



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 552/17

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2015 207 340

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 27. Juli 2020 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Kortge sowie der Richter Kätker und Dr. von Hartz

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. Mai 2017 wird aufgehoben. Das Deutsche Patent- und Markenamt wird angewiesen, die Eintragung der angegriffenen Marke wegen des Widerspruchs aus der Marke 30 2014 008 138 zu löschen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

Dekratex

ist am 8. Mai 2015 angemeldet und am 17. August 2015 unter der Nummer 30 2015 207 340 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register eingetragen worden für Waren und Dienstleistungen der

Klasse 24: Stoffe als Textilwaren in Ballenform;

Klasse 39: Einsammeln von Abfällen;

Klasse 40: Entsorgung [Recycling].

Gegen die Eintragung dieser Marke, die am 18. September 2015 veröffentlicht worden ist, hat der Beschwerdeführer Widerspruch erhoben aus seiner Wortmarke

DEKRA

die am 18. November 2014 angemeldet und am 13. Februar 2015 unter der Nummer 30 2014 008 138 in das beim DPMA geführte Register für alle Waren- und Dienstleistungsklassen 1 bis 45 eingetragen worden ist, darunter für Produkte und Dienste der

Klasse 24: Webstoffe und Textilwaren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Bettdecken; Tischdecken; Stoffe; Textilersatzstoffe; Filtermaterialien aus Textilien;

Klasse 39: Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Veranstaltung von Reisen; Auskünfte über Transportangelegenheiten; Abschleppen von Kraftfahrzeugen; Beförderung von Personen und Gütern mit Kraftfahrzeugen, Schienenbahnen, Schiffen und Flugzeugen; transportlogistische Beratungs-, Organisations-, Transportmanagement- und Planungsleistungen, insbesondere für Fuhrpark-, Logistik- und Transportunternehmen; Vermietung von Kraftfahrzeugen; Verteilung durch Leitungen und Kabel; Parkplatzdienste und Fahrzeugabstellung, Festmachen von Booten und Schiffen; Beratung und Information in Bezug auf vorgenannte Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten;

Klasse 40: Lebensmittel- und Getränkebearbeitung; kundenspezifische Fabrikations- und Anfertigungsdienstleistungen; Erzeugung von Energie; Textil-, Leder- und Fellbearbeitung, Recycling und Müllbearbeitung, Abbeizen, Abschleifen, Abtrennung

bestimmter Chemikalien aus Flüssigkeiten bei chemischen Prozessen, Aufbereitung gefährlicher Flüssigkeiten, Aufbringen von Beschichtungen auf Maschinenbauteile, Aufdampfen auf Metalloberflächen, Behandlung gefährlicher Gase, Behandlung gegen Schimmelbefall, Brünieren [Polierarbeiten], Dienstleistungen der Gaskompression, Dienstleistungen der Metallbearbeitung, Dokumentenvernichtung, Elektrochemische Behandlung, Emaillieren von Metall, Erteilung von Auskünften [Information] in Bezug auf chemische Verarbeitung, Fäuleschutzbehandlung bei Gebäuden, Feuerfestmachen bestehender Bauten, Giessen, Holzbearbeitung und -konservierung; Informationsdienste bezüglich Materialbearbeitung, Maschinelle Bearbeitung von Metall, Materialbearbeitungsauskunft, Schleifen; Druckerarbeiten und fotografische sowie kinematografische Entwicklung; Vervielfältigung von Audio- und Videoaufzeichnungen; Luft- und Wasserbehandlung sowie -reinigung; Schlachten; Beratung und Information in Bezug auf vorgenannte Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten.

Mit Beschluss vom 11. Mai 2017 hat die Markenstelle für Klasse 24 des DPMA eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass von einer Identität bzw. sehr hohen Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen auszugehen sei, da auch die Widerspruchsmarke für „Webstoffe und Textilwaren“ in Klasse 24, „Transportwesen“ in Klasse 39 und „Recycling und Müllbearbeitung“ in Klasse 40 eingetragen sei. Den bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der älteren Marke gebotenen deutlichen Abstand halte die angegriffene Marke jedoch ein. Aufgrund ihrer Länge, der Endung mit dem auffälligen Buchstaben „x“ und der unterschiedlichen Höhenlinien erwecke die jüngere Marke einen visuellen Gesamteindruck, der sich von dem der Widerspruchsmarke grundlegend unterscheide. Auch in klanglicher Hinsicht ergebe

