



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 195/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. Mai 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 23 914

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 8. Mai 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 vom 23. Juni 2004 teilweise aufgehoben.
2. Aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 396 24 639 wird die Löschung der Eintragung der Marke 302 23 914 für folgende Dienstleistungen angeordnet:

„Herausgabe von Werbetexten, Nachforschungen in Computerdateien, Onlinewerbung in einem Computernetzwerk, Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen, Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien, Werbung im Internet für Dritte; Desktop-Publishing, Aktualisieren von Internetseiten, Datenverwaltung auf Servern, Design von Homepages und Webseiten, digitale Bildbearbeitung, Editieren, Formatieren und Übertragen von Daten auf CD-Rohlinge (Pre-mastering), EDV-Beratung, Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung, Erstellen von Webseiten, Gestaltung und Unterhalt von Websites für Dritte, Installieren von Computerprogrammen, Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien, Konzeptionierung von Webseiten, Serveradministration“.

Gründe

I.

Gegen die Eintragung der Wort-/Bildmarke 302 23 914



eingetragen für die Dienstleistungen

„Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, Erstellen von Statistiken, Herausgabe von Werbetexten, Nachforschungen in Computerdateien, Onlinewerbung in einem Computernetzwerk, Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen, Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien, Werbung im Internet für Dritte; Desktop-Publishing, Durchführung von Spielen im Internet, Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Aktualisieren von Internetseiten, Beratung bei der Gestaltung von Homepages und Internetseiten, Datenverwaltung auf Servern, Design von Homepages und Webseiten, digitale Bildbearbeitung, Editieren, Formatieren und Übertragen von Daten auf CD-Rohlinge (Premastering), EDV-Beratung, Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung, Erstellen von Webseiten, Gestaltung und Unterhalt von Websites für Dritte, Installieren von Computerprogrammen, Konvertieren von Daten oder Dokumenten von phy-

sischen auf elektronische Medien, Konzeptionierung von Webseiten, redaktionelle Betreuung von Internetauftritten, Serveradministration“,

ist Widerspruch erhoben worden aus der Wortmarke 396 24 639 „T-Media“, eingetragen für die Waren/Dienstleistungen

„Elektrische, elektronische, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und -instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Druckereierzeugnisse; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel); Finanzwesen; Immobilienwesen; Bauwesen; Installation, Wartung und Reparatur von Einrichtungen für die Telekommunikation; Telekommunikation; Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Drucksachen; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, insbesondere Vermietung von Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation.“

Mit Beschluss vom 23. Juni 2004 hat die Markenstelle für Klasse 35 den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung führt sie aus, dass selbst für identische Waren/Dienstleistungen eine Verwechslungsgefahr zu verneinen sei, da unter Zugrundelegung eines durchschnittlichen Schutzzumfangs die Vergleichsmarken nicht verwechselbar seien. Vom Gesamteindruck würden sie sich durch den zu-

sätzlichen Bestandteil „4“ in der jüngeren Marke ausreichend unterscheiden. Die für eine Kollision in Betracht kommenden Elemente „T“ und „Media“ könnten nicht als dominierend angesehen werden, da sie in ihrer kennzeichnenden Wirkung schwach seien. „T“ werde von den Verkehrskreisen als Abkürzung für „Telekommunikation“ aufgefasst. Das Wort „Media“ im Sinne von Medien bezeichne das Trägermittel zur Übermittlung von Informationen. Sie stünden mit den Dienstleistungen der angegriffenen Marke in engem sachlichen Zusammenhang. Auch schriftbildlich sei ein ausreichender Abstand gegeben, da der Verkehr auf die Ziffer „4“ und die bildliche Gestaltung der jüngeren Marke achten werde. Schließlich sei keine assoziative Verwechslungsgefahr zu befürchten. Nach dem unbestrittenen Vortrag sei zwar davon auszugehen, dass die Widersprechende auf dem hier relevanten Waren-/Dienstleistungsgebiet mehrere Marken mit dem Buchstaben „T“ besitze und benutze. Jedoch gebe es keine Marken, die aufgrund ihrer bildlichen Gestaltung oder eines Zifferneinschubs mit der jüngeren Marke vergleichbar sei. Darüber hinaus spreche die Kennzeichnungsschwäche des gemeinsamen Buchstabens „T“ gegen seine Eignung als Stammbestandteil einer Zeichenserie. Insbesondere aus den vorgelegten Umfrageergebnissen von Infratest Burke könne keine gesteigerte Kennzeichnungskraft abgeleitet werden, da sie sich ausschließlich auf ein bestimmtes „T“ in charakteristischer Schrift und Farbe für bestimmte Waren und Dienstleistungen bezögen. Zudem sei der Buchstabe „T“ auch Teil zahlreicher Bezeichnungen von Dritten, was gegen den Hinweischarakter zugunsten der Widersprechenden spreche.

