



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 291/03

(Aktenzeichen)

Verkündet am
15. Dezember 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 45 302

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 15. Dezember 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Schwarz-Angele und des Richters von Schwichow

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die seit dem 26. April 1999 als Kennzeichnung für die Waren

07: Werkzeugmaschinen, Fräsmaschinen, Bohrmaschinen, Schleifmaschinen, Ölabscheider und Staubabscheider (Maschinen), Druckluftförderer, Drucklufttransportmaschinen und daraus zusammengestellte Anlagen, Klassierzyklonen (Maschinen); Filter (Maschinenteile), insbesondere Beutelfilter, Sackfilter, Schlauchfilter, Staubfilter und Fettfilter, Staubfänger (Maschinenteile); Teile aller vorgenannten Waren; 11: Klima-, Lüftungs- und Luftkonditionierungsapparate, Klimaanlage, klimatechnische Anlagen und deren Teile

eingetragene und am 27. Mai 1999 bekannt gemachte Wortmarke

HORKOS

hat die Inhaberin der rangälteren, seit dem 28. März 1984 eingetragenen Marke
1 061 540

HURCO

die für die Waren

Werkzeugmaschinen, insbesondere Stanz-, Präge- und Biegepressen, Fräsmaschinen sowie Schneidemaschinen, insbesondere Tafelscheren; Geräte zum Messen und/oder Abtasten und Justieren von Werkstücken, Rohlingen oder Werkstoff für die genannten Werkzeugmaschinen; elektrische Werkzeugmaschinen Funkenerosionsmaschinen; Werkzeugmaschinen für die elektrochemische Bearbeitung von Werkstücken, elektronische Steuergeräte für die genannten Werkzeugmaschinen

geschützt ist, Widerspruch erhoben

Die Markeninhaberin hat zunächst die Benutzung der Widerspruchsmarke bestritten, nach Vorlage von Glaubhaftmachungsunterlagen dann aber für CNC-Bearbeitungs-Zentren anerkannt. Ohne auf die Benutzungssituation einzugehen hat die Markenstelle für Klasse 7 des Deutschen Patent- und Markenamts sodann eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch zurückgewiesen, denn die Marken hielten selbst bei identischen Waren aufgrund der ausgeprägten unterschiedlichen Wortendungen einen ausreichenden Abstand zueinander ein.

Die Widersprechende hat Beschwerde eingelegt. Sie reklamiert eine Benutzung ganz allgemein für Werkzeugmaschinen und nimmt einen erhöhten Schutzzumfang für ihre Marke aufgrund ihrer jahrelangen umfangreichen Verwendung in An-

spruch. Vor dem Hintergrund identischer bzw. hochgradig ähnlicher Waren ständen sich die Marken klanglich wie schriftbildlich viel zu nah, um eine Verwechslungsgefahr ausschließen zu können.

Die Markeninhaberin äußert Zweifel an der Zulässigkeit der Beschwerde, da diese ausweislich des Eingangsstempels verspätet eingelegt sei. Im übrigen bestreitet sie weiterhin die Benutzung für alle Waren außer den anerkannten Bearbeitungszentren, bei denen es sich wie bei ihren Waren um ganz spezielle Produkte handele, die sich ausschließlich an den Fachverkehr richteten, für den die Marken deutlich unterscheidbar seien, wofür auch spräche, dass es in der Vergangenheit zwischen den beiden mit den streitigen Marken identischen Firmennamen nie zu Problemen gekommen sei.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss sowie auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig (§ 66 Abs 1 und Abs 2 MarkenG), auch wenn sich angesichts der Datumsperforation des Beschwerdeschriftsatzes zunächst der Eindruck einer Verspätung aufdrängt (Ablauf der Beschwerdefrist war am 10. Juli 2003, die Perforation zeigt den 4. August 2003). Auf Nachfrage durch den Senat hat die Markenstelle jedoch einräumen müssen, dass ihr bei der Datumsperforation ein Fehler unterlaufen ist und das richtige Eingangsdatum der 4. Juli 2003 war und mithin die Beschwerdefrist eingehalten ist. In der Sache hat die Beschwerde jedoch keinen Erfolg.

