

# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 287/99

An Verkündungs Statt  
zugestellt am

---

(AktENZEICHEN)

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 2 913 218**

BPatG 154

6.70

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 7. August 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann sowie der Richterinnen Winter und Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. Juli 1998 und 8. September 1999 teilweise aufgehoben.

Wegen der Gefahr von Verwechslungen mit der Marke 892 389 wird die teilweise Löschung der angegriffenen Marke angeordnet, nämlich für die Waren:

"Büro-Computer, Tastaturen, Rechner; Drucker, Plotter, Kassetten-Laufwerke, Monitore, Bildschirmgeräte; tragbare Datenverarbeitungsgeräte, insbesondere Notebooks, Laptops, Palmtops; Mäuse, Trackballs, Joysticks, Mikrophone, Lautsprecher, Fußschalter; Datenverarbeitungsgeräte, insbesondere Geräte zur Erstellung, Vervielfältigung und Speicherung von Texten; Eingabe-, Ausgabe- und Lesegeräte für Datenverarbeitungsanlagen, insbesondere Scanner, Peripherie für eingeprägte Compact Discs (CD-ROM), Streamer; Taschen und Koffer für tragbare Datenverarbeitungsgeräte, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Daten, Ton und Bild, sowie aus einer Kombination solcher Anlagen bestehende Geräte; magnetische, optische und biologische Datenaufzeichnungsträger, Telekommunikationsgeräte und -apparate und Bauelemente hiervon (soweit in Klasse 9 enthalten) Digitizer, Modems;

Zubehör für elektronische Datenverarbeitung (EDV), nämlich Schnittstellengeräte, Verbindungsgeräte, Netzadapter, Schnittstellenschaltkarten und Verdrahtungsausrüstung für die Verwendung mit Datenverarbeitungsanlagen und Telekommunikationsgeräten, bestehend aus allen Teilen, die am Ende ein Netzwerk ausmachen, nämlich Kabel (alle Typen und Zubehör) sowohl in Kupfer als auch als Lichtwellenleiter (LWL), Anschlußkabel aller Art (Ethernet-Anschlußkabel, Personal Computer (PC)-Anschlußkabel für Token-Ring, Lichtwellenleiter (LWL)-Anschlußkabel usw.), Anschlüsse wie z. B. Stecker, Buchsen, Adapter, Baluns, Spleißboxen, Buffer/Umschalter, aktive/passive Komponenten, nämlich Hubs, Transceiver, Repeater, Bridges, Router; Schutzrichtungen für die Bildschirmarbeit, nämlich Bildschirmfilter zum Schutz gegen Strahlungen (extra low frequency (ELF / very low frequency (VLF)), als Blendschutz, zum Schutz vor unerwünschtem Einblick, zur Verbesserung des Kontrastes sowie Blendschutzklappen, Kontrastfilter für Bildschirme; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger, insbesondere Magnet- und Halbleiteraufzeichnungsträger, Disketten, Festplatten, Kassetten und Bänder, optoelektrische Aufzeichnungsträger, beispielbare Compact Discs und Mini-Discs; aus den oben genannten Geräten und Teilen herstellbare Netzwerke bestehend aus elektrischen Leitungen, elektrischen Kontakten, Lichtwellenleitern, optoelektronischen Wandlern sowie Steuerungsprogrammen; technische und/oder finanzielle Beratung zur preiswerten Anschaffung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen; Installation der oben genannten Produkte, Erweiterung und Anpassung vorhandener Produkte der oben genannten Art auf/an den neuesten technischen Stand bzw. ein geändertes

Anforderungsprofil durch Vornahme baulicher Veränderungen, Weiterentwicklung und Wartung der oben aufgeführten Produkte entsprechend den neuesten technischen Erkenntnissen; Konvertierung bestehender Archive auf neue Strukturen, Einrichtung von Archivsystemen, Projektierung, technische und wirtschaftliche Beratung; Installation und Wartung von Archivsystemen und Netzwerken sowie die Überwachung solcher Installationen und Wartungen, soweit sie von Dritten vorgenommen werden/wurden."

