

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 148/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 398 59 826

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. Juni 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Schwarz-Angele und der Richterin am Amtsgericht Dr. Hock

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 36 vom 17. Januar 2001 aufgehoben.
2. Die Löschung der Marke 398 59 826 wird wegen des Widerspruchs aus der Marke 396 21 393 angeordnet.

G r ü n d e

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist gegen die am 15. März 1999 eingetragene Marke 398 59 826

THIB

für die Waren und Dienstleistungen

"Druckerzeugnisse (Klasse 16); Werbung (Klasse 35); Immobilienwesen (Klasse 36)"

auf Grund der für die Waren

"Werbung und Geschäftswesen, Arbeitnehmerüberlassung auf Zeit, Aufstellung von Statistiken, Buchführung, Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, Ermittlung in Geschäftsangelegenheiten, Marketing, Marktforschung und Marktanalyse, Unternehmensberatung, Organisationsberatung, betriebswirtschaftliche Beratung, Personalberatung, Vermittlung und Abschluß von Handelsgeschäften für andere, Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren, Verteilung von Waren zu Werbezwecken, Vervielfältigung von Dokumenten; Versicherungs- und Finanzwesen, Absatzfinanzierung und Kreditrisikoabsicherung (Factoring), Beleihung von Gebrauchsgütern, Einziehung von Außenständen (Inkasso), Effektenvermittlung, Geldwechselgeschäfte, Investmentgeschäfte, Kreditberatung, Kreditvermittlung, Nachforschung in Geldangelegenheiten, Verwahrung von Werkstücken in Safes, Grundstücks- und Hausverwaltung, Immobilien- und Hypothekenvermittlung, Leasing, Schätzen von Immobilien, Vermittlung von Versicherungen, Vermögensverwaltung, Versicherungswesen, Wohnungs- und Gewerbevermietung, Verwaltung und Nutzung von Grundstücken für eigene oder fremde Rechnung, Wirtschaftlichkeitsberatungen für Immobilien, Vermittlung von Grundstücken und Häusern sowie alle sonstigen Geschäfte auf dem Gebiet des Grundstückswesens, Grundstücks- und wohnungswirtschaftliche Beratungen, Verwaltung von Wohnungen, Grundstücksentwicklung und Wohnungsbau, Entwicklung

von Bauprojekten, Entwicklung von Wohnungseigentum und deren Finanzierung, Verkauf und Verwaltung; Baubetreuung, Bauträgerschaften, Bau- und Konstruktionsplanung und –beratung, Dienstleistungen eines Architekten, Dienstleistungen eines Ingenieurs, technische Beratung und gutachterliche Tätigkeit."

am 3. September 1996 eingetragenen Marke 396 21 393

siehe Abb. 1 am Ende

Widerspruch erhoben worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat mit Beschluß vom 17. Januar 2001 den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß die Dienstleistungen im möglichen Identitätsbereich angesiedelt seien, die einander gegenüberstehenden Marken den entsprechend erforderlichen großen Abstand jedoch einhielten. Dies gelte auch in klanglicher Hinsicht. Bei den sich gegenüberstehenden Marken sei überwiegend mit einer Artikulation als "TE-HA-I-BE" und "TE-I-BE" zu rechnen. Von einer Aussprache als zusammenhängendem Wort "TIB" sei bei Kurzwörtern, die keinen offensichtlichen Sinn ergäben und daher sofort als Abkürzungen erkannt würden nicht auszugehen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß bei beiden Zeichen mit einer Aussprache als "TIB" als zusammenhängendes Wort zu rechnen sei, da es sich um eine aussprechbare Abkürzung handle. Dabei werde das "H" in der angegriffenen Marke beim Aussprechen vollständig vernachlässigt, was zu einer klangbildlichen Identität führe.

Sie beantragt,

den Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamtes aufzuheben und die Marke 398 59 826 zu löschen.

Die Inhaber der angegriffenen Marke haben sich weder im Verfahren vor dem Patentamt noch im Beschwerdeverfahren geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist begründet.

1. Der Senat hält die Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG zwischen den sich gegenüberstehenden Marken für gegeben.

