



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 157/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. Mai 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angegriffene Marke 302 02 270

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 8. Mai 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 19 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 12. Mai 2004 aufgehoben.

Der Widerspruch aus der Marke 301 20 856 wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Eingetragen unter 302 02 270 am 5. Juli 2002 – nach Beschränkung im Beschwerdeverfahren – für die Waren

Schiebeläden für Fenster, Türen und Tore; vorgenannte Waren nicht aus Metall (soweit in Klasse 19 enthalten)

ist die Wortmarke

Vakutemp.

Widerspruch wurde erhoben aus der am 13. August 2001 unter 301 20 856 für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 6, 17, 19, 37, 42

Baumaterialien, aus metallischen und/oder nicht metallischen Werkstoffen, wie Beton, Bitumen, Stein, Fliesen, Holz und Holzverbundwerkstoffe, Kalk, Sand, Kies; transportable Bauten, wie Schuppen, Gewächshäuser, Fertigteilhäuser, Wintergärten, sämtlich aus Holz, Metall, Glas; Fertigteile für Häuser, wie komplette, Wandteile, Dachteile, Bodenpartien für Häuser im vorgefertigten Zustand, sämtlich aus Holz, Metall, Glas; Isolierstoffe, nämlich Lehm, Zellulose, Hobelspäne, Wolle, Flachs, Hanf, Textilien, Papier, Pappe, Stroh, Dämmstoffe für Wärmedämmung (soweit in Klasse 17 enthalten), Isolierstoffe aus aufgeschäumtem Kunststoff, Steinwolle; organische und unorganische Isolierstoffe in Matten-, Platten- und Vliesform, Metall-, Holz- und Kunststoffprofile und -ständer für Bauzwecke; vorgefertigte Bauteile zur Herstellung von Decken, Böden und Wänden, vormontierte Bauelemente aus Metall, Holz und/oder Kunststoff, im Wesentlichen bestehend aus Ständern, Traversen, Paneelen, Rohren und Behältern; Bauwesen; Bauplanung, technische Planung, Errichtung, Um- und Ausbau, Reparatur, Wartung von Häusern mit geringem Energieverbrauch, Blockhäusern, Niedrigenergiehäusern, Passivhäusern, Fertigteilhäusern und Bauten in ökologischer, recourcenschonender Bauweise

eingetragenen Wortmarke

Vakudämm.

Die Markenstelle für Kl. 19 hat die angegriffene Marke aufgrund des Widerspruchs wegen Verwechslungsgefahr vollständig gelöscht. Bei engerer Warenähnlichkeit

halte die jüngere Marke den gebotenen Abstand nicht ein. Bei Übereinstimmung in der ersten und zweiten Silbe, Gemeinsamkeiten hinsichtlich Silbenanzahl und Wortlänge, annähernd gleicher Vokalfolge, annähernd gleich klingendem Eingangskonsonanten „t/d“ der dritten Silbe falle der einzige Unterschied im Schlusskonsonanten „P“ nicht ins Gewicht. Der Sinngehalt der Widerspruchsmarke mit dem Hinweis auf „Dämm“-materialien komme demjenigen, der sich verhöre, nicht ins Bewusstsein.

Hiergegen hat die Inhaberin der angegriffenen Marken Beschwerde eingelegt und im Wesentlichen ausgeführt, der Widerspruchsmarke komme wegen des Hinweises auf Dämmung und Isolierungen nur eine geschwächte Kennzeichnungskraft zu. Hinsichtlich der Vergleichswaren bestünde wegen der unterschiedlichen Herstellungs- und Vertriebswege keine Warenähnlichkeit.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

(auf der Grundlage des eingeschränkten Warenverzeichnisses)
den angefochtenen Beschluss der Markenstelle vom 12. Mai 2004
aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.
Sie regt im Übrigen die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

Der Inhaber der Widerspruchsmarke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er führt aus, angesichts eng ähnlicher Waren sei der Markenabstand nicht eingehalten. Die begrifflichen Anklänge – soweit sie überhaupt wahrgenommen würden – lägen eng beieinander. Der Einsatz eines Vakuumdämmsystems für den Baubereich sei vom Widersprechenden entwickelt worden, die Verwendung des Begriffes könne daher die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht schwächen.

Ergänzend wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke hat nach Beschränkung des Warenverzeichnisses in der Sache Erfolg.

Die angegriffene Marke ist nicht nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu löschen, weil sie der Widerspruchsmarke nicht so ähnlich ist, dass die Gefahr von Verwechslungen besteht.

1. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH st. Rspr. vgl. GRUR 2005, 513 - MEY/Ella May; WRP 2004, 1281 - Mustang; WRP 2004, 1043 – NEUROVIBOLEX-/NEURO-FIBRAFLEX; WRP 2004, 907 - Kleiner Feigling).

2. Bei seiner Entscheidung geht der Senat von einer eher unterdurchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit einem eingeschränkten Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus.

