



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 169/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
15. November 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 15 022

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 15. November 2006 durch ...

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. Juli 2004 wird aufgehoben.
2. Das Deutsche Patent- und Markenamt wird angewiesen, die Löschung der Marke 301 15 022 anzuordnen.

Gründe

I.

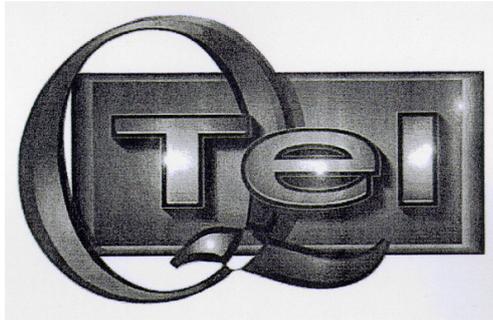
Gegen die Eintragung der Wortmarke

IQtel

für die Waren und Dienstleistungen

Instrumente und Geräte für die Telekommunikation; Wartung und Instandhaltung von Telekommunikationsapparaten; Telekommunikation

wurde Widerspruch erhoben aus der Wort-/Bildmarke



eingetragen für verschiedene Dienstleistungen, u. a. für

Telekommunikation, insbesondere Telefondienstleistungen einschließlich Übertragung von Ton und Bild.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 21. Juli 2004 zurückgewiesen. Die Wortelemente der Widerspruchsmarke wiesen für die in Rede stehenden Telekommunikationsdienstleistungen nur eine geringe Kennzeichnungskraft auf, denn der Buchstabe „Q“ sei das übliche Kürzel für Qualität und das Kurzwort „Tel“ als Abkürzung der Begriffe „Telefonie, Telekommunikation“ weit verbreitet. Der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke beschränke sich deshalb auf deren konkrete grafische Ausgestaltung, die sich von der angegriffenen Wortmarke deutlich unterscheide, so dass der wegen der teilweisen Identität der beiderseitigen Dienstleistungen gebotene strenge Abstand zwischen den Marken gewahrt bleibe.

Die Widersprechende hat Beschwerde eingelegt. Zur Begründung führt sie im Wesentlichen aus, dass der Buchstabe „Q“ auf dem hier allein zu berücksichtigenden Gebiet der Telekommunikation weder in Alleinstellung noch in Kombination mit dem weiteren Markenbestandteil „Tel“ eine beschreibende Bedeutung aufweise und deshalb als zumindest durchschnittlich kennzeichnungskräftig anzusehen sei. Als eine einprägsame und leicht auszusprechende Buchstabenfolge werde „Q-Tel“ deshalb im Gesamteindruck der Widerspruchsmarke vom Verkehr als kennzeichnender Teil wahrgenommen. Die angegriffene Marke unterscheide

sich davon lediglich durch den hellen und eher klangschwachen Vokal „I“ am Wortanfang, der sowohl schriftbildlich als auch klanglich gegenüber dem Buchstaben „Q“ in den Hintergrund trete, so dass von einer erheblichen Markenähnlichkeit auszugehen sei.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Löschung der Marke anzuordnen.

Die Inhaber der angegriffenen Marke haben keinen Antrag gestellt und sich in der Sache nicht geäußert.

II.

Die nach § 165 Abs. 4 a. F. i. V. m. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Der Beschluss der Markenstelle war aufzuheben und das Deutsche Patent- und Markenamt zur Löschung der jüngeren Marke anzuweisen, weil für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht (§ 42 Abs. 2 Nr. 1 i. V. m. § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 43 Abs. 2 Satz 1 MarkenG).

1. Die Frage der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen den Beurteilungskriterien der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit, der Markenähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, Rn. 17 ff. - Canon; BGH GRUR 2006, 60, 61

- cocodrillo; GRUR 2006, 859, Tz. 16 - Malteserkreuz). Nach diesen Grundsätzen ist im vorliegenden Fall die Verwechslungsgefahr zu bejahen.

2. Für die Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit ist von der Registerlage auszugehen, da Benutzungsfragen nicht zu erörtern waren. Zu berücksichtigen sind dabei nach ständiger Rechtsprechung alle erheblichen Umstände, die das Verhältnis der Waren oder Dienstleistungen zueinander kennzeichnen. Dazu zählen insbesondere die Art, der Verwendungszweck und die Nutzung sowie ihre Eigenart als miteinander konkurrierende oder ergänzende Waren oder Dienstleistungen (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, Rn. 23 - Canon; BGH GRUR 2001, 507, 508 - EVIAN/REVIAN). Soweit sich im vorliegenden Fall Waren und Dienstleistungen gegenüberstehen, kommt es für eine die Verwechslungsgefahr begründende Ähnlichkeit darauf an, ob das Publikum annimmt, die Ware und die Dienstleistung stammten aus demselben oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen. Eine Ähnlichkeit ist regelmäßig dann anzunehmen, wenn der Verkehr der Fehlvorstellung unterliegt, dass der Hersteller der in Rede stehenden Waren auch als Erbringer der betreffenden Dienstleistungen am Markt auftritt (vgl. BGH GRUR 2004, 241, 243 - GeDIOS).