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

In das Markenregister seit 19. Juni 1996 eingetragen ist unter der Rollenummer 2 913 218 die Bildmarke (in schwarz/weiß)

siehe Abb. 1 am Ende

als Kennzeichnung für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 1, 3, 21, 35, 36, 37 und 42:

"Büromaschinen, nämlich Schreibmaschinen, Rechenmaschinen, Mikrofilmlesegeräte, Kopiermaschinen, Büro-Computer, Tastaturen, Rechner, Drucker, Plotter, Kassetten-Laufwerke, Monitore, Bildschirmgeräte; tragbare Datenverarbeitungsgeräte, insbesondere Notebooks, Laptops, Palmtops; Mäuse, Trackballs, Joysticks, Mikrophone, Lautsprecher, Fußschalter; Datenverarbeitungsgeräte, insbesondere Geräte zur Erstellung, Vervielfältigung und Speicherung von Texten; Eingabe-, Ausgabe- und Lesegeräte für Datenverarbeitungsanlagen, insbesondere Scanner, Peripherie für eingeprägte Compact Discs (CD-ROM), Streamer; Taschen und Koffer für tragbare Datenverarbeitungsgeräte, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Daten, Ton und Bild, sowie aus einer Kombination solcher Anlagen bestehende Geräte; magnetische, optische und biologische Datenaufzeichnungsträger, Telekommunikationsgeräte und -apparate und Bauelemente hiervon (soweit in Klasse 9 enthalten), Digitizer, Modems; Büroartikel, soweit in Klasse 16 enthalten, insbesondere Mittel zur nichtelektrischen Erfassung, Archivierung und Aufbewahrung von Daten wie Karteikästen, Formblätter, Ordner, Hängeregistaturen und Mappen, Wandpläne, Pinnwände; Zubehör für elektronische Datenverarbeitung (EDV), nämlich Schnittstellengeräte, Verbindungsgeräte, Netzadapter, Schnittstellenschaltkarten und Verdrahtungsausrüstung für die Verwendung mit Datenverarbeitungsanlagen und Telekommunikationsgeräten, bestehend aus allen Teilen, die am Ende ein Netzwerk ausmachen, nämlich Kabel (alle Typen und Zubehör) sowohl in Kupfer als auch als Lichtwellenleiter (LWL), Anschlußkabel aller Art (Ethernet-Anschlußkabel, Personal Computer (PC)-Anschlußkabel für Token-Ring, Lichtwellen-

leiter (LWL)-Anschlußkabel usw.), Anschlüsse wie z. B. Stecker, Buchsen, Adapter, Baluns, Spleißboxen, Buffer/Umschalter, Schränke und Gehäuse mit entsprechenden Einbauten, aktive/passive Komponenten, nämlich Hubs, Transceiver, Repeater, Bridges, Router; Schutzeinrichtungen für die Bildschirmarbeit, nämlich Bildschirmfilter zum Schutz gegen Strahlungen (extra low frequency (ELF) / very low frequency (VLF), als Blendschutz, zum Schutz vor unerwünschtem Einblick, zur Verbesserung des Kontrastes sowie Blendschutzklappen, Kontrastfilter für Bildschirme; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger, insbesondere Magnet- und Halbleiternaufzeichnungsträger, Disketten, Festplatten, Kassetten und Bänder, optoelektrische Aufzeichnungsträger, beispielbare Compact Discs und Mini-Discs; Pflege- und Reinigungsmittel für die vorgenannten Apparate, Instrumente und Geräte, nämlich Reinigungshebel, Reinigungsrollen, Reinigungsdisketten, Reinigungskassetten, Reinigungsadapter, getränkte und nicht getränkte Reinigungstücher, Reinigungssprays, Antistatikmittel, Spezialbehälter und -abdeckungen, die den in dieser Klasse eingeordneten Geräten und Komponenten angepaßt sind; Gerätetaschen, Abdeckhauben, Aufbewahrungs- und Versandbehälter für vorstehend genannte Datenträger, insbesondere Diskettenboxen, Versandtaschen, Schutz- und Ablagehüllen, Unterlagen, insbesondere für Mäuse, Bildschirme und Drucker, Spezialpapier und -folien für Drucker und Kopiergeräte; Druckereierzeugnisse, insbesondere Programmdokumentationen, Programmhandbücher, Zeitschriften, Broschüren, Bücher; aus den oben genannten Geräten und Teilen herstellbare Netzwerke bestehend aus elektrischen Leitungen, elektrischen Kontakten, Lichtwellenleitern,

