

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 96/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
21. Juni 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 396 25 868

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 21. Juni 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, den Richter Dr. Vogel von Falckenstein und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die zur Kennzeichnung für "Mit Software und/oder Daten versehene, maschinenlesbare Datenträger aller Art; Erstellen von Werbekonzepten, insbesondere zur Verbreitung über Datennetze und Multimedia-Geräten; Multimedia- und Softwareberatung und Erstellung von individuellen Konzepten für den jeweiligen Anwendungsbedarf; Erstellung, Instandhaltung und Update von Software; Erstellung von Computer- und Multimedia-Spielen; Vermittlung und Einräumen der Benutzung von Computern, Multi-Media-Geräten, Aufzeichnungsträgern und Datenbanken, sämtliche Benutzungen auch auf dem Weg über Datennetze; Dienstleistungen einer Multi-Media-Datenbank, nämlich Sammeln, Speichern, Abrufen und Zurverfügungstellen von Software, Daten, Text, Graphiken, Bildern,

Audio- und/oder Videoinformationen sowie Kombinationen daraus" eingetragene Wortmarke

"ranx"

ist Widerspruch eingelegt worden aus der prioritätsälteren Wortmarke Nr. 2 900 360

"ran",

die für eine große Zahl von Waren und Dienstleistungen eingetragen ist, darunter "programmierte und unprogrammierte Programm-Kassetten, -Disketten und -Kartuschen; elektronische Datenverarbeitungsgeräte einschließlich Speicher; Computerprogramme auf Bändern, Kassetten, Kartuschen sowie Modulen, Platten, Folien, Lochkarten, Lochstreifen und Halbleiterspeichern; elektronische Datenträger; Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Rundfunk- und Fernsehwerbung; den Medienbereich betreffende Meinungsforschung und werbungsspezifische Beratung; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Produktion, Reproduktion, Vorführung und Vermietung von Filmen, Produktion, Reproduktion von Ton- und Bildaufnahmen auf Video- und/oder Audio-Kassetten, -Bändern und -Platten; fernseh- und rundfunktechnische Beratung".

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluß vom 1. März 1999 zurückgewiesen, weil keine Gefahr der Verwechslung der beiden Marken im Verkehr bestehe. Nach ihrer Auffassung besteht zwar Waren- und Dienstleistungsidentität, allenfalls enge Ähnlichkeit, so daß strenge Maßstäbe an den Markenabstand anzulegen seien. Gleichwohl fehle eine ausreichende Markenähnlichkeit. Beide Marken seien Kurzwörter, die Abweichungen im Schluß-"X" der angemeldeten Marke falle dann relativ deutlich

aus. Auch werde der Verkehr den Sinngehalt der Widerspruchsmarke im Sinne eine Aufforderung deuten, was sie zusätzlich von der Gegenmarke unterscheide.

Mit ihrer hiergegen gerichteten Beschwerde macht die Widersprechende geltend, an den Markenabstand müßten im Hinblick auf die Identität bzw. engste Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren und Dienstleistungen strenge Maßstäbe angelegt werden. Zudem sei die Widerspruchsmarke für Fußballsendungen verkehrsbe-
kannt. Im Zusammenhang damit bestünden eine "ran-Datenbank", "ran"-on-line-
PCs und "ran"-Computerspiele. Dem genüge die jüngere Marke nicht. Die Marken
seien noch ähnlicher als im Falle der Kollision von "Dipa" mit "dib" (BGH
GRUR 1992, 110), in dem die Verwechslungsgefahr bejaht worden sei. Ohnehin
gälten für Kurzwörter keine Sonderregeln bei der Prüfung der Markenähnlichkeit.
Vorliegend überwögen die Gemeinsamkeiten der Marken ihre Abweichungen ins-
besondere am Wortanfang, die angegriffene Marke enthalte sogar vollständig die
Widerspruchsmarke. Der Verkehr könne zudem "ranx", das wie "ranks" klinge, als
Genitiv von "ran" auffassen.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben und die angegriffene
Marke zu löschen; hilfsweise regt sie an, die Rechtsbeschwerde zu-
zulassen zur Frage der Verwechslungsfähigkeit von Kurzwörtern.