Ob eine Verwechslungsgefahr besteht hängt nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG von der Identität oder Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Marken einerseits ab und andererseits von der Identität oder Ähnlichkeit der von den beiden Marken erfaßten Waren, wobei von dem Leitbild eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbrauchers auszugehen ist (BGH GRUR 2000, 506, 508 – ATTACHÉ/TISSERAND). Darüber hinaus sind alle weiteren Umstände zu berücksichtigen, die sich auf die Verwechslungsgefahr auswirken können, insbesondere die Kennzeichnungskraft der älteren Marke. Die verschiedenen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr heranzuziehenden Faktoren stehen in einer Wechselwirkung, sodaß zB ein geringerer Grad an Markenähnlichkeit durch eine höhere Kennzeichnungskraft der älteren Marke bzw durch einen höheren Grad an Warenähnlichkeit ausgeglichen werden kann (vgl BGH GRUR 2000, 603, 604

- Cetof/ETOP). Nach diesen Grundsätzen ist eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

a) Da Benutzungsfragen aufgrund der noch nicht abgelaufenen Benutzungsschonfrist hier nicht einschlägig sind, ist für die Frage der Waren- bzw Dienstleistungsähnlichkeit von der Registerlage auszugehen. Die Dienstleistung "Werbung" ist in beiden Waren- und Dienstleistungsverzeichnissen identisch enthalten; die von der jüngeren Marke beanspruchte Dienstleistung "Immobilienwesen" umfaßt als Oberbegriff diverse von der Widerspruchsmarke beanspruchte Dienstleistungen, die mit dem Immobilienwesen im Zusammenhang stehen, wie beispielsweise "Wirtschaftlichkeitsberatungen für Immobilien" oder "Vermittlung von Grundstücken und Häusern sowie alle sonstigen Geschäfte auf dem Gebiet des Grundstückswesens". Die Waren "Druckerzeugnisse" der jüngeren Marke sind mit der Dienstleistung "Vervielfältigung von Dokumenten" noch ähnlich. Die beteiligten Verkehrskreise, hier das allgemeine Publikum, gehen in entscheidungserheblichem Umfang davon aus, daß Hersteller von Druckerzeugnissen auch im Bereich der Vervielfältigung von Dokumenten tätig werden.

b) Mangels anderer Anhaltspunkte ist von einer normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.

c) Die einander gegenüberstehenden Marken halten den hinsichtlich der Ware "Druckereierzeugnisse" einerseits und "Vervielfältigung von Dokumenten" andererseits erforderlichen mittleren Abstand und erst recht den hinsichtlich der übrigen im Identitätsbereich angesiedelten Dienstleistungen erforderlichen größeren Abstand jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht ein.

Gegenüber stehen sich insoweit die Zeichen "THIB" und "TIB". Zwar hat die Markenstelle zutreffend ausgeführt, daß Kurzwörter durch einzelne Abweichungen im Verhältnis stärker beeinflußt werden als längere Markenwörter. Es ist jedoch nicht gerechtfertigt, bei Kurzmarken grundsätzlich geringere Anforderungen an die Un-

terscheidbarkeit zu stellen. Vielmehr müssen auch bei solchen Marken die Abweichungen in jeder Hinsicht deutlich in Erscheinung treten (BGH GRUR 1957, 499, 502 – Wipp). Im vorliegenden Fall stehen verschiedene Aussprachemöglichkeiten zur Wahl. Die angesprochenen Verkehrskreise können die Zeichen als "TE-HA-I-BE" einerseits und "TE-I-BE" andererseits aussprechen. In diesem Fall würde die zusätzliche Silbe "HA" sowohl aufgrund der größeren Markenlänge als auch aufgrund der Klangstärke der Silbe einen deutlich hörbaren klanglichen Unterschied begründen.

Nach der Auffassung des Senats wird jedoch ein markenrechtlich relevanter Teil der beteiligten Verkehrskreise beide Marken als "TIB" aussprechen, wobei das "H" in der angegriffenen Marke entweder vollständig unberücksichtigt bleibt oder allenfalls zu einer etwas gedehnten, insoweit jedoch unauffälligen Aussprache des "T" führen wird. Es ist nämlich durchaus üblich, Abkürzungen, bei denen dies - wie im vorliegenden Fall - möglich ist, als zusammenhängendes Wort zu benennen, wie die Beschwerdeführerin unter Bezugnahme auf "VOX" oder "FAB" zutreffend ausgeführt hat.

2. Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage besteht kein Anlaß, aus Gründen der Billigkeit einer der Verfahrensbeteiligten Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Abs 1 MarkenG aufzuerlegen.

Winkler

Schwarz-Angele

Dr. Hock

CI

Abb. 1