sich allein schon wegen der unterschiedlichen Wortlänge eine hörbare Abweichung. „DEKRA“ mit dem dunklen Endvokal werde phonetisch kurz, abgehackt oder stark strukturiert wahrgenommen, während das weicher klingende Markenwort „Dekratex“ zum Ende hin durch den klangstarken Konsonanten „x“ stark und scharf betont werde, so dass vollkommen andere Klangmelodien erzeugt würden. Der Gesamteindruck der jüngeren Marke werde nicht durch dessen Bestandteil „Dekra“ geprägt, weil sie eine in sich geschlossene Sinneinheit darstelle. Zudem werde der Bestandteil „tex“ nicht als beschreibende Angabe verstanden. Es bestehe auch keine mittelbare Verwechslungsgefahr unter dem Aspekt eines Serienzeichens oder aufgrund anderweitiger gedanklicher Verbindung.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Widersprechenden. Er ist der Ansicht, „Dekra“ präge den schriftbildlichen und klanglichen Gesamteindruck der angegriffenen Marke, weil es sich bei dem Bestandteil „tex“ mit Blick auf die Waren der Klasse 24 entweder um eine zumindest den Fachkreisen bekannte Maßeinheit für das Gewicht textiler Garne von je 1000 m Länge oder um die landläufige Abkürzung von „textil“ oder „Textilien“ handele, so dass sich die identischen Wörter „Dekra“ und „DEKRA“ gegenüberstünden. Aber selbst bei Einbeziehung des Elements „tex“ liege eine leicht unterdurchschnittliche visuelle Markenähnlichkeit vor. Unter Berücksichtigung aller verkehrsüblichen Schreibweisen, also auch der Kleinschreibung sei die Widerspruchsmarke mit dem Anfang der jüngeren Marke visuell identisch, während die drei Buchstaben „tex“ am weniger beachteten Wortende nicht besonders auffielen. Auch in phonetischer Hinsicht seien die Marken leicht unterdurchschnittlich ähnlich, weil beide Vergleichsmarken auf der ersten Silbe betont würden, während die Schlussilbe „tex“ kaum wahrgenommen werde. Da auch die ersten beiden Silben der Kollisionsmarken identisch seien, entstehe im Gegensatz zur Auffassung der Markenstelle insoweit keine andere Klangmelodie. Selbst bei einer leicht unterdurchschnittlichen schriftbildlichen und klanglichen Zeichenähnlichkeit könne eine Verwechslungsgefahr nicht verneint werden. Auch eine Verwechslungsgefahr durch gedankliches In-Verbindungs-Bringen könne nicht ausgeschlossen werden. Das Fantasiewort „Dekratex“

verkörpere keinen feststehenden Gesamtbegriff. Daher werde der Verkehr „Dekra“ als den dominierenden Bestandteil der jüngeren Marke erkennen und ihm einen Hinweis auf eine gemeinsame betriebliche Herkunft entnehmen, z. B., dass „Dekratex“ eine weiterentwickelte oder modernisierte Produkt- oder Dienstleistungssparte von „DEKRA“ sei. Außerdem macht die Widersprechende den Löschungsgrund des Sonderschutzes der bekannten Marke gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG geltend. Sie sei europaweit der größte und weltweit der drittgrößte Prüfdienstleister im Automobilbereich, der seit Jahrzehnten die Widerspruchsmarke als Firmenschlagwort benutze. Der Bekanntheitsschutz beziehe sich vor allem auf die Dienstleistungen „Technische Prüfung; Durchführung von Inspektionen; Erstellen von technischen Gutachten zu Unfall-, Schaden- und Verkehrsabläufen; technische Beratung; Werkstoffprüfung; Zertifizierungen“. In zwei auszugsweise vorgelegten GfK-Meinungsumfragegutachten von 2014 sei festgestellt worden, dass die Bezeichnung „DEKRA“ in Deutschland einen Bekanntheitsgrad von 96,4 % bei den Fachkreisen und 86,8 % beim allgemeinen Publikum erreiche. Im Jahr 2015 habe die Widerspruchsmarke beim Markenranking der Beratungsgesellschaft Interbrand, den „Best German Brands 2015“, den 47. Platz erreicht und damit zu den 50 bekanntesten deutschen Marken gehört. Der Markenwert liege deutlich im ...-bereich. Die Dienstleistungen der Widersprechenden genössen darüber hinaus einen sehr guten Ruf. Sie stünden für Eigenschaften wie Sicherheit, Zuverlässigkeit, Solidität, Vertrauenswürdigkeit und Verlässlichkeit. Wegen der dargelegten Markenähnlichkeit begeben sich der Inhaber der angegriffenen Marke in die Sogwirkung der bekannten Marke „DEKRA“ und nutze deren Unterscheidungskraft und Wertschätzung für eigene Zwecke aus, ohne dafür eigene Anstrengungen unternehmen zu müssen. Die angesprochenen Verkehrskreise würden eine gedankliche Verknüpfung zwischen den Vergleichsmarken herstellen, weil auch bei Textilwaren, beim Einsammeln von Abfällen und beim Recycling auf Attribute wie Sicherheit, Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit besonderer Wert gelegt werde. Daher werde der Verkehr die der älteren Marke anhaftenden Gütevorstellungen auf die Waren und

