



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 109/04

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

**betreffend die Marke 302 10 736**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 15. März 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 36 vom 17. Februar 2004 aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Marke 2 900 135 zurückgewiesen worden ist.
2. Die Löschung der Marke 30 210 736 wird wegen des Widerspruchs aus der Marke 2 900 135 angeordnet.

**Gründe**

**I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist gegen die Eintragung der für die Dienstleistungen

Finanzwesen, Geldgeschäfte

bestimmten Marke 30 210 736



aufgrund der für die Dienstleistungen

Wirtschaftsberatung, Vermittlung von Vermögensanlagen, insbesondere Kapitalanlagen, Finanzierungen und Versicherungen; Erstellen von Finanz- und Wirtschaftsanalysen sowie Erstellen von Finanzkonzepten, insbesondere über Sach-, Einkommens- und Vermögenssicherung, über die finanzielle und wirtschaftliche Absicherung im Krankheitsfall, über Zuschüsse und Vergünstigungen, über Steuer- und Abgabenzahlungen, sowie über Altersversorgungen, Immobiliennutzung sowie -erwerb und über die Absicherung der Ausbildung von Kindern und des Vermögensaufbaus

am 18. Januar 1995 eingetragenen Marke 2 900 135



am 28. Februar 2003 Widerspruch erhoben worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat mit Beschluß vom 17. Februar 2004 den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß zwischen den Dienstleistungen beider Marken zwar Identität bestehe, der insoweit erforderliche deutliche Markenabstand werde jedoch unter Berücksichtigung der normalen

Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke noch eingehalten. Die Bestandteile „Assecuranz und Wirtschaftsberatung GmbH & Co“ seien beschreibend. Für wesentliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise würden die verbleibenden drei Zeichen als „WB“ ausgesprochen, da diese das „A“ lediglich für ein graphisches Phantasiegebilde halten würden. Insoweit bestünde keine Zeichenähnlichkeit. Aber auch zwischen „A W B“ und „A W D“ liege keine hinreichende Ähnlichkeit vor. Zwar unterschieden sich die Marken lediglich in dem letzten Buchstaben. Auf dem betreffenden Dienstleistungsgebiet seien jedoch kurze Firmenkennzeichen häufig, so daß die angesprochenen Personen auch auf geringere Abweichungen achten würden.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie trägt vor, daß angesichts der Identität der Dienstleistungen und der normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine Verwechslungsgefahr zu bejahren sei. Ein erheblicher Teil des Publikums werde die angegriffene Marke als „A W B“ sehen. Aussprachemäßig präsentierten sich die beiden gegenüberstehenden Bezeichnungen wie „Awede“ bzw „awebe“. Betonung und Klangrhythmus seien gleich. Der einzige Unterschied bestehe in den weichen Konsonanten „D“ bzw „B“.

Die Widersprechende beantragt,

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

Die Markeninhaber beantragen,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie haben sich im Verfahren vor dem Bundespatentgericht nicht geäußert. Vor der Markenstelle haben sie vortragen lassen, daß eine bildliche bzw auch eine phonetische Markenähnlichkeit nicht bestehe. Das Publikum sei an Marken gewöhnt, die sich aus einigen wenigen Buchstaben zusammensetzten. Zur Unterscheidung der Marken genügten dabei bereits die Unterschiede in den letzten Buchstaben.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist begründet. Der Senat hält die Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz zwischen den sich gegenüberstehenden Marken für gegeben.

Ob Verwechslungsgefahr besteht, hängt nach § 9 Absatz 1 Nr 2 Markengesetz von der Identität oder Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken einerseits und andererseits von der Identität oder Ähnlichkeit der von den beiden Marken erfaßten Dienstleistungen ab, wobei von dem Fall eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers auszugehen ist (EuGH GRUR Int 1999, 734 – Lloyd; BGH GRUR 2000, 506 - Attaché/Tisserand). Darüber hinaus sind alle weiteren Umstände zu berücksichtigen, die sich auf die Verwechslungsgefahr auswirken können, insbesondere die Kennzeichnungskraft der älteren Marke (EuGH aaO – Lloyd; BGH aaO – Attaché/Tisserand; GRUR 1999, 995 – Honka). Dabei stehen die verschiedenen, für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr heranzuziehenden Faktoren in einer Wechselwirkung, so daß zB ein geringerer Grad an Markenähnlichkeit durch eine höhere Kennzeichnungskraft der älteren Marke bzw durch einen höheren Grad an Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit ausgeglichen werden kann (st Rspr vgl BGH GRUR 2000, 603 - Cetof/Etop). Nach diesen Grundsätzen ist im vorliegenden Fall eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

Nachdem Benutzungsfragen hier nicht angesprochen sind, ist für die Frage der Ähnlichkeit der Dienstleistungen von der Registerlage auszugehen. Die Dienstleistungen „Vermittlung von Vermögensanlagen, insbes Kapitalanlagen, Finanzierungen und Versicherungen“ sowie „Erstellen von Finanz- und Wirtschaftsanalysen ...“ ist in den Dienstleistungen „Finanzwesen“ und „Geldgeschäfte“ der angegriffenen Marke enthalten.

Mangels entsprechender anderer Anhaltspunkte ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.

Die angegriffene Marke, hält bei dieser Ausgangslage den insoweit erforderlichen größeren Abstand zur Widerspruchsmarke jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht ein.

Dabei ist davon auszugehen, daß die in der angegriffenen Marke enthaltenen Bestandteile „Assecuranz und Wirtschaftsberatung GmbH & Co KG“ lediglich beschreibende Bestandteile sind, die konkret auf die Tätigkeit der Markeninhaber hinweisen.

Die verbleibenden „Zeichen“ wird ein erheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise, hier teils Fachkreise, teils das allgemeine Publikum als „A W B“ auffassen. Dies gilt allein deshalb, weil das stilisierte „A“ am Anfang ohne weiteres als Abkürzung von „Assecuranz“ und die darauffolgenden Buchstaben als Abkürzung von „Wirtschafts“ bzw „Beratung“ angesehen werden können.

Die sich gegenüberstehenden Markenwörter werden somit von einem erheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise als „awebe“ bzw „awede“ wahrgenommen. Sie unterscheiden sich damit in der Aussprache lediglich hinsichtlich der letzten Konsonanten „B“ und „D“, die beide weich artikuliert werden. Betonung und Klangrhythmus stimmen bei den Bezeichnungen ebenfalls überein, so daß Verwechslungen nicht sicher ausgeschlossen werden können.

Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage besteht kein Anlaß, aus Gründen der Billigkeit, einem der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Absatz 1 MarkenG aufzuerlegen.

Winkler

Kätker

Dr. Hock

br/Fa