Dagegen hat die Widersprechende Beschwerde erhoben, mit der sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die angegriffene Marke hinsichtlich der streitgegenständlichen Dienstleistungen zu löschen.

Sie begründet ihre Beschwerde damit, dass die sich gegenüberstehenden Marken klanglich sehr ähnlich seien. Die angegriffene Marke enthalte die Bestandteile „T“ und „Media“ der Widerspruchsmarke vollständig. Insofern sei letztgenannter ein größerer Schutzzumfang zuzusprechen. Zudem befinde sich der gemeinsame Buchstabe „T“ am stärker beachteten Zeichenanfang. Die in der jüngeren Marke zusätzlich vorhandene Ziffer „4“ werde vom Verkehr demgegenüber lediglich „genuschelt“ und gehe somit unter. Auch schriftbildlich kämen sich die beiden Zeichen sehr nahe, da die zusätzlichen Bestandteile in dem angegriffenen Zeichen nur untergeordnet wahrgenommen werden würden. Darüber hinaus würden beide Marken Assoziationen insbesondere im Hinblick auf „Medien“ erwecken, so dass ergänzend eine begriffliche Ähnlichkeit zu bejahen sei. Entgegen der Auffassung der Markenstelle sei der Buchstabe „T“ nicht kennzeichnungsschwach, sondern weise vielmehr auf die Widersprechende hin. Hierfür spreche der Umstand, dass die Widersprechende Inhaberin einer seit 1996 aufgebauten Serie von ca. 700 Marken sei, die einheitlich den Buchstaben „T“, gefolgt von einem Bindestrich und einem weiteren Element, aufwiesen. Hierbei stehe das „T“ stets am Zeichenanfang. Damit werde sich der Verkehr überwiegend an dem gemeinsamen Bestandteil „T“ orientieren und aufgrund des weiteren übereinstimmenden Wortes „Media“ das Augenmerk nicht auf die Ziffer „4“ legen. Zudem sei die Einbindung von Zahlen in die „T“-Markenfamilie nicht ungewöhnlich, wie u. a. an den Marken „T-ISDN 300“ und „T-4U“ deutlich werde. Darüber hinaus sei der Buchstabe „T“ nicht Bestandteil zahlreicher Bezeichnungen von Dritten. So gehörten die von der Markenstelle genannten Zeichen „T-Online“, „T-Mobile“ und „T-Systems Multimedia Solutions GmbH“ Tochterunternehmen der Widersprechenden. Damit werde der zu ihren Gunsten bestehende Hinweischarakter des Buchstabens „T“ gerade belegt. Des Weiteren seien die sich gegenüberstehenden Waren/Dienstleistungen teilweise identisch, teilweise ähnlich. Damit bestehe zwischen den Vergleichszeichen insbesondere unter dem Gesichtspunkt des gedanklichen In-Verbindung-Bringens Verwechslungsgefahr. Durch den gemeinsamen Bestandteil „T“ würden die angesprochenen Verkehrskreise zu der Annahme ver-

leitet, die jüngere Marke sei eine Abwandlung der Marke „T-Media“ bzw. eines anderen Zeichens der Markenfamilie.

In der mündlichen Verhandlung hat die Beschwerdeführerin erklärt, dass sie den Widerspruch einschränkt und er sich demzufolge nicht mehr gegen folgende Dienstleistungen der angegriffenen Marke richtet: „Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, Erstellen von Statistiken, Durchführung von Spielen im Internet, Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Beratung bei der Gestaltung von Homepages und Internetseiten, redaktionelle Betreuung von Internetauftritten“.

Die Inhaberin der jüngeren Marke hat keine Stellungnahme abgegeben. Auch vor dem Deutschen Patent- und Markenamt hat sie sich zu dem Widerspruch nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt und das Protokoll der mündlichen Verhandlung Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig und nach Beschränkung des Widerspruchs vollumfänglich begründet, da zwischen den sich gegenüberstehenden Marken Verwechslungsgefahr im Sinne der §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht.

Verwechslungsgefahr liegt dann vor, wenn die Öffentlichkeit glauben könnte, dass die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Das Vorliegen von Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist hinsichtlich der Ähn-

lichkeit der betreffenden Marken im Bild, Klang oder in der Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Für die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr kommt es entscheidend darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen wirkt. Der Durchschnittsverbraucher nimmt eine Marke regelmäßig als Ganzes wahr und achtet nicht auf die verschiedenen Einzelheiten (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE).

