

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 164/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
20. September 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 13 818

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. September 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterin Martens und des Richters Schramm

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß des Deutschen Patentamts - Markenstelle für Klasse 12 - vom 7. Juli 1999 insoweit aufgehoben, als der Widerspruch auch hinsichtlich der Waren "Fahrzeuge, Teile von Fahrzeugen" zurückgewiesen worden ist.

Wegen des Widerspruchs aus der Marke 875 039 wird insoweit die Löschung der angegriffenen Marke 397 13 818 angeordnet.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Gegen die für die Waren und Dienstleistungen

"Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser; Teile der vorgenannten Waren, soweit in Klasse 12 enthalten; Reparatur und Instandhaltung von Fahrzeugen, insbesondere Kraftfahrzeugen"

am 20. Mai 1997 eingetragene nachfolgend wiedergegebene Wort/Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben worden aus der am 12. November 1970 für

"Kraftwagen und deren Teile"

eingetragenen Wortmarke Nr. 875 039

TARGA.

Die Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patentamts hat, nachdem die Widersprechende auf die Einrede der Nichtbenutzung die Benutzung ihrer Marke für Kraftfahrzeuge glaubhaft gemacht hat, den Widerspruch mit der Begründung zurückgewiesen, daß die sich gegenüberstehenden Marken im für die Beurteilung maßgeblichen Gesamteindruck eine so geringe Ähnlichkeit aufwiesen, daß selbst vor dem Hintergrund teilweise identischer Waren bzw. sehr ähnlicher Dienstleistungen eine Verwechslungsgefahr noch ausgeschlossen werden könne.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem Antrag,

unter Aufhebung des angefochtenen Beschlusses die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Für sie bewegen sich die angegriffenen Waren und Dienstleistungen im Identitäts- bzw. engsten Ähnlichkeitsbereich, so daß an den einzuhaltenden Markenabstand strenge Anforderungen zu stellen seien, zumal die Widerspruchsmarke durch intensive Benutzung und Bewerbung einen erhöhten Bekanntheitsgrad aufweise und damit eine gesteigerte Kennzeichnungskraft für sich beanspruchen könne. Was die Markenähnlichkeit betreffe werde sich der Verkehr am Wortbestandteil der angegriffenen Marke orientieren, der diese ausschließlich präge und deshalb kollisionsbegründend der Widerspruchsmarke gegenübergestellt werden müsse. Angesichts der ausgeprägten phonetischen Ähnlichkeit der dann zu vergleichenden Wörter liege die Gefahr von Verwechslungen auf der Hand.

Der Markeninhaber hat keine Anträge gestellt und sich im Beschwerdeverfahren auch weder geäußert noch an der mündlichen Verhandlung teilgenommen

II.

Die zulässige Beschwerde ist teilweise begründet.

Nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG ist im Falle eines Widerspruchs die Löschung einer Marke anzuordnen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfaßten Waren für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist dabei unter Berücksichtigung aller

Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Hierzu gehören insbesondere der Bekanntheitsgrad der Marke im Markt, die gedankliche Verbindung, die das benutzte oder eingetragene Zeichen zu ihr hervorrufen kann, sowie der Grad der Ähnlichkeit zwischen der Marke und dem Zeichen und den damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen. Bei der umfassenden Beurteilung ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der Marken auf den Gesamteindruck abzustellen, den diese hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Dabei kommt es entscheidend darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher wirkt.

Unter Beachtung dieser Grundsätze besteht vorliegend die Gefahr von Verwechslungen dann, wenn sich bei einer erhöhten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke identische Waren gegenüberstehen, wie das bei den nunmehr versagten Fahrzeugen und deren Teilen der Fall ist.

Nachdem die Widersprechende die Benutzung der Widerspruchsmarke für "Sportwagen" und damit für die im Warenverzeichnis enthaltenen "Kraftfahrzeuge" glaubhaft gemacht und der Markeninhaber die Glaubhaftmachung nicht mehr in Zweifel gezogen hat, stehen sich mit den Fahrzeugen der angegriffenen Marke identische Waren gegenüber, was gleichermaßen für Fahrzeugteile gilt, da diese vom Oberbegriff her auch für die Sachgesamtheit wesensbestimmend und wirtschaftlich gleichwertig angesehen werden können (vgl. Entscheidung des erk. Senats in 28 W 188/97 vom 25. November 1998 - PAVIS CD-ROM). Die Beförderungsapparate liegen zwar weitgehend auch noch im markenrechtlich relevanten Ähnlichkeitsbereich, unterscheiden sich von den Kraftfahrzeugen aber bereits gruppenmäßig. Das gilt erst recht für die Dienstleistungen "Reparatur und Instandhaltung", auch wenn Fahrzeughersteller häufig eigene Servicebetriebe unterhalten bzw. unter ihrem Firmen- (und nicht Marken-!) Namen betreiben lassen; selbst wenn man die Ähnlichkeit auch hier noch bejaht, ist von einem erheblichen Abstand in der wirtschaftlichen Zuordnung durch den Verkehr auszugehen.

Vor diesem Hintergrund sind an den zur Verneinung einer Verwechslungsgefahr einzuhaltenden Abstand der Marken entsprechend dem differierenden Ähnlichkeitsgrad der Waren und Dienstleistungen zwangsläufig unterschiedliche Anforderungen zu stellen, dh. je näher sich die Waren bzw. Dienstleistungen stehen, desto strenger sind die Anforderungen an den zur Verneinung einer Verwechslungsgefahr noch einzuhaltenden Markenabstand. Zu berücksichtigen ist dabei ferner, daß der Widerspruchsmarke nach dem unwidersprochen gebliebenen substantiierten Vortrag der Widersprechenden für die Waren "Sportwagen" erhöhte Bekanntheit zukommt und sie damit eine gesteigerte Kennzeichnungskraft genießt, was sich bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr stark kollisionsfördernd auswirkt und den kollisionshemmenden Umstand, daß der Verkehr auf dem Gebiet des Kraftfahrzeugwesens erfahrungsgemäß den Waren und ihren Kennzeichnungen im Hinblick auf den Preis und die Bedeutung der Anschaffung erhöhte Aufmerksamkeit zukommen läßt, erheblich zurückdrängt.

Diesen Anforderungen werden die Marken im Warenidentitätsbereich nicht mehr gerecht, wenn man, wovon nach der Lebenserfahrung bei der Benennung von Wort-Bild-Marken auszugehen ist, angesichts der einfachen graphischen Gestaltung der angegriffenen Marke bei der Prüfung der Markenähnlichkeit kollisionsbegründend die Wörter "Target" und "TARGA" gegenüberstellt. Beide Zeichenwörter sind in den ersten vier von fünf bzw. sechs Buchstaben, sowie in Silbenzahl und Sprechrhythmus identisch, so daß die unterschiedlichen Endungen mangels besonderer Betonung oder Prägung für einen ernsthaften Markenabstand nicht ausreichen können. Anders ist die Situation bei den nur durchschnittlich bzw. entfernt ähnlichen Waren und Dienstleistungen, da hier den durchaus vorhandenen Unterschieden der Marken eine größere Bedeutung zukommt, die im Ergebnis eine Verwechslungsgefahr noch ausschließen.

Im Ergebnis hatte die Beschwerde damit nur teilweise Erfolg und war im übrigen zurückzuweisen. Der Senat sieht jedoch keinen Grund, einem der Beteiligten nach § 71 Abs 1 MarkenG Kosten unter Billigkeitsgesichtspunkten aufzuerlegen.

Stoppel

Martens

Schramm

Bb/prö

Abb. 1

