

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 225/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 37 443

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. Oktober 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Gegen die Eintragung der Wortmarke 397 37 443

MTZ

für die Dienstleistung

Werbung

ist Widerspruch eingelegt worden aus der Marke 395 20 444

MTW GmbH

u.a. eingetragen für

Werbung.

Mit Beschluss vom 30. April 2002 hat die Markenstelle für Klasse 35 durch ein Mitglied des Patentamts den Widerspruch zurückgewiesen. Nach Auffassung der

Markenstelle besteht hinsichtlich der Dienstleistung "Werbung" zwar eine Dienstleistungsidentität, den danach erforderlichen erheblichen Abstand halte die jüngere Marke jedoch ein. In klanglicher Hinsicht bestehe keine Verwechslungsgefahr. Der Bestandteil "GmbH" sei in der Widerspruchsmarke als beschreibender Hinweis auf die Gesellschaftsform ohne Belang, so dass sich "MTZ" und "MTW" gegenüber stünden. Zwar bestünden beide Marke aus drei Buchstaben, von denen die ersten beiden identisch seien. Mit den abweichenden Buchstaben "Z" und "W" wiesen sie jedoch ein völlig unterschiedliches Klangbild auf. Angesichts des deutlich abweichenden Schriftbilds komme auch eine schriftbildliche Verwechslungsgefahr nicht in Betracht.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Nach ihrer Auffassung besteht zwischen den Marken eine Gefahr von Verwechslungen. Die Dienstleistungen seien identisch. Der Gesamteindruck der durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke werde vom Bestandteil "MTW" geprägt. Da die sich demnach gegenüberstehenden Buchstabenfolgen "MTZ" und "MTW" in den jeweils ersten beiden Buchstaben identisch seien, stimmten die Vergleichsmarken bei normaler Sprechweise in zwei Silben überein. Der Unterschied in der abweichenden Silbe, der zudem die Markenendungen betreffe, reiche nicht aus, um auch unter Berücksichtigung der Kürze der Zeichen für ausreichend kontrastierende Klangbilder zu sorgen. Dabei sei auch zu berücksichtigen, dass die Dienstleistungen oftmals nur sporadisch geordert würden und die Marken nicht nebeneinander verglichen werden könnten. Auch schriftbildlich kämen sich die Marken sehr nahe, da der Unterschied bei lediglich einem Buchstaben leicht übersehen werden könnte, zumal es sich bei "Z" und "W" um Schriftzeichen mit einem Erscheinungsbild handele, welches angesichts der überwiegenden Gemeinsamkeiten für ein sicheres Auseinanderhalten nicht ausreiche.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Der Markeninhaber hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist nicht begründet.

Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist die Frage einer markenrechtlichen Verwechslungsgefahr i.S. von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG unter Heranziehung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen den Beurteilungsfaktoren der Waren- oder Dienstleistungsidentität oder -ähnlichkeit, der Markenidentität oder -ähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren/Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder der Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2001, 544, 545 = WRP 2002, 537 – BANK 24, m.w.N.; GRUR 2002, 1067 - KV/OKV).

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist mangels entgegenstehender Anhaltspunkte als normal einzustufen.

Zudem besteht vollständige Dienstleistungsidentität.

Dennoch hält die angegriffene Marke den danach erforderlichen größeren Abstand zur Widerspruchsmarke in jeder Hinsicht ein. Zwar ist davon auszugehen, dass erhebliche Teile des Verkehrs die Widerspruchsmarke als Firma einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung ansehen und den Rechtsformzusatz "GmbH" aus Gründen der bequemlichen Verkürzung weglassen, so dass der Gesamteindruck der Widerspruchsmarke allein von ihrem Bestandteil "MTW" geprägt wird. Außerdem stimmen die Buchstabenkombinationen "MTZ" und "MTW" in ihren ersten beiden Buchstaben und damit immerhin in zwei Dritteln überein, wobei die Übereinstimmung zudem den stärker beachteten Zeichenanfang erfasst. Jedoch werden die Schlussbestandteile so deutlich verschieden ausgesprochen, dass sie in klanglicher Hinsicht dennoch eine zuverlässige Unterscheidbarkeit der Marken erlauben. So wird der Schlussbuchstabe "W" der Widerspruchsmarke mit "we", d.h. als Kombination des weichen Lippenblaslauts "w" mit dem (bei der wörtlichen Benennung von Konsonanten als Einzelbuchstaben üblichen) Vokal "e" gesprochen. Demgegenüber wird der Schlussbuchstabe "z" vom Verkehr wie "tset" ausgesprochen, d.h. als Kombination eines zweifach vorhandenen harten Zahnsprenglauts "t", dem stimmlosen Zahnlaut "s" und dem Vokal "e". Diese Lautfolge unterscheidet sich neben der größeren Zahl ihrer Einzellaute dadurch deutlich von der Kombination "we" auf Seiten der Widerspruchsmarke, dass sie wesentlich härter und markanter klingt.

Außerdem wirken sich solche Unterschiede, selbst wenn die Marken zum größeren Teil identisch sind, bei Buchstabenmarken in einem besonderen Maße verwechslungsmindernd aus. Zwar sind Buchstabenmarken im Vergleich zu Wortmarken nicht pauschal als kennzeichnungsschwächer einzustufen (vgl. BGH GRUR 2002, 1067- DKV/OKV), dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass der Verkehr jedem Bestandteil einer Buchstabenfolge, zudem wenn sie mit drei Buchstaben noch sehr übersichtlich ist, eine vergleichsweise hohe Aufmerksamkeit schenken wird. Denn angesichts der Fülle von kennzeichnenden ebenso wie beschreibenden Abkürzungen, mit denen der Verkehr in allen Lebensbereichen konfrontiert wird, verlangen Buchstabenkombinationen hinsichtlich jedes Einzel-

buchstaben eine erhöhte Aufmerksamkeit, um ein Sichvergreifen auszuschließen. Ähnlich wie als bei (Wort-)Kurzmarken, bei denen einzelne Abweichungen ebenfalls stärker auffallen als bei längeren Wortmarken, wirken sich bei übersichtlichen Buchstabenmarken daher schon geringere Unterschiede stark verwechslungsmindernd aus.

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze kann auch in schriftbildlicher Hinsicht keine Verwechslungsgefahr festgestellt werden. Der aus vier Diagonalen bestehende Buchstabe "W" vermittelt gegenüber dem Buchstaben "Z", der nur über eine Diagonale, dafür aber über zwei Waagerechten verfügt, einen deutlich abweichenden visuellen Eindruck, der sich entsprechend auf die Unterscheidbarkeit der Gesamtmarken auswirkt. Hinzu kommt, dass der Verkehr sich bei der visuellen Wahrnehmung der Marken an allen ihren Bestandteilen gleichermaßen orientieren wird (BGH aaO – DKV/OKV).

Zudem ist auch zu berücksichtigen, dass sich Werbedienstleistungen an gewerbsmäßig handelnde Kunden mit größerem Geschäftsvolumen wenden. Hierbei kann eine höhere Aufmerksamkeit bei der Auswahl des Werbepartners und seiner Dienstleistungen erwartet werden, was die Gefahr von Verwechslungen ebenfalls mindert.

Winkler

Dr. Hock

Kätker

Hu