Dienstleistungen des Inhabers der jüngeren Marke übertragen, dem kein rechtfertigender Grund zur Seite stehe.

Der Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 24 des DPMA vom 11. Mai 2017 aufzuheben und das DPMA anzuweisen, die Eintragung der angegriffenen Marke wegen des Widerspruchs aus der Marke 30 2014 008 138 zu löschen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat sich weder im Verfahren vor dem DPMA noch im Beschwerdeverfahren geäußert.

Mit gerichtlichem Schreiben vom 22. Oktober 2019 sind die Verfahrensbeteiligten unter Beifügung von Recherchebelegen (Bl. 91 – 106 GA) darauf hingewiesen worden, dass die Beschwerde voraussichtlich erfolgreich sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 64 Abs. 6, 66 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig und begründet.

Zwischen der angegriffenen Marke „**Dekratex**“ und der Widerspruchsmarke „**DEKRA**“ besteht die Gefahr von Verwechslungen gemäß §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

1. Da es sich vorliegend um ein Verfahren über einen Widerspruch handelt, der nach dem 1. Oktober 2009, aber vor dem 14. Januar 2019 erhoben worden ist, ist

die Bestimmung des § 42 Absatz 1 und 2 MarkenG in der bis zum 13. Januar 2019 geltenden Fassung anzuwenden (§ 158 Abs. 3 MarkenG).

2. Die Frage der Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist unter Heranziehung aller relevanten Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen, dem Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.: EuGH GRUR 2020, 52 Rdnr. 41 - 43 – Hansson [Roslags Punsch/ROSLAGSÖL]; GRUR-RR 2009, 356 Rdnr. 45 f. – Les Éditions Albert René/HABM [OBELIX/MOBILIX]; BGH GRUR 2019, 1058 Rdnr. 17 – KNEIPP; GRUR 2018, 79 Rdnr. 9 – OXFORD/Oxford Club m. w. N.).

a) Ausgehend von der maßgeblichen Registerlage können sich die Vergleichsmarken auf identischen Waren und bei identischen Dienstleistungen begegnen.

Die für die jüngere Marke eingetragenen Waren „Stoffe als Textilwaren in Ballenform“ der Klasse 24 sowie die für sie registrierten Dienstleistungen „Einsammeln von Abfällen“ der Klasse 39 und „Entsorgung [Recycling]“ der Klasse 40 werden von den für die Widerspruchsmarke geschützten Oberbegriffen „Webstoffe und Textilwaren“ der Klasse 24, „Transportwesen; Beförderung [...] von Gütern mit Kraftfahrzeugen [...]“ der Klasse 39 und „Recycling und Müllbearbeitung“ der Klasse 40 vollständig umfasst.

b) Von den vorgenannten Textilwaren der Klasse 24 werden sowohl der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher als auch Produzenten und Händler von Textilstoffen angesprochen. Die in Rede stehenden Abfalltransport- und Recyclingdienstleistungen richten sich in erster Linie

an gewerbliche und kommunale Entsorgungsbetriebe. Da es sich weder um besonders hochpreisige Produkte und Dienste von längerer Anschaffungs- oder Nutzungsdauer noch um Waren oder Dienstleistungen handelt, die nur nebenbei gekauft oder in Anspruch genommen werden, ist von einem normalen Aufmerksamkeitsgrad auszugehen.