optoelektronischen Wandlern sowie Steuerungsprogrammen; technische und/oder finanzielle Beratung zur preiswerten Anschaffung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen; Installation der oben genannten Produkte, Erweiterung und Anpassung vorhandener Produkte der oben genannten Art auf/an den neuesten technischen Stand bzw. ein geändertes Anforderungsprofil durch Vornahme baulicher Veränderungen, Weiterentwicklung und Wartung der oben aufgeführten Produkte entsprechend den neuesten technischen Erkenntnissen; Konvertierung bestehender Archive auf neue Strukturen, Einrichtung von Archivsystemen, Projektierung, technische und wirtschaftliche Beratung; Installation und Wartung von Archivsystemen und Netzwerken sowie die Überwachung solcher Installationen und Wartungen, soweit sie von Dritten vorgenommen werden/wurden.

Die Anmeldung dieser Marke ist am 19. Oktober 1993, ihre Bekanntmachung am 19. Oktober 1996, erfolgt.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der rangälteren, für die Waren

### **"Rundfunk- und Fernsehgeräte"**

im Wege der Verkehrsdurchsetzung 1972 eingetragenen Bildmarke 892 389

siehe Abb. 2 am Ende

Die Marke ist in hellblauer Farbe (RAL-Farbe HKS 47) eingetragen.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat in zwei Beschlüssen eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Zwischen den beiderseitigen Waren bestünde zwar teilweise Identität oder hochgradige Ähnlichkeit, die Widerspruchsmarke beschränke sich aber auf die einfache geometrische Form des Kreises, wovon sich die jüngere Marke durch die zusätzlichen feinen Punkte und Linien, die den Kreis in der Art eines Ringes umgeben, deutlich unterscheidet.

Die Widersprechende hat Beschwerde erhoben und auf die große Nähe der Marken hingewiesen, denn die angegriffene Marke werde in eben derselben blauen Farbe wie das Widerspruchszeichen benutzt. Gerade auf dunklem Hintergrund und bei relativ geringer Größe sei der die ausgefüllte Kreisfläche umgebende Farbnebel nur noch schwer erkennbar. Dann werde die jüngere Marke durch den blauen Kreis geprägt, was zu Verwechslungen mit der Widerspruchsmarke führen könne. Die sich gegenüberstehenden Waren seien im Bereich der Waren Klasse 9 überwiegend identisch oder doch erheblich ähnlich, denn Waren der Unterhaltungselektronik und des Computerbereichs würden aufgrund der technischen Fortentwicklung zusammenwachsen. Auch verfüge die Widerspruchsmarke über einen erhöhten Schutzzumfang. Nach einer GfK-Umfrage vom Februar 2000 weise der blaue Punkt für 37,5 % der Befragten bei der Kennzeichnung von mobilen Kommunikationsgeräten im Fahrzeug auf einen ganz bestimmten Hersteller hin.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben und die jüngere Marke zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,



die Beschwerde kostenpflichtig zurückzuweisen.

Er bestreitet eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und meint, in Alleinstellung könne der blaue Punkt lediglich eine unterdurchschnittliche Hinweisfunktion auf die Widersprechende erfüllen. Zwar verwende er seine Marke auch in hellblauer Farbe, Markenschutz werde aber nur benötigt für Geräte, die als Bürogeräte zusammen mit anderen Bürogeräten verwendet, oder in andere Bürogeräte eingebaut seien. Diese Produkte richteten sich an professionelle Anbieter von Büroelektronik; zu Überschneidungen der jeweiligen Waren in denselben Verkaufsstätten könne es daher nicht kommen. Wenn die Autoradios der Widersprechenden Navigationscomputer und andere Teile der Computertechnik enthalten, so bedeute dies nicht, daß der Verkehr aufgrund dieser Komponenten Vergleiche zu Computern allgemein herstelle. Die beiden Bildmarken würden nicht verwechselt werden, denn die jüngere Marke mit der die zentrale Kreisfläche umgebenden Ringfläche gepunkteter Linien werde als einheitliches Ganzes betrachtet, so daß diese Marke nicht allein durch den Kreis geprägt werde.

Der Markeninhaber beantragt hilfsweise die Einschränkung seines Warenzeichnisses dergestalt, daß den Geräten der Waren Klasse 9 der Zusatz "in andere Bürogeräte eingebaute oder angebaute" sowie "für Büro Zwecke verwendete" vorangestellt wird.