Die Dienstleistung „Telekommunikation“ ist identisch in beiden Verzeichnissen enthalten. Die weiteren Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke „Instrumente und Geräte für die Telekommunikation; Wartung und Instandhaltung von Telekommunikationsapparaten“ liegen im Ähnlichkeitsbereich mit der von der Widerspruchsmarke erfassten Dienstleistung „Telekommunikation“. Der Oberbegriff der Telekommunikation umfasst u. a. die im Bereich von Festnetztelefonie, Mobilfunk und Internet erbrachten Kommunikationsdienste. In diesem Bereich ist der Verkehr daran gewöhnt, dass ergänzend zu den Verbindungs- und Übertragungsdiensten auch zugehörige Geräte, wie z. B. Telefone, Mobiltelefone, Router und Modems sowie entsprechende Wartungsdienste angeboten werden (vgl. BPatG 29 W (pat) 147/02 - vtron/CYTRON). Auf Grund dieser engen Berührungs-

punkte kann der Verkehr eine gemeinsame betriebliche Herkunft annehmen, wenn er den genannten Waren und Dienstleistungen nebeneinander begegnet.

3. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist durchschnittlich. Nach der vom Senat durchgeführten Recherche lässt sich nicht feststellen, dass der Buchstabe „Q“ auf dem Gebiet der Telekommunikation eine gebräuchliche Abkürzung der Begriffe „Quality“ bzw. „Qualität“ darstellt. Trotz des beschreibenden Anklangs des weiteren Wortbestandteils „Tel“ ist die Widerspruchsmarke daher als normal kennzeichnungskräftig anzusehen. Anhaltspunkte für eine infolge intensiver Benutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft sind für den Senat nicht ersichtlich und von der Widersprechenden auch nicht vorgetragen.

4. Unter Berücksichtigung der teilweisen Dienstleistungsidentität bzw. der engen Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren und Dienstleistungen sowie der durchschnittlichen Kennzeichnungskraft hält die jüngere Marke den zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr erforderlichen Abstand nicht ein.

4.1. Die Markenähnlichkeit ist anhand des Gesamteindrucks beider Marken nach Schriftbild, Klang und Bedeutungsgehalt zu beurteilen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042, Rn. 28 - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2006, 60, Tz. 17 - coccodrillo; BGH GRUR 2006, 859, Tz. 17 f. - Malteserkreuz).

4.2. Die beiden Marken enthalten übereinstimmend die Buchstabenfolge „Qtel“, unterscheiden sich aber durch den Anfangsbuchstaben „l“ der jüngeren Marke und die grafische Ausgestaltung der Widerspruchsmarke. Im schriftbildlichen Gesamteindruck überwiegen damit die Zeichenunterschiede. In klanglicher Hinsicht reduzieren sich diese Unterschiede jedoch auf die unterschiedlichen Anfangslaute „Q“

und „I“. Der Konsonant „Q“ ist sowohl bei deutscher [ku] als auch bei englischer Aussprache [kju], die auf dem hier einschlägigen Gebiet der Kommunikationstechnologie mit einzubeziehen ist, durch die Verbindung mit dem dunklen Vokal „u“ klanglich markant und auffällig. Demgegenüber tritt der klangschwache Vokal „I“ bei deutscher [i] gleichermaßen wie bei englischer Aussprache [ei] in den Hintergrund. Damit sind die klanglichen Zeichenunterschiede zu gering, um die Gefahr von Verwechslungen ausschließen zu können.

4.2. Die klangliche Markenähnlichkeit wird auch nicht durch einen unterschiedlichen Bedeutungsgehalt der Buchstabenfolgen „IQtel“ und „QTel“ reduziert. Dies setzt nämlich voraus, dass mindestens eine der Marken eine konkrete Bedeutung aufweist, die das Publikum ohne weiteres erfasst und deshalb die bildlichen oder klanglichen Zeichenunterschiede deutlicher wahrnimmt (vgl. EuGH GRUR 2006, 237, Rn. 20 ff. - PICASSO; BGH GRUR 2003, 1044, 1046 - Kelly; GRUR 2005, 326, 327 - il Padrone/Il Portone).

Zwar findet die Buchstabenfolge „IQ“ nach der vom Senat durchgeführten Recherche in der Allgemeinsprache ebenso wie in der hier einschlägigen technischen Fachsprache vielfältig als Abkürzung Verwendung, z. B. für „Intelligenzquotient/intelligence quotient, instrument quality/Messgenauigkeit, Investitionsquote, Information Quick, Interactive Query, Information Quality“ (vgl. Bertelsmann, Lexikon der Abkürzungen, 1994, S. 272; Duden, Das Wörterbuch der Abkürzungen, 2005, S. 226; Kajan, Information Technology Encyclopedia and Acronyms, 2002, S. 270; Vlietstra, Dictionary of Acronyms and Technical Abbreviations, 2001, S. 310). Aufgrund dieser verschiedenen möglichen Bedeutungen ist aber nicht anzunehmen, dass der Verkehr dem Markenwort „IQtel“ ohne weiteres eine konkrete Bedeutung zuordnet, zumal die Buchstabenfolge „tel“ trotz des beschreibenden Anklangs an die Begriffe „Telefon“ und „Telekommunikation“ ebenfalls keinen eindeutigen Begriffsinhalt aufweist (vgl. BPatG GRUR 2003, 64, 65 - T-Flexi-

tel/Flexitel). Auf Grund der klanglichen Markenähnlichkeit war daher die Verwechslungsgefahr zu bejahen.

5. Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst (§ 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG).

gez.

Unterschriften