c) Die Widerspruchsmarke „**DEKRA**“ verfügt über einen normalen Schutzzumfang.

aa) Die originäre Kennzeichnungskraft wird bestimmt durch die Eignung der Marke, sich unabhängig von der jeweiligen Benutzungslage als Unterscheidungsmittel für die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens bei den beteiligten Verkehrskreisen einzuprägen und die Waren und Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2010, 1096 Rdnr. 31 – BORCO/HABM [Buchst. a]; BGH GRUR 2017, 75 Rdnr. 19 — Wunderbaum II). Dabei ist auf die Eigenart der Marke in Klang, Bild und Bedeutung abzustellen. Marken, die über einen für die jeweiligen Waren oder Dienstleistungen erkennbar beschreibenden Anklang verfügen, haben regelmäßig nur geringe originäre Kennzeichnungskraft (BGH WRP 2015, 1358 Rdnr. 10 – ISET/ISETsolar; GRUR 2012, 1040 Rdnr. 29 – pjur/pure). Liegen keine konkreten Anhaltspunkte vor, die für eine hohe oder geringe Kennzeichnungskraft sprechen, ist von normaler Kennzeichnungskraft auszugehen (BGH a. a. O. — Wunderbaum II).

bb) Die Kennzeichnungskraft der älteren Marke „DEKRA“ ist von Haus aus durchschnittlich. Sie stellt ein Kunstwort dar, das wegen seiner allgemeinen Bekanntheit als Kurzform für den Namen des widersprechenden Vereins „D...“ seit langem Eingang in den Duden gefunden hat (Duden – Die deutsche Rechtschreibung, 27. Aufl. 2017, S. 335 und 24. Aufl. 2007, S. 307), für die vorliegenden Waren und Dienstleistungen im Identitätsbereich aber keinen beschreibenden Sinngehalt aufweist.

cc) Ausreichende Anhaltspunkte für eine durch intensive Nutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke im hier relevanten Bereich der Textilstoffe und Abfallentsorgungsdienste bestehen nicht.

aaa) Für die Annahme einer erhöhten Kennzeichnungskraft durch eine gesteigerte Verkehrsbekanntheit bedarf es hinreichend konkreter Angaben zum Marktanteil, zu Intensität, geografischer Verbreitung und Dauer der Benutzung der Marke, zum Werbeaufwand des Unternehmens inklusive Investitionsumfangs zur Förderung der Marke sowie ggf. zu demoskopischen Befragungen zwecks Ermittlung des Anteils der beteiligten Verkehrskreise, die die Waren oder Dienstleistungen auf Grund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennen (st. Rspr.; EuGH GRUR 2005, 763 Rdnr. 31 – Nestlé/Mars; BGH a. a. O. Rdnr. 29 – Wunderbaum II). Diese Voraussetzungen müssen bereits im Anmeldezeitpunkt der jüngeren Marke vorgelegen haben (vgl. BGH GRUR 2008, 903 Rdnr. 13 f. – SIERRA ANTIGUO) und bis zum Entscheidungszeitpunkt fortbestehen (BPatG GRUR 2018, 529 Rdnr. 28 – KNEIPP; GRUR-RR 2015, 468, 469 – Linien-/Balkendarstellung in gezacktem Muster).

bbb) Die von der Widersprechenden auszugsweise vorgelegten Umfragegutachten von 2014, wonach die Bezeichnung „DEKRA“ in Deutschland einen Bekanntheitsgrad von 96,4 % bei den Fachkreisen und 86,8 % beim allgemeinen Publikum erreicht, beziehen sich ausschließlich auf die Dienstleistungen „Technische Prüfung; Durchführung von Inspektionen; Erstellen von technischen Gutachten zu Unfall-, Schaden- und Verkehrsabläufen; technische Beratung; Werkstoffprüfung; Zertifizierungen“. Sie belegen daher nur eine erhebliche Verkehrsbekanntheit im Bereich technischer Prüfungsdienstleistungen im weitesten Sinne.

ccc) Diese erhöhte Kennzeichnungskraft kann nur auf eng verwandte Produkte und Dienstleistungen ausstrahlen. Ob und inwieweit eine solche Ausstrahlungswirkung vorliegt, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab, wobei es sowohl auf den