Zwischen den Marken besteht keine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG. Die Rechtsfrage, ob Verwechslungsgefahr vorliegt, erfordert eine Gewichtung der Faktoren Warenidentität oder –ähnlichkeit, Markenidentität

oder –ähnlichkeit und Kennzeichnungskraft der älteren Marke in dem Sinn, dass der höhere Grad einer der Faktoren durch den niederen Grad eines anderen Faktors ausgeglichen werden kann (st. Rspr zB BGH MarkenR 2003, 388 – AntiVir/AntiVirus).

Im vorliegenden Fall ist in Teilbereichen, und zwar selbst wenn man nicht von den im Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke aufgeführten Einzelwaren, sondern nur von den anerkannten CNC-Bearbeitungszentren ausgeht, eine Warenidentität bzw. hochgradige Warenähnlichkeit in der Klasse 7 nicht auszuschließen, so dass zunächst ein deutlicher Markenabstand notwendig ist. Der Widersprechenden steht jedoch – entgegen ihrer Ansicht - kein erhöhter Schutzzumfang wegen einer erhöhten Kennzeichnungskraft ihrer Marke zu, denn eine solche ist zum einen nicht substantiiert vorgetragen (die bloße Behauptung einer erhöhten Bekanntheit oder gar Marktführerschaft durch umfangreiche Benutzung genügt hierfür nicht) und zum anderen von der Markeninhaberin bestritten. Stark kollisionshemmend ist demgegenüber der Umstand, dass von den sich gegenüberstehenden Waren ausschließlich Fachverkehr angesprochen wird, dem der in diesem Warenbereich überschaubare Markt bestens bekannt ist und der sich im Umgang sowohl mit den Waren wie ihren Kennzeichnungen genau auskennt. Im übrigen werden Waren der vorliegenden Art, bei denen es sich letztlich um hochwertige Anlagegüter handelt, auch nicht etwa ad-hoc oder aufgrund mündlicher Absprache erworben, sondern erst nach reiflicher Überlegung und ggfls. sorgfältiger Prüfung von Vergleichsangeboten. Das schließt zwar zB nicht mündliche Empfehlungen etwa in Messegesprächen aus, doch ist die Zahl potentieller mündlicher Benennungen der Marken von der Natur der Sache her stark eingeschränkt und wirkt sich nur noch eingeschränkt bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr aus.

Vor diesem Hintergrund tangiert die jüngere Marke die Widerspruchsmarke nicht in ihren Rechten. Zwar handelt es sich bei beiden Marken um 2-silbige Phantasiwörter mit identischem Konsonantengerüst, die indes in den klangprägenden Vokalen nur wenig gemeinsam haben und darüber hinaus klanglich - wie von der

Markenstelle zutreffend ausgeführt - durch die unterschiedlichen Wortendungen auffallen. Daß die Marken dennoch eine gewisse Annäherung aufweisen, steht außer Frage und würde etwa bei identischen Waren aus dem Endverbraucherbereich (zB Lebensmittel) eine Verwechslungsgefahr nicht mehr ausschließen. Der vorliegend beteiligte Fachverkehr ist indes nach seinen Erfahrungen im Umgang mit Kennzeichnungen daran gewöhnt, selbst kleinere Unterschiede in Marken zu bemerken und weniger auf die Gemeinsamkeiten abzustellen, zumal wenn es sich wie vorliegend auch noch um die Firmennamen der Beteiligten handelt, die seit Jahren weltweit nebeneinander agieren, ohne bislang untereinander in Namens- oder Markenstreitigkeiten verwickelt worden zu sein, wie die Markeninhaberin unwidersprochen vorgetragen hat.

Die Beschwerde hat deshalb keinen Erfolg. Eine Kostenentscheidung unter Billigkeitsgesichtspunkten war nicht veranlasst (§ 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG).

Stoppel

Schwarz-Angele

Stoppel

Ri.v.Schwichow ist erkrankt
und kann daher nicht selbst
unterschreiben.

Bb