

BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 52/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 27 507

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 7. August 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richter Brandt und Engels

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 8. Dezember 1999 aufgehoben, soweit der Widerspruch aus der Marke 2 016 656 zurückgewiesen worden ist.

Die Löschung der angegriffenen Marke 397 27 507 im Markenregister wird angeordnet.

Gründe:

I.

Die Bezeichnung

siehe Abb. 1 am Ende

ist am 6. November 1997 ua für

"Werbung, Unternehmensverwaltung, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung"

eingetragen worden. Die Veröffentlichung der Eintragung der angegriffenen Marke erfolgte am 10. Dezember 1997.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der älteren, am 7. Juli 1992 für

"Planung und Beratung bei der Einrichtung von industriellen Anlagen, Unternehmens- und Organisationsberatung, Führen und Verwalten von Beteiligungen, Vermögens- und Grundstücksverwaltung"

eingetragenen Marke 2 016 656 **ALTANA**, deren Benutzung nicht bestritten ist

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluß vom 8. Dezember 1999 durch eine Beamtin des höheren Dienstes die Verwechslungsgefahr zwischen den Marken verneint und den Widerspruch zurückgewiesen. Die Marken seien zwar teilweise zur Kennzeichnung wirtschaftlich nahestehender Dienstleistungen bestimmt, zB "Unternehmens- und Organisationsberatung" einerseits und "Werbung, Unternehmensverwaltung" andererseits. Den danach erforderlichen Markenabstand halte die jüngere Marke sowohl klanglich, als auch schriftbildlich ein, wobei noch hinzukomme, dass die angegriffene Marke eine besondere graphische Gestaltung der Buchstaben (teilweise in doppelter Linie) aufweise.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem Antrag,

den Beschluß der Markenstelle vom 8. Dezember 1999 aufzuheben, die Verwechslungsgefahr zu bejahen und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die sich gegenüberstehenden Dienstleistungen seien ähnlich, da sie typischerweise von denselben Unternehmen erbracht würden. Die Ähnlichkeit ergebe sich

auch daraus, dass sich die jeweiligen Leistungen an die gleichen Abnehmerkreise, nämlich Unternehmen, richteten. Die Zeichen seien sich klanglich und schriftbildlich aufgrund der Abweichung in nur einem Buchstaben, zudem im weniger beachteten hinteren Wortteil, stark ähnlich. Der Verkehr schenke der graphischen Gestaltung der angegriffenen Marke keine besondere Beachtung, da es sich um eine häufig verwendete Buchstabentype handele. Zwischen den Marken bestehe danach eine Verwechslungsgefahr.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen

Die Markenstelle habe die Verwechslungsgefahr zurecht verneint. Selbst wenn man die besondere graphische Gestaltung der angegriffenen Marke außer Acht lasse, würde der Unterschied zwischen dem "A" und "I" in jeder Schreibweise hinlänglich ins Auge springen, wobei die Widerspruchsmarke durch die drei großen "A" gekennzeichnet sei. Auch klanglich unterschieden sich die Marken aufgrund der Vokalfolgen deutlich. Die zu vergleichenden Dienstleistungen ständen sich nicht so nahe, dass ein "erheblicher" Markenabstand erforderlich wäre. Die Dienstleistungsähnlichkeit könne nicht aus den Dienstleistungsverzeichnissen von Dritteintragungen hergeleitet werden. Vielmehr sei entscheidend, welche Dienstleistungen von jeweils demselben Unternehmen auf dem Markt angeboten werden.

Wegen der Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts sowie auf die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig und hat auch in der Sache Erfolg.

Nach Auffassung des Senats besteht wegen der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken und der Ähnlichkeit der jeweiligen Waren die Gefahr von Verwechslungen im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG, so dass auf den nach § 42 Abs 2 Nr 1 MarkenG erhobenen Widerspruch die Löschung der angegriffenen Marke gemäß § 43 Abs 2 Satz 1 MarkenG anzuordnen war.

Da Benutzungsfragen im vorliegenden Verfahren nicht aufgeworfen sind, ist bei den sich gegenüberstehenden Dienstleistungen von der Registerlage auszugehen. Danach können die jeweiligen Dienstleistungen nach Art und Zweck sowie der Vorstellung des Verkehrs, dass die Dienstleistungen unter der gleichen Verantwortung erbracht werden (vgl BGH MarkenR 2001, 31, 33 – Wintergarten), identisch sein bzw zumindest im engeren Ähnlichkeitsbereich liegen.