Abstand der jeweiligen Waren und Dienstleistungen als auch auf den Grad der Erhöhung der Kennzeichnungskraft ankommt (BGH GRUR 2012, 930 Rdnr. 71 – Bogner B/Barbie B; GRUR 1978, 170, 171 – FAN; BPatG 28 W (pat) 547/16 – Küüdy/CADDY). Die hier relevanten Textilstoffe, Abfalltransportdienste und Recyclingdienstleistungen weisen keine, erst recht keine enge Ähnlichkeit mit technischen Prüfungsdienstleistungen auf, so dass eine Ausstrahlungswirkung zu verneinen ist.

d) Die jüngere Marke hält den bei identischen Vergleichswaren und -dienstleistungen, durchschnittlicher Aufmerksamkeit der angesprochenen Verkehrskreise und normaler Kennzeichnungskraft der älteren Marke gebotenen deutlichen Abstand wegen weit überdurchschnittlicher Markenähnlichkeit nicht mehr ein.

aa) Maßgeblich für die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist der Gesamteindruck der Vergleichsmarken unter Berücksichtigung der unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente (EuGH GRUR 2013, 922 Rdnr. 35 – Specsavers/Asda; BGH GRUR 2013, 833 Rdnr. 30 – Culinaria/Villa Culinaria), wobei von dem allgemeinen Erfahrungsgrundsatz auszugehen ist, dass der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428 Rdnr. 53 – Henkel; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch). Das schließt nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile einer komplexen Marke für den durch die Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein können (EuGH GRUR 2005, 1042 Rdnr. 28 f. – THOMSON LIFE; BGH a. a. O. Rdnr. 37 – OXFORD/Oxford Club m. w. N.; GRUR 2012, 64 Rdnr. 14 – Maalox/Melox-GRY). Voraussetzung hierfür ist, dass die anderen Bestandteile weitgehend in den Hintergrund treten und den Gesamteindruck der Marke nicht mitbestimmen. Die Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit im (Schrift-)Bild, im Klang und im Bedeutungs- oder Sinngesamt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen

angesprochenen Verkehrskreise in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können (EuGH GRUR Int. 2010, 129 Rdnr. 60 – Aceites del Sur-Coosur [La Espagnola/Carbonelle]; BGH GRUR 2016, 382 Rdnr. 37 – BioGourmet). Dabei genügt für die Bejahung der Zeichenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche (EuGH GRUR 2007, 700 Rdnr. 35 – HABM/Shaker [Limoncello/LIMONCHELO]; BGH a. a. O. – BioGourmet).

bb) Die Vergleichsmarken „**Dekratex**“ und „**DEKRA**“ unterscheiden sich in der Gesamtheit und schriftbildlich durch die zusätzliche Endsilbe „tex“ der angegriffenen Marke mit dem optisch sehr prägnanten Schlusskonsonanten „x“.

cc) Allerdings besteht eine sehr hohe klangliche Ähnlichkeit. Denn phonetisch wird der Gesamteindruck der jüngeren Marke durch den Bestandteil „Dekra“ geprägt.

aaa) Die Grundsätze der Prägung werden auch auf einteilige Zeichen angewendet, wenn der Verkehr aufgrund besonderer Umstände Veranlassung hat, das zu einem Wort zusammengesetzte Zeichen zergliedernd und nicht als einheitliche Bezeichnung aufzufassen (BGH GRUR 2013, 631 Rdnr. 33 – AMARULA/Marulablu; GRUR 2010, 729 Rdnr. 34 – MIXI; GRUR 2008, 905 juris-Tz. 38 – Pantohexal). Dabei ist zu prüfen, ob die Anwendung des für kombinierte Zeichen geltenden Prägungsgrundsatzes trotz der formalen Einteiligkeit eines Zeichens ausnahmsweise in Betracht kommt.

bbb) Vorliegend besteht ein solcher Anlass zur zergliedernden Wahrnehmung der angegriffenen Einwortmarke „Dekratex“.

(1) Dafür spricht zum einen, dass die Schlussilbe „tex“ im Zusammenhang mit den für die jüngere Marke registrierten Waren und Dienstleistungen vom Verkehr unschwer als Abkürzung von „textil“ oder „Textilien“ aufgefasst wird, so dass ihr als beschreibender Hinweis auf das hier relevante Warengbiet und die Spezialisierung

der Dienstleistungen auf textile Abfälle keine oder allenfalls eine sehr geringe Kennzeichnungskraft zukommt.