1. Der Bestandteil „T-“ der Widerspruchsmarke weist für einen Teil der für sie geschützten Waren/Dienstleistungen erhöhte Kennzeichnungskraft auf.

a) Von Hause aus kommt der Bezeichnung „T-Media“ nur eine geschwächte Kennzeichnungskraft zu. Der Buchstabe „T“ ließ sich zwar nicht als gängige Abkürzung für „Telekommunikation“ nachweisen, doch liegt in Verbindung mit Waren und Dienstleistungen aus dem Bereich der Telekommunikation eine entsprechende Interpretation nahe. Zudem besitzt ein Einzelbuchstabe zunächst keine besondere Eigenart. Der Begriff „Media“ stellt die Pluralform des englischen Wortes „medium“ dar (vgl. Pons Großwörterbuch, Englisch-Deutsch, 1. Auflage, Seiten 548 und 549), worunter im Deutschen ein Kommunikationsmittel verstanden wird (vgl. Duden, Rechtschreibung der deutschen Sprache, 21. Auflage, Seite 484). Damit erweckt die ältere Marke sachliche Assoziationen zu allen Waren und Dienstleistungen, die mit der Telekommunikation in Zusammenhang stehen.

Die von Haus aus bestehende Kennzeichnungsschwäche hat die Widerspruchsmarke jedoch zumindest aufgrund des Bestandteils „T-“ überwunden und zu einer deutlich erhöhten Kennzeichnungskraft ausgebaut (vgl. BPatG GRUR 2003, 70 - INNOVA/T-INNOVA). Laut den beiden Gutachten von Infratest Burke vom April 1997 ordnen im Bereich der Telekommunikation 75 % bzw. 76 % der Befragten das magenta-farbene „T“ bzw. das grau-farbene „T-“ der Widersprechenden zu.

Da die Gutachten im Jahre 1997 angefertigt worden sind, ist davon auszugehen, dass zum Zeitpunkt der Anmeldung der jüngeren Marke (10. Mai 2002) als dem für die Bestimmung der Kennzeichnungskraft maßgeblichen Zeitpunkt (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage, § 9, Rdnr. 35) ein ebenfalls großer Teil der Verkehrskreise die graphisch ausgestalteten Zeichen „T“ und „T-“ mit der Widersprechenden in Verbindung bringen. Die Gutachten betreffen zwar den Buchstaben „T“ mit ausgestalteten Kanten, in farbiger Darstellung und in einem Fall mit einem nachgestellten Bindestrich. Doch sind die Zeichen als „T“ weiterhin deutlich erkennbar. Insofern geht von den Gutachten zumindest eine Indizwirkung für die erhöhte Kennzeichnungskraft auch des Buchstabens „T“ in normaler Druckschrift und ohne nachgestelltem Bindestrich aus.

Zugunsten der Widersprechenden ist darüber hinaus ihre T-Zeichenserie zu berücksichtigen, die bereits vor Anmeldung der jüngeren Marke bestanden hat. Ihr gehören mehrere Hundert Marken, die den Buchstaben „T“ am Zeichenanfang, meist mit einem Bindestrich mit dem nachfolgenden Wort verbunden, aufweisen. Darunter befinden sich auch Zeichen, in denen - ähnlich wie bei der angegriffenen Marke - hinter dem „T“ eine Ziffer erscheint (z. B. „T 4“ oder „Tu4“). Zwar gibt es auch Drittzeichen mit dem eigenständigen Bestandteil „T“. Doch lässt sich bei weitem keine so umfangreiche Zeichenserie wie bei der Widersprechenden finden. Insofern können die Drittzeichen zu keiner relevanten Schwächung der Kennzeichnungskraft des Bestandteils „T-“ führen.

b) Der Senat geht demzufolge von einer erhöhten Kennzeichnungskraft des Bestandteils „T-“ für die Waren/Dienstleistungen der Widerspruchsmarke aus dem Bereich der Telekommunikation aus. Hierzu gehören „Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten“, „Installation, Wartung und Reparatur von Einrichtungen für die Telekommunikation“, „Telekommunikation“, „Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation“ und „Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation“.

c) Die erhöhte Kennzeichnungskraft dieser Waren und Dienstleistungen strahlt auf eng verwandte Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke aus. Die Ausstrahlungswirkung umfasst jedoch nicht den gesamten Bereich der Ähnlichkeit der Waren/Dienstleistungen oder noch entferntere Gebiete (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9, Rdnr. 196). Mit Blick auf eine sachgerechte Interessenabwägung stellt die Grenze der engeren, allenfalls der mittleren Ähnlichkeitsbereich dar. Dies entspricht auch der Sichtweise des Verkehrs, der Waren und Dienstleistungen in erster Linie regelmäßig dann einem Unternehmen zuordnet, wenn sie ihm in Verbindung mit der Marke häufiger begegnen.