Ergänzend wird auf den Akteninhalt und die gegenseitigen Schriftsätze verwiesen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache teilweisen Erfolg. Soweit mit der jüngeren Marke die im Beschlußtenor genannten Waren und Dienstleistungen

gekennzeichnet werden, besteht Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz, so daß insoweit die Löschung der jüngeren Marke anzuordnen ist.

Bildzeichen können dann miteinander verwechselt werden, wenn sie entweder in ihrer Optik oder in der begrifflichen Aussage hinreichend Gemeinsamkeiten aufweisen. Auszugehen ist jeweils von der registrierten Form, wobei eine Markeneintragung in schwarz/weiß regelmäßig alle sonstigen Farben abdeckt. Auch ist die Marke nicht an die registrierte Größe gebunden, sie kann deshalb im Rahmen aller verkehrsüblicher Wiedergabeformen verwendet werden, sofern die Art der Verwendung ihren kennzeichnenden Charakter unberührt läßt. Für den vorliegenden Fall bedeutet dies, daß sich beide Marken in derselben hellblauen Farbe und demselben Kreisdurchmesser begegnen können. Hierauf ist bei der Gegenüberstellung des jeweiligen Gesamteindrucks abzustellen, zumal der Inhaber der angegriffenen Marke ausdrücklich betont, seine Marke in dieser Farbe auch tatsächlich verwenden zu wollen.

Die Verwechslungsgefahr wird weiter durch den Schutzzumfang der älteren Marke bestimmt, so daß eine große Bekanntheit der Widerspruchsmarke eine geringere Marken- oder Warenähnlichkeit ausgleichen kann (ständige Rspr., zB BGH, MarkenR 2000, 321 – PAPPAGALLO). Die Eintragung der Widerspruchsmarke ist aufgrund Verkehrsdurchsetzung erfolgt, was für die Bestimmung des Schutzzumfangs der Marke zunächst nur bedeutet, daß die absoluten Schutzhindernisse überwunden worden sind und zum Eintragungszeitpunkt in der Regel normale Kennzeichnungskraft vorgelegen hat. Wegen des geringen kennzeichnenden Charakters eines Punktes oder Kreises an sich, ist der Schutzzumfang hier aber auch von der hellblauen Farbe aus zu bestimmen (vgl Ingerl/Rohnke, Markengesetz, § 14 Rdz 369 mRsprNachw), so daß die Verwendung der Widerspruchsmarke zB in rot nicht mehr vom registrierten Schutz umfaßt wäre. Eine Gegenüberstellung beider Marken in jedweder Farbgebung scheidet also aus.

Eine erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke kann nicht berücksichtigt werden, denn eine solche ist für den maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung der jüngeren Marke nicht substantiiert dargetan (die GFK-Umfrage ist im Februar 2000 durchgeführt worden und bezog sich auch nur auf einen Teil der eingetragenen Waren). Allerdings belegen die Umfrageergebnisse, daß die Widerspruchsmarke auch bei Unterstellung einer eher geringen Kennzeichnungskraft von Hause aus, nunmehr aufgrund langjähriger intensiver Benutzung jedenfalls für den Bereich der mobilen Kommunikationsgeräte im Auto einen Schutzzumfang erreicht hat, der im oberen Bereich eines durchschnittlichen Schutzzumfangs liegt.

Für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr von Bildmarken ist wie bei anderen Markenformen der jeweilige Gesamteindruck maßgeblich (vgl. EuGH, GRUR 1998, 387 - Sabèl/Puma; BGH, MarkenR 1999, 295 - Schlüssel mwNachW). Betrachtet man die beiden Marken auf der von der Widersprechenden in der mündlichen Verhandlung überreichten farbigen Bildtafel – die beide Marken jeweils in hellblau und in unterschiedlichen Größen zeigt - so steht der blaue Kreis schon in der farblichen Intensität bildlich im Vordergrund. Die den blauen Kreis in der jüngeren Marke umgebenden feinen Linien und Punkte treten zurück, je kleiner die Abbildung wird bzw. je mehr sich der Betrachter entfernt. Dies ist bereits bei einem weißen Hintergrund der Fall und wird sich bei dunklen Farben - die bei elektronischen Geräten durchaus häufig sind - verstärken. Der blaue Kreis, der bei Abnahme des Durchmessers zum blauen Punkt wird, beherrscht die Marke, die Umrandung ist mehr Beiwerk, so daß es der blaue Punkt oder Kreis ist, der bei der jüngeren Marke hauptsächlich in Erinnerung bleiben wird. Die kennzeichnende Wirkung bekommt diese Marke daher durch den blauen Kreis, womit sie durch diesen Markenteil geprägt wird.