Die Inhaber der angegriffenen Marke beantragen,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie verteidigen die angefochtenen Beschlüsse. Ergänzend bestreiten sie eine
erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, die allenfalls für Sportsen-
dungen bestehe. Es bestünden sogar etliche Drittzeichen, die "ran" enthielten.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, in der Sache bleibt sie jedoch ohne Erfolg. Es besteht keine Gefahr von Verwechslungen der angegriffenen Marke mit der Widerspruchsmarke (§ 42 Abs 2 Nr 1 iVm § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

1. Die Waren und Dienstleistungen der jüngeren Marke sind mit den oben aufgeführten Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke teilweise identisch und in Einzelbereichen jedenfalls von hochgradiger oder durchschnittlicher Ähnlichkeit. Auch wenden sich diese übereinstimmend auch an breite Verkehrskreise, deren Aufmerksamkeit gegenüber Kennzeichnungen eher als gering einzuschätzen ist. Ferner ist von normaler Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen. Zwar mag die Marke für bestimmte Fernsehsendungen bekannter sein; für dasselbe im Hinblick auf die vorliegend relevanten Waren und Dienstleistungen vorwiegend im Zusammenhang mit Elektronischer Datenverarbeitung hat die Widersprechende jedoch nicht die dafür allgemein erforderlichen Nachweise vorgelegt (vgl. dazu Althammer/Ströbele/Klaka, MarkenG, 5. Aufl., § 9 Rdn 116f). Ebensowenig konnte die Inhaberin der jüngeren Marke eine Schwächung der Kennzeichnungskraft belegen, da die von ihr zu diesem Zweck benannten Drittmarken den hier maßgebenden EDV-Bereich kaum betreffen. Bei dieser Sachlage sind der Prüfung der Verwechslungsgefahr der Marken teils strenge, teils mittlere Maßstäbe zugrunde zu legen. Selbst strengen Anforderungen an den Markenabstand wird die angegriffene Marke indessen noch gerecht.

Wie die Widersprechende zutreffend ausgeführt hat, sind an die Prüfung der Markenähnlichkeit von Kurzwörtern keine anderen Anforderungen zu stellen als an anders gebildete Marken (vgl. Althammer/Ströbele/Klaka, MarkenG, 5. Aufl., § 9 Rdn 87). Dies schließt jedoch nicht aus, daß bei Kurzwörtern, wie sie im vor-

liegenden Fall einander gegenüberstehen, Abweichungen in einzelnen Wortteilen anteilig stärker ins Gewicht fallen können als bei längeren Wörtern (s. Althammer/Ströbele/Klaka, MarkenG, 5. Aufl., aaO., m.w.N.). Zwar sind die Wortanfänge beider Marken gleich und die Widerspruchsmarke findet sich - jedenfalls nach der Schreibweise - in der angegriffenen Marke vollständig wieder. Der allein maßgebliche Gesamteindruck der Marken ist gleichwohl verschieden (vgl. dazu auch BGH GRUR 1992, 110, 111 "dipa/dib"). In schriftbildlicher Hinsicht verändert der auch optisch markante Endbuchstabe "X" der jüngeren Marke die Wortlänge und ihr Erscheinungsbild deutlich. Dieser Endbuchstabe führt zudem zu einem deutlich abweichenden Klangbild der jüngeren Marke. Das geschlossene und beim Aussprechen weiche und verklingende End "-n" der Widerspruchsmarke, das eine Betonung des Wortanfangs bedingt, wird in der angegriffenen Marke stattdessen wie "-nks" artikuliert. Das Markenwort erfährt durch das "x" - dem unstreitig im Deutschen klangstärksten Konsonanten des Alphabets - eine deutliche klangliche Verhärtung als Folge der Hinzufügung von Zisch- und Explosivlaut und damit eine phonetische Gewichtsverschiebung zum Wortende hin, die zumindest eine gleichmäßige Betonung, eher noch ein klangliches Übergewicht des Wortendes bewirkt. Diese Erscheinung wird im Verkehr durchweg bemerkt werden, so daß von einem im undeutlichen Erinnerungsbild bestehenden Überwiegen der Gemeinsamkeiten der Marken in klanglicher Hinsicht nicht gesprochen werden kann. Für Teile des Verkehrs wird auch der begriffliche Gehalt von "ran" - als dynamisch wirkende Aufforderung - zusätzliche Unterscheidungshilfe bieten, zumal die Gegenmarke keinerlei begrifflichen Gehalt aufweist. Daß schließlich "ranx" als Genitiv-Form von "ran" angesehen werden könnte, erscheint kaum wahrscheinlich, da "ran" keine deklinierbare Wortart ist und auch das in der angegriffenen Marke dem "-s" klanglich vorausgehende "k" in Genitivbildungen fehlt.

2. Zu einer Auferlegung von Kosten gem. § 71 MarkenG besteht keine Veranlassung.

3. Der Senat hat entgegen der Anregung der Widersprechenden die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen, weil weder eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden war oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung die Entscheidung des Bundesgerichtshofs erfordert hätte (§ 83 Abs 2 MarkenG). Der Senat hat vorliegend, wie ausgeführt, die allgemeinen, höchst-richterlich festgestellten Grundsätze zur Beurteilung der Markenähnlichkeit angewendet; im übrigen liegt die Problematik des vorliegenden Falls auch hinsichtlich der Beurteilung der Abweichungen der vorliegenden Kurzwörter auf tatsächlicher Ebene.

Meinhardt

Dr. Vogel von Falckenstein

Richter Guth ist an der
Unterschrift wegen Ur-
laubs verhindert.

Meinhardt

Ju