Dementsprechend werden von der Ausstrahlungswirkung „Elektrische, elektronische, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und -instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten)“ erfasst, da die Geräte auch bei der Übertragung von Informationen oder im Rahmen der Ausbildung auf dem Gebiet der Telekommunikation eingesetzt werden können. Folglich ist zumindest eine mittelgradige Ähnlichkeit zu bejahen (vgl. auch Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Auflage, Seite 370, rechte Spalte). Des Weiteren liegen „Maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger“ im Bereich der Ausstrahlung, da auch sie der Speicherung von fern übermittelten Daten dienen und damit Teil von Telekommunikationseinrichtungen sein können. Folglich besteht engste Ähnlichkeit bis hin zur Identität. „Datenverarbeitungsgeräte und Computer“ sind zur Telekommunikation ebenfalls hochgradig ähnlich (vgl. Richter/Stoppel, a. a. O., Seite 370, rechte Spalte). Die Tätigkeit „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung“ weist zur Telekommunikation eine mittelgradige Ähnlichkeit auf (vgl. Richter/Stoppel, a. a. O., Seite 370, rechte Spalte). „Dienstleistungen einer Datenbank, insbesondere Vermietung von Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken“ setzen den Einsatz von Datenverarbeitungsgeräten und Computerprogrammen voraus. Es handelt sich somit um Teile, die auch im Rahmen der Telekommunikation zum Einsatz kommen. Zudem können in Datenbanken auch übermittelte Informationen abgelegt oder von dort abgerufen werden. Folglich ist zumindest von einer normalen Ähnlichkeit zur Telekommunikation

auszugehen. Schließlich beruht die „Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern“ auf Hardwarekomponenten, die auch im Rahmen der Telekommunikation eine wesentliche Rolle spielen. Folglich liegt eine mittelgradige Ähnlichkeit vor.

d) Zu den übrigen Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke ist demgegenüber eine enge bzw. mittlere Ähnlichkeit und damit die Ausstrahlungswirkung zu verneinen. Sie weisen zur Telekommunikation keine relevanten sachlichen Berührungspunkte, insbesondere hinsichtlich Verwendungszweck, Aufbau, Beschaffenheit und erforderlicher Kenntnisse bzw. Fähigkeiten, auf.

2. Die Vergleichsmarken können zumindest gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden (§ 9 Abs. 1 Nr. 2, letzter Halbsatz, MarkenG), so dass zwischen ihnen eine mittelbare Verwechslungsgefahr besteht.

Die hierfür erforderliche Hinweisfunktion des Stammbestandteils „T-“ der Widerspruchsmarke ist aufgrund seiner erhöhten Kennzeichnungskraft für die unter 1. b) und c) genannten Waren und Dienstleistungen gegeben. Er ist als wesensgleich zu dem Element „T“ der jüngeren Marke anzusehen (vgl. hierzu Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9, Rdnr. 325). Im Verkehr wird der abweichende Bindestrich kaum auffallen. Ihm kommt eine verbindende Funktion zu, die in der angegriffenen Marke die Ziffer „4“ übernimmt. Auch wenn sich der Buchstabe „T“ mit den nachfolgenden Bestandteilen „4“ und „Media“ zu einem Gesamtbegriff verbindet, so weist er im Gesamtkontext der jüngeren Kombinationsmarke keinen so abweichenden Sinngehalt und Stellenwert auf, dass er als Hinweis auf die Widersprechende nicht mehr verstanden wird (vgl. hierzu BPatG GRUR 2005, 772 - Public Nation/PUBLIC). Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass durch die konkrete Positionierung der Ziffer „4“ auf den ersten Blick keine geschlossene Wortfolge entsteht. Erst nach der Auslegung der „4“ als Präposition kann der jüngeren Marke eine zusammenhängende Aussage entnommen werden. Insofern hat der Buchstabe „T“ seine eigenständige Stellung nicht verloren.