Bei der Kombination „Vakudämm“ handelt es sich in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen um eine deutlich sprechende Marke mit mindestens beschreibenden Anklängen. Der Begriff „Vakuumdämmung“ bleibt in der Widerspruchsmarke deutlich erkennbar. Neben dem Bestandteil „dämm“ ist auch die Verkürzung von „Vakuu/Vacuum“ auf „Vaku/Vacu“ aus vielen anderen Bereichen, die das Prinzip des Vakuums bzw. der Evakuierung nutzen, nicht zuletzt aus

zahlreichen Markennamen allgemein bekannt (vgl. Google zu „Vaku/Vacu“), auch wenn bislang die übliche Abkürzung von Vakuum vac ist (vgl. Koblischke, Großes Abkürzungswörterbuch; DeSola Abbreviations Dictionary 6. Aufl.). „Das Prinzip, niedrige Wärmeleitfähigkeit durch Evakuieren zu erreichen, ist von der Thermoskanne bekannt...Flache evakuierte Isolationen in der Ausführung von Vakuum-Isolations-Paneeelen VIPs wurden in den 70er Jahren für den Einsatz in Kühl- und Tiefkühlgeräten entwickelt...“ Durch die Entwicklung von weiter verbesserten (Hochbarriere)Folien und modifizierten Füllkernen ist auch eine Verwendung im Baubereich, wo zunehmend höhere Anforderungen an die Wärmedämmung gestellt werden, möglich geworden (vgl. Vakuum-Isolations-Paneele VIPs unter <http://www.vip-bau.de/technik.htm>). So wird der Begriff im Baubereich unter anderem im Bereich des sogenannten Passivhauses und auch der Altbausanierung verwendet (vgl. hierzu „Insbesondere die Verwendung von Vakuumdämmung (VIP) eröffnet hier ein großes neues Potential“ unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Passivhaus> sowie „Vermeidung von Wärmebrücken durch Vakuumdämmung: Vakuumdämmung ist der Begriff für einen neuen Dämmstoff, der unter anderem auch unter dem Begriff „evakuierte Dämmung“ zu finden ist.“ unter http://www.passivhaus.de/Konzept_Referenzen/ref_Pflegeheim.htm).

Der Begriff „Vakudämm“ wirkt daher auch in Verbindung mit den Waren und Dienstleistungen aus dem Baubereich als beschreibender Hinweis.

Dem steht nicht entgegen, dass nach Angaben des Widersprechenden das Prinzip der Vakuumdämmung für den Baubereich vom Widersprechenden unter Verwendung besonders geeigneter Materialien und Verfahren umgesetzt worden sei. Auch wenn der Begriff „Vakuumdämmung“ für den Baubereich eine Neuschöpfung durch den Widersprechenden sein sollte, so wäre er vom Widersprechenden aus dem vorhandenen Wortschatz sprachüblich gebildet und lässt ebenso wie der oben erläuterte Begriff „Vakuum-Isolations-Paneeel VPI“ aus der Kälte- und Isolationstechnik auch hier einen beschreibenden Bedeutungsgehalt deutlich anklingen.

3. Eine Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren ist anzunehmen, wenn diese unter Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander kenn-

zeichnen - insbesondere ihrer Beschaffenheit, ihrer regelmäßigen betrieblichen Herkunft, ihrer regelmäßigen Vertriebs- oder Erbringungsart, ihrem Verwendungszweck und ihrer Nutzung, ihrer wirtschaftlichen Bedeutung, ihrer Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte und Leistungen oder anderer für die Frage der Verwechslungsgefahr wesentlicher Gründe - so enge Berührungspunkte aufweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein können, sie stammten aus demselben oder gegebenenfalls wirtschaftlich verbundenen Unternehmen, sofern sie mit identischen Marken gekennzeichnet sind (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 9 Rdn. 57). Dabei reicht der Umstand, dass sich die Waren in irgendeiner Hinsicht ergänzen können, zur Feststellung der Ähnlichkeit noch nicht generell aus. Vielmehr ist eine gegenseitige Ergänzung in dem Sinne notwendig, dass dadurch die Annahme gemeinsamer oder doch miteinander verbundener Ursprungsstätten nahe gelegt wird und damit auch der Kontrolle und Qualitätsverantwortung desselben Unternehmens (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O. § 9 Rdn. 105). Daher liegt eine Warenähnlichkeit dann vor, wenn das Publikum glauben könnte, dass die betroffenen Waren aus demselben Unternehmen oder ggf. aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. Dabei ist für die Ähnlichkeit der Waren nicht die Feststellung gleicher Herkunftsstätten entscheidend, sondern die Erwartung des Verkehrs von einer Verantwortlichkeit desselben Unternehmens für die Qualität der Waren (vgl. BGH, GRUR 1999, 731 Canon II).

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze sind die sich gegenüberstehenden Waren nur als entfernt ähnlich anzusehen.