Diese deutliche Ähnlichkeit in bildlicher Hinsicht wird verstärkt durch deren begriffliche Nähe. Beide Marken können im maßgeblichen Umfang mit "blauer Kreis" oder "blauer Punkt" bezeichnet werden, denn es fällt nicht leicht, eine Bezeich-

nung für die Umrandung in der jüngeren Marke zu finden (bei der Neigung des Verkehrs komplizierte Benennungen zu vernachlässigen, wird er sich insoweit auch keine besondere Mühe geben). Hinzu kommt eine Übereinstimmung im Sinngehalt in der Weise, daß ein maßgeblicher Teil der Verbraucher diese Umrandung von Punkten und Linien als Ausdehnung, Erweiterung und Fortentwicklung des älteren blauen Punktes oder Kreises deuten könnte. Damit könnte er meinen, die Widersprechenden haben ihren Produktbereich erweitert und ausgedehnt und dokumentiere dies nunmehr auch mit ihrer neuen Marke.

Diese deutliche Markennähe ist bei der Wertung der gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen zu gewichten.

Bei der Prüfung der Warenähnlichkeit sind alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis von Waren und Dienstleistungen ausmachen, also zB die Art der Waren, ihr Verwendungszweck, ihre Nutzung und Eigenart als miteinander konkurrierende und einander ergänzende Waren (EuGH MarkenR 1999, 22 - Canon). Da die Hauptfunktion der Marke darin besteht, dem Verbraucher und Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu garantieren, ist die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen auch aus der Sicht des Verkehrs zu beurteilen. Erwartet er, daß ein und derselbe Unternehmer für die Qualität von unterschiedlichen Waren und Dienstleistungen verantwortlich ist, so kann eine Warenähnlichkeit im Sinne des § 9 Absatz 1 Satz 2 Markengesetz bejaht werden (vgl BGH MarkenR 1999, 242 - Canon II). Davon ist bei den im Beschlußtenor genannten Waren und Dienstleistungen auszugehen.

Im Bereich der Unterhaltungselektronik hat ein gewaltiger technischer Fortschritt dazu geführt, daß klare Grenzen zwischen Information, Kommunikation, Bearbeitung, Unterhaltung, Dokumentation usw kaum mehr zu ziehen sind. Technische Geräte werden nicht mehr nur für den ursprünglich vorgesehenen oft singulären Einsatzbereich verwendet, sondern sie haben eine Vielzahl von neuen Funktionen hinzugewonnen. So bieten neuartige Autoradios heute weit mehr als nur passives

Hören; sie sind zur mobilen Kommunikationszentrale geworden, die neben einem Navigationssystem ein Mobiltelefon und Telematiksystem (Kunstwort aus Telekommunikation und Informatik) eingebaut haben. Es gibt "Multimedia-Auto-Navigationssysteme", die daneben noch Monitore für den TV-Empfang bereithalten. Das Fernsehgerät zu Hause mutiert zur Home Entertainment Zentrale mit Schnittstellen zu Computer und Laptop. Radio, Fernseher, Computer, Handy, Palmtop, Camcorder usw entwickeln sich immer mehr zu Multimediamaschinen. So finden sich allein in einer einzigen Ausgabe des Multimediomagazins der Süddeutschen Zeitung, Computer & Co (Ausgabe 9/2000) Beiträge wie "Das Handy als Servicecenter", "Photo-handy", "Photo-Phone", "Mit dem Handy kann man ... auch Bilder und Videofilme ansehen", "MP3 goes Camcorder", "Kameras mit eingebautem CD-Brenner", "Photoapparat und Videokamera in einem", "Digitale Kameras können nicht nur Photos schießen, sondern auch MP3-Musik abspielen und Kurzfilme aufnehmen" usw. Daß der Verbraucher bei einem derartigen Zusammenwachsen dieser Bereiche glauben kann, die betreffenden Waren stammten aus demselben oder aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen, liegt bei den oben genannten Waren nahe. Dementsprechend besteht Warenähnlichkeit zwischen Datenverarbeitungsgeräten und Fernsehgeräten (so auch PAVIS PROMA, Kliems 24 W (pat) 37/98). Ebenfalls trifft dies zu für die Peripheriegeräte der Datenverarbeitungsgeräte (zB Drucker, Plotter, Monitore, Bildschirmgeräte), denn erst sie erlauben ein funktionsgerechtes Arbeiten und Informieren. Nichts anderes gilt für die Zubehörteile für die Datenverarbeitungsgeräte, denn diese müssen häufig eine vom Hersteller der Geräte vorgegebene Norm einhalten, die Waren ergänzen sich also. Insoweit ist ebenfalls Warenähnlichkeit zu bejahen.

