



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 158/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

betreffend die Marke 398 27 832

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 1. März 2005 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschlüssen vom 17. April 2002 und 4. Mai 2004, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, auf den Widerspruch der Widersprechenden aus ihrer prioritätsälteren, für „Datenverarbeitungsgeräte und Computer einschließlich deren Peripheriegeräte; Datenverarbeitungsprogramme; Entwicklung, Erstellung und Vermietung von Datenverarbeitungsprogrammen“ eingetragenen Wortbildmarke 396 31 036



die Löschung der für „Digital optisches Archivierungssystem, bestehend aus Personalcomputern und Peripheriegeräten, nämlich Dateneingabe-, Datenausgabe-, Übermittlungs- und Speichergeräte, Bildschirmgeräte, Scanner, Jukeboxen, Netzwerke, Workstations und Server, Drucker, Geräte zur Aufnahme, Aufzeichnung und Übertragung und/oder Wiedergabe von Bild und Ton; Anlagen, die aus einer Kombination vorgenannter Geräte bestehen; Software für die digitaloptische und elektronische Archivierung sowie Verwaltung von Dokumenten“ eingetragenen Wortmarke

SARA 2000

angeordnet. Zur Begründung ist ausgeführt, die jüngere Marke halte den erforderlichen Abstand zur älteren Marke angesichts der Warenidentität und einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht ein. Der klangliche Gesamteindruck der Widerspruchsmarke werde durch den Wortbestandteil „SARA“ geprägt, weil das Kennwort in der Regel die einfachste Form der Bezeichnung der Waren und Dienstleistungen sei, während der Verkehr den Bildbestandteil bei der mündlichen Wiedergabe erfahrungsgemäß unberücksichtigt lasse. Auch in der angegriffenen Marke „SARA 2000“ sei das Wort „SARA“ das prägende Element. Die folgende Zahl weise lediglich auf das Jahr der Herstellung der Waren und ihren entsprechenden technischen Stand hin oder werde als ein jeder herkunftshinweisenden Funktion entbehrender werbemäßiger Hinweis auf zukunftsorientierte Produkte gesehen. Damit stünden sich letztlich klangidentische Markenwörter gegenüber.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin. Sie nimmt auf ihre Begründung im Erinnerungsverfahren Bezug, in der sie im wesentlichen eine Ähnlichkeit der gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen und eine Prägung beider Marken durch den übereinstimmenden Bestandteil „SARA“ in Abrede gestellt hatte. Eine Beschwerdebegründung hat sie innerhalb der ihr gesetzten, auf ihre Bitte mehrfach verlängerten Frist nicht eingereicht.

Die Widersprechende hat zur Beschwerde keine Stellungnahme abgegeben.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, die Löschung der jüngeren Marke wegen der Gefahr von Verwechslungen der Ver-

gleichsmarken nach § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG angeordnet.

Unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd/Loints), wobei ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen größeren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 Tz. 23 f. - Sabèl/Puma; EuGH GRUR 1998, 922, 923 Tz. 16 f. - Canon; BGH GRUR 1999, 241, 243), hält die jüngere Marke den erforderlichen Abstand zur älteren Marke nicht ein.

Entgegen der Ansicht der Markeninhaberin beanspruchen die gegenüberstehenden Marken für identische Waren Schutz. Wie sich aus der Fassung des Warenverzeichnisses der jüngeren Marke ergibt, soll mit ihr ein aus üblichen EDV-Geräten zusammengestelltes digital optisches Archivierungssystem gekennzeichnet werden. Da die Widerspruchsmarke aber für sämtliche Datenverarbeitungsgeräte einschließlich deren Peripheriegeräten Schutz genießt, so dass unter diese Oberbegriffe auch die von der jüngeren Marke beanspruchte konkrete Ware fällt, besteht nach markenrechtlichen Grundsätzen Warenidentität. Gleiches gilt für die spezielle Software, die mit der jüngeren Marke gekennzeichnet werden soll, da sie vom allgemeinen Begriff „Datenverarbeitungsprogramme“ im Warenverzeichnis der älteren Marke mit umfasst ist.

Zutreffend ist die Markenstelle auch von einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ausgegangen, die in bezug auf Waren und Dienstleistungen des EDV-Bereichs eine reine Phantasiebezeichnung darstellt. Anhaltspunkte für eine Schwächung der Kennzeichnungskraft sind weder ersichtlich noch von der Markeninhaberin vorgetragen, insbesondere reicht die Tatsache, dass sie Inhaberin der älteren, ebenfalls für Archivierungsgeräte geschützten Marke 2 095 287

„SARA“ ist, nicht aus, um eine Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke annehmen zu können.

Der Senat teilt auch die Einschätzung der Markenstelle, dass sich klangidentische Zeichen gegenüberstehen, weil beide Kennzeichnungen jeweils allein von dem übereinstimmenden Bestandteil „SARA“ geprägt werden. Bei der aus diesem Wortelement und Bildbestandteilen zusammengesetzten Widerspruchsmarke ergibt sich dies schon aus dem Erfahrungssatz, dass der Verkehr bei der Benennung einer Wortbildmarke dem Wortbestandteil als einfachster und kürzester Bezeichnungsform eine prägende Bedeutung beimisst (st. Rspr., vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn. 434 m.w.N.; Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. Aufl., § 14 Rn. 592 m.w.N.). Aber auch die angegriffene Marke wird in ihrem Gesamteindruck von dem Wort „SARA“ geprägt, während der Verkehr der Zahl „2000“ keinerlei betriebskennzeichnende Wirkung beimisst, weil diese in fast allen Lebensbereichen, insbesondere aber auf dem hier einschlägigen Warenaktor lediglich als werbeüblicher Sachhinweis auf zukunftsorientierte moderne Waren und Dienstleistungen verwendet und vom Verkehr auch nur so verstanden wird (vgl. BPatG 33 W (pat) 153/99 – WORLD 2000; 30 W (pat) 282/99 – EURO-2000; 27 W (pat) 65/00 – READY 2000; 28 W (pat) 245/00 – COUNTDOWN 2000; 27 W (pat) 174/01 – Makler 2000; 27 W (pat) 113/02 – LuXus 2000; 32 (pat) 15/02 – Mainz Gutenberg 2000/Gutenberg; sämtlich veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM). Der Zusatz „2000“ trägt daher nicht zum kennzeichnenden Gesamteindruck der angegriffenen Marke bei (vg. Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn. 377 – 379).

Da die Markeninhaberin im übrigen ihre Beschwerde trotz mehrfach gewährter Fristverlängerungen bislang nicht begründet hat, ist nicht ersichtlich, aus welchen sonstigen Gründen sie die Beschlüsse der Markenstelle für anfechtbar erachtet. Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Es sind keine Gründe ersichtlich, von dem Grundsatz des § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen, dass jeder Beteiligte seine Kosten selbst trägt.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Na