Bei den von der angegriffenen Marke noch beanspruchten „Schiebeläden“ handelt es sich nicht um Fertigteile für Häuser oder vorgefertigte Bauteile oder vormontierte Bauelemente im Sinne der von der Widerspruchsmarke beanspruchten Waren. Die Widerspruchsmarke beansprucht insbesondere Wand- und Dachteile sowie vorgefertigte Bodenpartien für Häuser; vorgefertigte Bauteile zur Herstellung von Decken, Böden und Wänden sowie vormontierte Bauelemente im Wesentlichen bestehend aus Ständern, Traversen, Paneelen, Rohren und Behältern. Da-

mit handelt es sich um Bauteile, die als vorgefertigte Elemente insbesondere im Fertigbau eingesetzt werden und mit entsprechenden Anschlüssen und Verbindungen versehen als Einheiten zusammengesetzt werden können. Im Gegensatz dazu handelt es sich bei den von der angegriffenen Marke beanspruchten Schiebeläden, die zu dem gesonderten Gewerk Rollladen- und Sonnenschutztechnik gehören, um auf mechanischen Betrieb ausgerichtete Elemente, die vom Rollladen- oder Jalousienbauer vor Ort gesondert eingebaut und angepasst werden (vgl. Bundesverband Rolladen+Sonnenschutz e. V. unter <http://www.bv-rolladen.de/innungen/index.aspx>). Schiebeläden bestehen zudem nicht nur aus den Läden an sich, die aus unterschiedlichen Elementen und Materialien bestehen können, sondern zusätzlich aus dem Rahmen, den Führungsschienen und einer mehr oder weniger aufwendigen Betätigungsautomatik oder –steuerung.

Die Vergleichswaren unterscheiden sich damit hinsichtlich Zusammensetzung, Herstellung, Vertrieb und Verwendung ausreichend, auch wenn sie insgesamt im Hausbau Einsatz finden, so dass ein deutlicher Warenabstand gegeben ist.

4. Den bei reduzierter Kennzeichnungskraft und nur entfernt ähnlichen Vergleichswaren zu fordernden geringen Markenabstand hält die angegriffene Marke in jeder Hinsicht ein.

Die Ähnlichkeit von Wortzeichen ist anhand ihres klanglichen und schriftbildlichen Eindrucks sowie ihres Sinngehalts zu ermitteln. Für die Annahme einer Verwechslungsgefahr reicht in aller Regel bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer Hinsicht aus. Dabei kommt es auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen an. Dies entspricht dem Erfahrungssatz, dass der Verkehr Marken regelmäßig in der Form aufnimmt, in der sie ihm entgegentreten und sie nicht einer analysierenden, zergliedernden, möglichen Bestandteilen und deren Bedeutung nachgehenden Betrachtung unterzieht. Dabei bleibt auch ein beschreibender Bestandteil bei der Feststellung des Gesamteindrucks nicht außer Betracht, sondern ist mit zu berücksichtigen (vgl. BGH a. a. O. NEUROVIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

Bei Anwendung dieser Grundsätze ergibt sich, dass sich die gegenüberstehenden Marken in ihrem Gesamteindruck ausreichend unterscheiden.

Eine klangliche Ähnlichkeit ist zu verneinen. Zwar stimmen die beiden Marken im Anfangsbestandteil „Vaku“ überein, dabei handelt es sich aber wie oben dargelegt um einen kennzeichnungsschwachen Bestandteil, so dass sich die Aufmerksamkeit auf die abweichenden weiteren Markenelemente verlagert abweichend vom Grundsatz, dass Wortanfängen sonst größere Aufmerksamkeit geschenkt wird. Die in den Vergleichsmarken abweichenden letzten Silben verleihen der Widerspruchsmarke ein gegenüber der angegriffenen Marke abweichendes Klangbild. So sind die Eingangskonsonanten „t“ und „d“ vor allem aber der Schlusskonsonant „p“ ausreichende Abweichungen. Die von dem Widersprechenden angeführte gleichermaßen weiche Aussprache für diese Konsonanten gilt nur für räumlich begrenzte Gebiete und kann nicht als allgemein gültig angesehen werden.

Dieser Eindruck wird noch verstärkt durch den in den Vergleichsmarken deutlich erkennbaren unterschiedlichen Begriffsgehalt. Der in beiden Vergleichsmarken übereinstimmende Wortbestandteil „Vaku“ bildet mit den nachfolgenden ebenfalls kennzeichnungsschwachen Bestandteilen eine jeweils neue sinnvolle Verbindung. Wie bei der Widerspruchsmarke ist auch bei der angegriffenen Marke ein beschreibender Anklang im zweiten Bestandteil erkennbar. „temp“ ist im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der angegriffenen Marke eine allgemein verständliche Verkürzung des Begriffes „Temperatur“. Da Schiebeläden wie Rollläden nicht nur dem Sonnen- und Schallschutz dienen, sondern auch einen Wärmeverlust verhindern sollen, hat auch die angegriffene Marke erkennbar beschreibende Anklänge. Durch das wie oben erläutert ausreichend unterschiedliche Klangbild wird dem Verkehr der begriffliche Unterschied der Einzelelemente und damit auch der jeweils unterschiedlichen Kombination in den Vergleichsmarken auch un-
schwer bewusst.

Anhaltspunkte für das Vorliegen anderer Fälle von Verwechslungsgefahr sind nicht ersichtlich.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

gez.

Unterschriften