3. Die im Beschlusstenor genannten Dienstleistungen der angegriffenen Marke sind identisch bzw. ähnlich zu den Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke, für die sie erhöhte Kennzeichnungskraft genießt. Diese sind der Beurteilung der Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit zugrunde zu legen, da nur so weit die assoziative Verwechslungsgefahr reicht.

a) Identität besteht zwischen folgenden Dienstleistungen:

Das „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung“ im Verzeichnis der älteren Marke entspricht bereits vom Wortlaut her der „Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung“ auf Seiten der jüngeren Marke. Unter die Dienstleistung „Installation, Wartung und Reparatur von Einrichtungen für die Telekommunikation“ der älteren Marke kann das von der jüngeren Marke beanspruchte „Installieren von Computerprogrammen“ fallen, da auch Software ein notwendiges Element für die Übertragung von Daten darstellt und unter Einrichtungen nicht nur Hardware zu verstehen ist. Zu den „Dienstleistungen einer Datenbank, insbesondere Vermietung von Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken“ der älteren Marke gehört die für die jüngere Marke eingetragene Tätigkeit „Serveradministration“, da Datenbanken mit Hilfe von Servern betrieben werden, die entsprechend betreut werden müssen. Die Dienstleistungen einer Datenbank umfassen darüber hinaus auch „Nachforschungen in Computerdateien“ und „Datenverwaltung auf Servern“ auf Seiten der jüngeren Marke. Dateien sind Bestandteil einer jeden Datenbank und können damit Gegenstand von entsprechenden Nachforschungen sein. Auch die Datenverwaltung ist charakteristisch für den Betrieb einer Datenbank, um sie aktuell zu halten und einen schnellen effektiven Zugriff zu ermöglichen.

b) Ähnlichkeit besteht weiterhin zwischen folgenden Waren und Dienstleistungen:

Die Tätigkeiten „Herausgabe von Werbetexten“, „Onlinewerbung in einem Computernetzwerk“, „Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen“, „Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien“ sowie „Werbung im Internet für Dritte“ der jüngeren Marke weisen zu dem für die ältere Marke geschützten „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung“ normale Ähnlichkeit auf (vgl. zu „Werbung“ Richter/Stoppel, a. a. O., Seite 376, rechte Spalte). Im vorliegenden Fall ist zudem zu berücksichtigen, dass die Dienstleistungen von der Inhaberin der jüngeren Marke vornehmlich mit Hilfe von Datenverarbeitungsgeräten und -programmen erbracht werden.

Das „Desktop-Publishing“ auf Seiten der jüngeren Marke umfasst das rechnergestützte Setzen hochwertiger Dokumente, die später in Druckwerken veröffentlicht werden sollen. Es erfordert Computerhard- bzw. -software und in gewissem Umfang Programmierarbeiten, um die Texte und Bilder in die Publikationen zu integrieren. Damit weist Desktop-Publishing in ausreichendem Umfang sachliche Bezüge zu der Dienstleistung „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung“ der älteren Marke auf, so dass zumindest von einer entfernten Ähnlichkeit auszugehen ist.

Die Tätigkeiten „Digitale Bildbearbeitung“, „Editieren, Formatieren und Übertragen von Daten auf CD-Rohlinge (Premastering)“ und „Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien“ sind mittelgradig ähnlich zu den Waren „Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten“ der älteren Marke, da diese zur Erbringung der eben genannten Dienstleistungen zwingend erforderlich und für sie wesentlich sind.

Die Dienstleistung „EDV-Beratung“ der jüngeren Marke ist ohne weiteres ähnlich zu den Waren „Datenverarbeitungsgeräte und Computer“ der Widerspruchsmarke (vgl. Richter/Stoppel, a. a. O., Seite 353, rechte Spalte).

Schließlich besteht auch zwischen „Aktualisieren von Internetseiten“, „Design von Homepages und Webseiten“, „Erstellen von Webseiten“, „Gestaltung und Unterhalt von Websites für Dritte“ und „Konzeptionierung von Webseiten“ einerseits und „Datenverarbeitungsgeräte und Computer“ sowie „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung“ andererseits normale Ähnlichkeit. Bei den Dienstleistungen der jüngeren Marke handelt es sich um Internetdienste, die nur unter Verwendung von Computern und entsprechender Software erbracht werden können. Zudem erfordert die Gestaltung von Internetseiten auch Programmierarbeiten, so dass ausreichend enge Berührungspunkte vorhanden sind (vgl. auch Richter/Stoppel, a. a. O., Seite 362, rechte Spalte).

Mangels Beschränkung des Widerspruchs kommt es auf die Ähnlichkeit ansonsten nicht an.

Da sich der Widerspruch nur noch gegen die unter a) und b) genannten Dienstleistungen der jüngeren Marke richtet, bedurfte es keiner Zurückweisung im Übrigen. Der Beschwerde war somit in vollem Umfang stattzugeben.

gez.

Unterschriften