



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 72/11

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2008 051 722.0

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. März 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Hermann

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die für u. a. die Dienstleistungen

Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet; Vermittlung von Verträgen für Dritte, über die Erbringung von Dienstleistungen; Vermittlung von Verträgen für Dritte, über den An- und Verkauf von Waren; Werbung; Unternehmensberatung; Verkaufsförderung (Sales promotion) (für Dritte); Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Zusammenstellung von Waren für Dritte zu Präsentations- und Verkaufszwecken

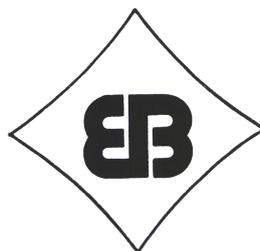
eingetragene Marke



ist Widerspruch erhoben worden aus der für u. a. die Dienstleistungen

Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Beratungsdienste in Fragen der Geschäftsführung, betriebswirtschaftliche Beratung, betriebswirtschaftliche und organisatorische Beratung, Informationen in Geschäftsangelegenheiten, Werbung, Waren- und Dienstleistungspräsentation.

registrierten Gemeinschaftsmarke EM003675741



Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, eine Verwechslungsgefahr in Bezug auf die Dienstleistungen „Werbung, Unternehmensberatung; Verkaufsförderung (sales promotion) (für Dritte); Waren- und

Dienstleistungspräsentationen“ festgestellt und die jüngere Marke insoweit gelöscht, §§ 125 b Nr. 1, 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2, 43 Abs. 2 S. 1 MarkenG.

Hiergegen richtet sich die Markeninhaberin mit ihrer Beschwerde vom 26. September 2011, wobei sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. August 2011 aufzuheben, soweit die teilweise Löschung der angegriffenen Marke beschlossen worden ist, und den Widerspruch auch insoweit zurückzuweisen.

Eine Begründung der Beschwerde ist nicht zur Akte gelangt.

II

Die form- und fristgerecht eingelegte Beschwerde des Markeninhabers ist auch im Übrigen gemäß § 64 Abs. 6 MarkenG zulässig, erweist sich jedoch als unbegründet. Zwischen der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke besteht in dem von der Markenstelle festgestellten Umfang die Gefahr von Verwechslungen i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, so dass mit dem angegriffenen Beschluss zu Recht die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für die betroffenen Dienstleistungen ausgesprochen worden ist.

Die Markenstelle ist bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr zutreffend davon ausgegangen, dass diese nach ständiger Rechtsprechung unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu beurteilen ist und dabei eine Wechselwirkung zwischen allen in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der zu beurteilenden Marken, der Identität oder Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älte-

ren Marke in der Weise besteht, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen oder der Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (EuGH GRUR 2006, 237, 238, Nr. 18 f. – PICASSO; BGH GRUR 2005, 513, 514 – MEY/Ella May; GRUR 2006, 859, 861 - Malteserkreuz; GRUR 2007, 235 ff. – Goldhase).

Hiervon ausgehend hat sie ferner zutreffend festgestellt, dass zwischen den Dienstleistungen der Klasse 35, für die sie die teilweise Löschung der angegriffenen Marke ausgesprochen hat, und den Dienstleistungen, für die die Widerspruchsmarke eingetragen ist, Identität i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht, was auch die Markeninhaberin nicht in Abrede stellt.

Ausgehend von dieser Identität der Dienstleistungen und einer zutreffend auch von der Markenstelle angenommenen, durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke besteht zwischen den beiderseitigen Marken in dem von der Markenstelle festgestellten Umfang die Gefahr von Verwechslungen i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Denn bei dieser unwidersprochen gegebenen Ausgangssituation sind die Anforderungen an den Markenabstand überdurchschnittlich hoch.

Zutreffend hat die Markenstelle bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr darauf abgestellt, dass eine Ähnlichkeit der Vergleichsmarken im Klang, im Schriftbild oder im Bedeutungs-/Sinngelalt gegeben ist. Zur Bejahung der (unmittelbaren) Verwechslungsgefahr genügt dabei die hinreichende Übereinstimmung der sich gegenüberstehenden Marken unter einem dieser Vergleichsparameter. Die Markenähnlichkeit ist dabei jeweils anhand des Gesamteindrucks der Marken zu beurteilen (EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2006, 60 - COCCODRILLO).

Den erforderlichen Abstand hält die jüngere Marke jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht ein, worauf die Markenstelle zutreffend abgestellt hat. Bei der klanglichen Beurteilung ist von dem Grundsatz „Wort vor Bild“ auszugehen. Das bedeutet, dass Wort-Bildmarken in der Regel mit dem Wortbestandteil als einfachster und kürzester Benennungsform bezeichnet werden. Anhaltspunkte für eine Ausnahme von dieser Regel – etwa ein beherrschender Bildbestandteil oder eine Kennzeichnungsschwäche der Wort (hier Buchstaben-) bestandteile - sind nicht ersichtlich. Es ist deshalb davon auszugehen, dass beide Marken klanglich mit der Buchstabenfolge „E B“ bezeichnet werden und insoweit also identisch sind.

Mangels Begründung der Beschwerde ist auch nicht ersichtlich, inwieweit die Markeninhaberin den angefochtenen Beschluss für angreifbar hält.

Die Beschwerde ist daher als unbegründet zurückzuweisen.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Hermann

Bb