Wie bereits die Markenstelle ausgeführt hat, können zunächst die Dienstleistungen "Werbung, Unternehmensverwaltung" der angegriffenen Marke insbesondere den Dienstleistungen "Unternehmens- und Organisationsberatung" auf Seiten der Widerspruchsmarke wirtschaftlich nahe stehen und darüber hinaus nach deren Art und Zweck auch gleiche Gegenstände und Inhalte betreffen. Schließlich muss gerade bei Berücksichtigung der Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke, es komme für die Dienstleistungsähnlichkeit entscheidend darauf an, welche Dienstleistungen von jeweils demselben Unternehmen auf dem Markt angeboten werden, von einer engen Ähnlichkeit der Dienstleistungen der Widerspruchsmarke auch mit der Dienstleistung "Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung der angegriffenen Marke nach den tatsächlichen Gegebenheiten auf dem hier relevanten Gebiet ausgegangen werden. So lässt sich zB aufgrund einer Internet-Recherche ohne weiteres feststellen, dass das Leistungs- und Beratungsspektrum nahezu aller Unternehmensberatungs-Gesellschaften auch, zum Teil sogar schwerpunktmäßig, den Internet-/EDV-/IT-Bereich einschließlich "Entwicklung und Programmierung", "Softwareentwicklung" etc umfasst. Unter Berücksichtigung dieser Marktverhältnisse ist davon auszugehen, dass jedenfalls die hier als Ver-

kehrskreise wohl ausschließlich angesprochenen Fachleute die genannten Dienstleistungen dem gleichen betrieblichen Verantwortungsbereich zuordnen werden.

Bei seiner Entscheidung geht der Senat von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus, da Anhaltspunkte, die in eine andere Richtung weisen, nicht ersichtlich sind.

Unter Berücksichtigung der vorgenannten Umstände, insbesondere der Warenlage, der angesprochenen Verkehrskreise und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sind die an den Markenabstand zur Vermeidung der Kollisionsgefahr zu stellenden Anforderungen hier nicht mehr ganz erfüllt. Die Marken sind nach Auffassung des Senats im Gesamteindruck so stark angenähert, daß eine hinreichend sichere Unterscheidung nicht gewährleistet und die Verwechslungsgefahr iSv § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zu bejahen ist.

Der für die Beurteilung insoweit maßgebliche klangliche Gesamteindruck wird dadurch verwechselbar ähnlich gestaltet, daß die Marken "ALTINA" und "ALTANA" bei gleicher Sprechsilbenzahl und gleichem Sprech- und Betonungsrhythmus bis auf den Vokal ("i" bzw "a") der jeweils zweiten Silbe identisch übereinstimmen. Sie haben damit einen ohnehin regelmäßig besonders beachteten gemeinsamen Wortanfang (vgl BGH GRUR 1999, 735, 736 "MONOFLAM/POLYFLAM"; GRUR 1995, 50 "Indorektal/Indohexal") sowie einen identischen Wortausklang.

Angesichts dieser weit überwiegenden Gemeinsamkeiten vermag der isoliert betrachtet durchaus deutliche Klangunterschied zwischen den Vokalen "i" bzw "a" der jeweils zweiten Sprechsilben das Gesamtklangbild der Marken nicht hinreichend anders zu gestalten. Denn auch wenn beide Wörter üblicherweise auf den Mittelsilben betont werden, tritt dieser Unterschied im regelmäßig weniger auffällige Wortinneren – anders als möglicherweise am Wortanfang - nicht derart auffällig hervor, daß sich daraus bereits ein nicht verwechselbarer Gesamteindruck ergibt. Berücksichtigt man schließlich, daß sich die Markenwörter regelmäßig nicht

gleichzeitig gegenübertreten, so daß sich die Verkehrsauffassung meist nur aufgrund eines eher undeutlichen Erinnerungseindrucks bildet, kann eine klangliche Verwechslungsgefahr unter den hier vorliegenden Gesamtumständen nicht verneint werden.

Bei diesem Ergebnis kann für die Entscheidung dahinstehen, ob sich die Marken auch im Schriftbild verwechselbar nahe kommen. Nach Auffassung des Senats sind jedoch auch die Schriftbilder insbesondere bei der jeweils eingetragenen Schreibweise in Versalien – und zwar auch unter Berücksichtigung der doppellichten Schrift der angegriffenen Marke – so stark angenähert, dass der figürliche Unterschied zwischen den einzigen abweichenden Buchstaben im Wortinneren die Unterscheidbarkeit der Wörter nicht hinreichend gewährleistet.

Nach alledem war der angefochtene Beschluss der Markenstelle, soweit der Widerspruchs aus der Marke 2 016 656 zurückgewiesen worden ist, auf die Beschwerde der Widersprechenden aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlaß, § 71 Abs 1 MarkenG.

Kliems

Engels

Brandt

Abb. 1

