

# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 104/00

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 396 50 724**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Juli 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Schade sowie der Richter Albert und Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

**G r ü n d e**

**I**

Gegen die Eintragung der farbigen (schwarz/rot) Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

für

mit Programmen versehene Datenträger aller Art, gespeicherte Computersoftware, insbesondere auf dem Gebiet der Medizin und Psychologie, soweit in Klasse 9 enthalten; Druckereierzeugnisse, insbesondere auf dem Gebiet der Medizin und Psychologie, soweit in Klasse 16 enthalten; Erforschung von Krankheiten, deren Behandlungen und Beratungsaufgaben, insbesondere der Alkoholerziehung, soweit in Klasse 24 enthalten

ist Widerspruch eingelegt aus der prioritätsälteren ebenfalls farbigen (grün/orange) Wort-/Bildmarke

siehe Abb. 2 am Ende

eingetragen unter der Nummer 396 31 389 für

Dienstleistungen eines Krankenhauses, einer Poliklinik, eines medizinischen Labors, einer Apotheke und eines Altenheimes und Pflegeheimes; Dienstleistungen in Form von krankengymnastischen, physio- und psychotherapeutischen Anwendungen, von häuslicher Krankenpflege und ambulanter sozialer Betreuung; medizinische, soziale und sozialwissenschaftliche Forschung; Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Rettung von Personen,

Transport von Kranken; Aus- und Weiterbildung für Beschäftigte in medizinischen und sozialen Einrichtungen, Veröffentlichung und Herausgabe von Zeitungen und Zeitschriften.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch Beschluß einer Beamtin des höheren Dienstes wegen des Widerspruches die Löschung der jüngeren Marke angeordnet. An der teilweisen hochgradigen Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen, die alle auf dem medizinischen Sektor erbracht werden, könne keine Zweifel bestehen. Den danach erforderlichen deutlichen Abstand zur Widerspruchsmarke halte die angegriffene Marke nicht ein. Eine Verwechslungsgefahr dem Gesamteindruck nach könne auch gegeben sein, wenn nur ein Bestandteil der Marken identisch oder verwechselbar ähnlich sei, soweit dieser Bestandteil in der Gesamtbezeichnung einen eigenständigen, den Gesamteindruck allein oder überwiegend bestimmende und prägende Rolle aufweise; auch ein Bildbestandteil könne den Gesamteindruck (mit-)prägen, sofern er vom Verkehr als ein neben dem Wortteil eigenständig auf die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen hinweisendes Merkmal angesehen werde. Dies sei bei dem Bildbestandteil der Widerspruchsmarke der Fall, da die Wortbestandteile "Vertrauen, Geborgenheit, Leben" schon größtmäßig zurückträten und für die beanspruchten Dienstleistungen lediglich beschreibende Bedeutung hätten, jedoch keinerlei herkunftshinweisende Wirkung entfalten könnten. Kennzeichnungsfunktion komme daher allein dem Bildbestandteil zu, dem die angegriffene Marke entspreche, da die Sichel bei dieser in gleicher Weise um den Punkt angeordnet seien wie bei der Widerspruchsmarke.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin, die bislang nicht begründet wurde.

Beide Beteiligte haben bislang keine Anträge gestellt.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige (§ 66 Abs 1 MarkenG) Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Zu Recht und mit zutreffender Begründung hat die Markenstelle die Löschung der angegriffenen Marke wegen des Widerspruchs angeordnet, da wegen der hochgradigen Ähnlichkeit beider Marken und der durch sie erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht (§ 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Die Waren und Dienstleistungen, für welche die angegriffene Marke beansprucht wird, sind mit den gegnerischen Dienstleistungen teils identisch, teils hochgradig ähnlich, da sie gleichermaßen auf dem medizinischen Sektor erbracht werden. Daß die Widerspruchsmarke dabei ausschließlich für Dienstleistungen beansprucht wird, während die angegriffene Marke auch Waren insbesondere der Klasse 9 enthält, steht dem nicht entgegen. Da die mit der angegriffenen Marke gekennzeichneten Waren der Klasse 9 ganz überwiegend sich mit medizinischen und psychologischen Aufgabenstellungen befassen, kann bei den beteiligten Verkehrskreisen ohne weiteres der Eindruck aufkommen, diese Waren und die mit der Widerspruchsmarke gekennzeichneten Dienstleistungen unterlägen der Kontrolle desselben Unternehmens; dies reicht für die Annahme einer Ähnlichkeit von Dienstleistungen und Waren aus (vgl Althammer/ Ströbele, MarkenG 6. Aufl, § 9 Rdnr 67).

Den danach erforderlichen Abstand zur Widerspruchsmarke hält die angegriffene Marke nicht ein. Wie bereits das Patentamt zutreffend ausgeführt hat, wird die Widerspruchsmarke ganz überwiegend vom Bildbestandteil geprägt, da die ebenfalls in ihm enthaltenen drei Worte "Vertrauen, Geborgenheit, Leben" nicht nur größtmäßig zurücktreten, sondern vom Publikum, wenn nicht in produktbeschreibendem Sinn, so doch ganz überwiegend als bloßer Werbespruch aufgefaßt werden. Die sich danach gegenüberstehenden Bildbestandteile beider Zeichen weisen nicht so markante Unterschiede auf, daß die Gefahr von Verwechslungen

verneint werden könnte. Zwar sind sowohl der mittlere Kreis als auch die beiden Sichel der angegriffenen Marke ungleichförmiger gezeichnet als in der Widerspruchsmarke, deren Bestandteile eher aus glatten geometrischen Figuren bestehen, die das konkrete Abbild einer Sonne mit zwei Mondsicheln stärker stilisieren, als dies in der angegriffenen Marke der Fall ist. Trotz unterschiedlicher Größen- und Farbverhältnisse reichen aber die relativ geringfügigen Abweichungen, die erst bei einem analysierenden Vergleich beider Zeichen erkennbar sind, für den erforderlichen Abstand, welche die angegriffene Marke zur Widerspruchsmarke einzuhalten hat, nicht aus. Dabei ist zu berücksichtigen, daß sich die Waren und Dienstleistungen beider Marken kaum in denselben Verkaufsstätten unmittelbar gegenüber stehen werden, so daß die von ihnen angesprochenen Verbraucher meist jeweils nur eine beider Marken konkret betrachten können. In einem solchen Fall kann aber nicht ausgeschlossen werden, daß sie das ihnen konkret gegenüber tretende Zeichen mit dem lediglich in der Erinnerung vorhandenen anderen Zeichen verwechseln.

Nachdem die Markeninhaberin ihre Beschwerde im übrigen nicht begründet hat, ist auch nicht ersichtlich, inwieweit sie den angefochtenen Beschluß für angreifbar hält.

Da somit eine Verwechslung der Vergleichsmarken nicht ausgeschlossen werden kann, hat die Markenstelle zu Recht die Löschung der (nur wenige Tage) jüngeren Marke wegen des Widerspruchs angeordnet. Die hiergegen gerichtete Beschwerde der Markeninhaberin war daher zurückzuweisen.

Dr. Schade

Albert

Schwarz

Ju

Abb.1



Abb.2