(1.1) Zwar ist die Abkürzung „Tex“ als Maßeinheit für das Gewicht textiler Garne von je 1000 m Länge (1 tex = 1 g/1000m, Bertelsmann Lexikon der Abkürzungen, 1994, S. 441) nur den Fachkreisen bekannt und als Akronym für „Textil(ien)“ lexikalisch nur die Buchstabenfolge „Text.“ nachweisbar (Duden – Das Wörterbuch der Abkürzungen, 6. Aufl. 2011, S. 388; Bertelsmann Lexikon der Abkürzungen, a. a. O.; garant – Wörterbuch Abkürzungen 2008, S. 596).

(1.2) Dennoch ist auch die Endsilbe „tex“ im Stoff- und Bekleidungsbereich seit langer Zeit, mindestens seit 1995 als Hinweis auf Textilien oder textiles Material gebräuchlich, wie zahlreiche Entscheidungen des BPatG und eines Zivilgerichts belegen (BPatG 26 W (pat) 331/93 – DOMOTEX/Komotex; 27 W (pat) 136/94 - CUSH TEX/Carsch; 28 W (pat) 323/96 – FORTEX/GORE-TEX; 27 W (pat) 54/96 – GEOTEX/GORE-TEX; 27 W (pat) 90/97 – Papertex; 27 W (pat) 56/98 – Lady Tex; 29 W (pat) 75/99 – TechnologieZentrum ECO TEXTIL/eco-tex; 33 W (pat) 277/03) – OPTO-TEC/OptoTex); OLG Hamburg GRUR 2000, 180 – JEANTEX/Jeanbax; Beschl. v. 3. Mai 2001-3 U 170/00 - MEDIMEX/Meditex; a. A.: 29 W (pat) 442/98 – REINTEX/RENTEx; 27 W (pat) 185/02 – clima tex/Klimatex/CLIMAT).

(1.3) Teilweise wird auch die Auffassung vertreten, dass die Endsilbe „tex“ im Bereich Textilien und Bekleidung aufgrund vielfacher Verwendung verbraucht und damit nicht geeignet sei, herkunftskennzeichnend zu wirken (BPatG 27 W (pat) 57/94 – ETEX/elitex; 28 W (pat) 188/95 – SUNTEC/Sonntex; 27 W (pat) 175/99) – alltex/Peltex).

(2) Zum anderen ist der Anfangsteil „Dekra“ zumindest klanglich einem großen Teil der ein oder mehrere Kraftfahrzeuge besitzenden Verkehrsteilnehmer als Hinweis auf die Kraftfahrzeugprüfgesellschaft des Widersprechenden bekannt.

(3) Darüber hinaus hat die Silbe „tex“ einen typisch endungsartigen Charakter. Angesichts ihrer harten, kurzen Aussprache setzt sie sich zudem vom vorangehenden Teil „Dekra“ deutlich ab und verschmilzt nicht mit ihm zu einer einheitlichen Lautfolge, geschweige denn zu einer gesamtbegrifflichen Einheit.

ccc) Aufgrund dieser zergliedernden Wahrnehmung sticht der stärker beachtete Anfangsbestandteil „Dekra“ der jüngeren Marke, der über eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft im Bereich der identischen Waren und Dienstleistungen der Klassen 24, 39 und 40 verfügt, phonetisch hervor, während die kennzeichnungsschwache Silbe „tex“ im Gesamteindruck zurücktritt. Damit prägt „Dekra“ den klanglichen Gesamteindruck der angegriffenen Marke.

ddd) Folglich stehen sich die identisch ausgesprochenen Markenwörter „Dekra“ und „DEKRA“ gegenüber, so dass eine unmittelbare Verwechslungsgefahr in auditiver Hinsicht vorliegt.

3. Die Frage, ob auch der vom Widersprechenden geltend gemachte Lösungsgrund des Sonderschutzes der bekannten Marke gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG gegeben ist, kann daher dahinstehen.

III.

Gründe für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen nach § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG sind nicht gegeben.

IV.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Be-

schlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Kortke

Kätker

Dr. von Hartz

prä