Handelt es sich jedoch um Waren, die aufgrund ihrer speziellen Funktion vorwiegend im Bürobereich verwendet werden (zB Büromaschinen, nämlich Schreibmaschinen, Rechenmaschinen, Mikrofilmlesegeräte, Kopiermaschinen, Büroartikel, soweit in Klasse 16 enthalten), so ist es eher fernliegend, daß der Verbraucher an eine Verantwortlichkeit derselben Hersteller denkt. Ergibt sich die

Verwendung der Waren für den Bürobereich aber lediglich aufgrund der Zweckbestimmung des Anmelders (zB Büro-Computer) und ist dies mit der technischen Funktionsweise der Geräte nicht zu begründen (womit diese Geräte weiterhin bei der Kommunikation und Unterhaltung Verwendung finden können), so gilt dies nicht. Die von dem Markeninhaber hilfsweise angebotenen Einschränkungen des Waren/Dienstleistungsverzeichnisses haben keinen gegenständlichen Bezug und sind somit ohne Einfluß auf die Ähnlichkeit.

Weiter fallen aus dem verwechselbaren Bereich Waren, die überwiegend einem von den Widerspruchswaren abweichenden Verwendungszweck dienen, so zB Schränke und Gehäuse für technische Einbauten, Reinigungsmittel etc, Spezialbehälter udgl mehr.

Was die Dienstleistungen betrifft, so sind diese generell weder mit den zu ihrer Erbringung verwendeten Waren und Hilfsmitteln, noch mit den durch sie erzielten Ergebnissen, soweit sie Waren hervorbringen, ohne weiteres als ähnlich zu erachten (ständige Rechtsprechung, zuletzt BGH aaO - PAPPAGALLO). Besondere Umstände können jedoch die Feststellung der Ähnlichkeit nahelegen. Dies ist hier gegeben. Im Bereich der modernen Elektronik ist wegen der unentwegt fortschreitenden Neuerungen die technische Beratung bei Installation, Erweiterung, Anpassung, Veränderung und Wartung der Geräte von überragender Bedeutung. Demzufolge wird die Kundenbeziehung häufig über die produktbegleitende Dienstleistung aufgebaut und vertieft. So ist die Firma IBM mit ihrer Abteilung „Global Services“ längst zum weltgrößten IT-Dienstleistungsunternehmen geworden. Der Softwareanbieter SAP verkündet auf der CEBIT ein "neues Unternehmen für hochwertige Dienstleistungen" (s Markenartikel, Die Zeitschrift für Markenführung Ausgabe 2/2000 S 4 f). Aufgrund dieser besonderen Umstände kann eine Ähnlichkeit der hier vorliegenden Waren und Dienstleistungen nicht verneint werden (siehe zur Ähnlichkeit von Dienstleistungen bei Sachgesamtheiten der EDV/ Multimedia mit Computer, PAVIS ROMA, Kliems 24 W (pat) 59/96)

Angesichts der deutlichen Ähnlichkeit der Marken sowohl in optischer als auch begrifflicher Hinsicht ist eine Verwechslungsgefahr im rechtserheblichen Ausmaß bei diesen Waren und Dienstleistungen zu bejahen.

Im übrigen ist die Beschwerde zurückzuweisen.

Für die Kosten gilt § 71 Absatz 1 Satz 2 Markengesetz. Gründe der Widersprechenden, die Kosten aufzuerlegen, liegen nicht vor.

Dr. Buchetmann

Winter

Schwarz-Angele

Wf

Abb. 1



Abb. 2

