortelemente ihrer beschreibenden Bedeutung oder ihrer geringen Schriftgröße wegen zurücktreten würden. Mithin lasse sich angesichts der teilweisen Warenidentität weder eine unmittelbare, noch eine assoziative Verwechslungsgefahr sicher ausschließen.

Im Laufe des Beschwerdeverfahrens ist die Widerspruchsmarke auf die A... GmbH übertragen worden.

In der mündlichen Verhandlung, an welcher der Markeninhaber - der auch sonst im gesamten Beschwerdeverfahren keine Stellungnahme abgegeben hat - nicht teilgenommen hat, sind seitens der (neuen) Widersprechenden zwei Internetausdrucke und die Abschrift eines zugunsten der Widersprechenden ergangenen Urteils des Landgerichts Berlin aus dem Jahre 2000 in einem anderen Kollisionsfall vorgelegt worden. Der Widerspruch wurde sodann im Hinblick auf die Waren

"Speiseeis, Salz, Kaffee, Tee, Kakao, Zucker"

zurückgenommen.

Die Widersprechende beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. September 2003 aufzuheben und die Marke 301 30 452 hinsichtlich der weiterhin angegriffenen Waren zu löschen.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Inhalt der Amts- und Gerichtsakten Bezug genommen.

II.

Nachdem die Widersprechende in der mündlichen Verhandlung den Widerspruch teilweise zurückgenommen hat, steht die Marke 301 30 452 nunmehr für die Waren "Speiseeis, Salz, Kaffee, Tee, Kakao, Zucker" außer Streit.

Bezüglich der verbleibenden Waren ist die zulässige Beschwerde der Widersprechenden begründet, weil die sich gegenüberstehenden Marken insoweit - entgegen der Auffassung der Markenstelle - der Gefahr einer Verwechslung im Verkehr (§ 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) unterliegen.

Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr hat unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu erfolgen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren besteht, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Identität bzw. Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren (und Dienstleistungen), der Kennzeichnungskraft der älteren Marke sowie der Art des beteiligten Verkehrs und dessen zu erwartender Aufmerksamkeit gegenüber Warenkennzeichnungen (st. Rspr.; vgl. z. B. EuGH GRUR Int. 1999, 734 - Lloyd/Loints; GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2005, 326 - Il Patrone/Il Portone; 419 - Räucherkatze).

Bezüglich der Waren "Brot, feine Backwaren, Konditoreiwaren" liegt Warenidentität vor. "Hefe, Backpulver, Mehle" werden als Zutaten für die Herstellung von Brot und Backwaren benötigt und sind deshalb mit diesen ähnlich. Auch Getreidepräparate liegen (noch) im Ähnlichkeitsbereich zu Brot und Backwaren (vgl. Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Aufl., S. 22).

Der Widerspruchsmarke "Bär" kommt von Hause aus ein durchschnittlicher Schutzzumfang zu. Für Brot und Backwaren weist dieses Wort keinen beschreibenden Anklang auf; ob (nur) für Konditoreiwaren, die auch Süßwaren umfassen können, wegen der bekannten Gummibären eine andere Beurteilung angebracht ist, kann dahingestellt bleiben. Für eine Steigerung der Kennzeichnungskraft durch umfangreiche Benutzung fehlt es allerdings an ausreichenden Anhaltspunkten.

Die Widerspruchsmarke "Bär" und der die jüngere Marke im Gesamteindruck prägende Anfangsbestandteil "Bären" sind sich phonetisch hochgradig ähnlich; begrifflich stimmen sie sogar vollständig überein. Dies gilt unabhängig davon, ob "Bären" als Deklinationsform oder als Pluralbildung zu "Bär" verstanden wird. Die Endung "-en" klingt unbetont nach und ist nicht geeignet, einen ausreichenden klanglichen Abstand zum Gegenzeichen zu bewirken. Die sonstigen Bestandteile der angegriffenen Marke treten zurück und werden bei einer Benennung oftmals weggelassen werden. Die Wörter "Bäcker" und "Konditorei" sind im Blick auf die beanspruchten Erzeugnisse glatt beschreibend. Der an sich kennzeichnungskräftige Eigenname "Peter Ködel" ist seiner geringen Größe wegen dem am Anfang der Marke stehenden Wort "Bären" in keiner Weise gleichwertig. Die Angabe von Anschrift, Telefon- und Fax-Nummern wird nicht als Teil der Marke aufgefasst. Die bildliche Ausgestaltung illustriert das eigentliche Markenwort, ohne dass zu erwarten wäre, dass die Marke etwa als "Bär mit Brezel" bezeichnet würde. Dass das Wort "Bären" mit den nachfolgenden Wortelementen zu einem neuen, eigenständigen Gesamtbegriff verschmelzen würde und ihm deshalb keine (isolierte) kollisionsbegründende Wirkung zukommen könne, vermag der Senat nicht zu erkennen.

Die Vergleichsmarken unterliegen somit einer unmittelbaren (klanglichen) Verwechslungsgefahr. Ob daneben, für einen weiteren Teil des Verkehrs, auch die Gefahr einer Verwechslung wegen gedanklicher Assoziationen (nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, Altern. 2 MarkenG) besteht, kann dahingestellt bleiben.

Die Argumente, welche der Markeninhaber im patentamtlichen Verfahren gegen die Annahme von Verwechslungsgefahr vorgetragen hatte, sind nicht tragfähig. Registrierte Marken genießen bundesweiten Schutz, unabhängig von den tatsächlichen Geschäftsaktivitäten der Beteiligten. Mithin ist auf die theoretisch mögliche Kollision der Marken im gesamten Bundesgebiet abzustellen. Dass der Markeninhaber seine Marke offenbar nur in einem regional sehr beschränkten Bereich einzusetzen gedenkt, kann ihm nicht zugute kommen. Aus welchen Gründen er seine Marke, für die er als Geschäftsbetriebsbezeichnung (Unternehmenskennzeichen nach § 5 Abs. 2 MarkenG), möglicherweise auch als Benutzungsmarke (§ 4 Nr. 2 MarkenG), ohnehin Schutz genießt - allerdings jeweils örtlich begrenzt -, mit bundesweiter Wirkung zur Registrierung angemeldet hat (vielleicht aufgrund falscher Vorstellungen, unrichtiger Beratung und ohne Recherche nach Drittmarken), ist letztlich nicht maßgeblich.

Die jüngere Marke ist demnach, soweit mit dem Widerspruch weiterhin angegriffen, zu löschen.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs. 1 MarkenG) besteht kein Anlass.

gez.

Unterschriften