

# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 158/01

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

**betreffend die Marke 399 37 690**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 13. August 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters v. Zglinitzki und der Richterin Dr. Hock

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. Februar 2001 aufgehoben.

Die Löschung der Marke 399 37 690 wird wegen des Widerspruchs aus der Marke 1 179 186 angeordnet.

## **Gründe**

### **I**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist gegen die Eintragung der für die Dienstleistungen

"Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Immobilienwesen"

bestimmten Marke 399 37 690

siehe Abb. 1 am Ende

aufgrund der für die Dienstleistungen

"Vermittlung von Versicherungen"

am 22. Juli 1991 eingetragenen Marke 1 179 186

**AKKURA**

am 7. Februar 2000 Widerspruch erhoben worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat mit Beschluß vom 6. Februar 2001 den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß die bean-

spruchten Dienstleistungen zwar teilweise im möglichen Identitätsbereich angesiedelt seien, der insoweit erforderliche große Abstand der Marken jedoch sowohl in schriftbildlicher als auch in klanglicher Hinsicht eingehalten werde. Insbesondere in klanglicher Hinsicht bestehe lediglich eine geringfügigste Ähnlichkeit. Zwar hätten die Marken die Silbenzahl gemeinsam, die angegriffene Marke weise jedoch an ihrem Wortende einen Mehrbuchstaben, nämlich ein klangstarkes "t" auf, was dem Wortende einen sehr harten Endpunkt verleihe. Die Betonung und der Sprechrhythmus der beiden Markenwörter unterscheiden sich deutlich. Während die Betonung bei der angegriffenen Marke auf der letzten Silbe liege und die erste Silbe kurz und die zweite lang artikuliert werde, liege bei der Widerspruchsmarke die Betonung auf der mittleren Silbe. Der Wortbestandteil des jüngeren Zeichens erwecke trotz Fehlens eines "k" starke Assoziationen an das allgemein geläufige Adjektiv "akkurat" im Sinne von "sorgfältig, ordentlich".

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie trägt vor, daß der zusätzliche Konsonant "t" aufgrund des vorangehenden klangstarken Vokals "a" völlig in den Hintergrund trete. Beide Zeichen würden auf ihrer jeweils zweiten Silbe betont, so daß der Konsonant "t" dadurch weiter klanglich in den Hintergrund trete. Keinem der beiden Begriffe komme ein Sinngehalt zu, da selbst für den Fall, daß "AKKURAT" im Sinne von "sorgfältig, ordentlich" aufgefaßt werde, es sich nicht um ein Adjektiv handle, das speziell dem Wirkungskreis von Versicherungen zuzuordnen sei.

Die Widersprechende beantragt,

unter Aufhebung des Beschlusses vom 6. Februar 2001 die angegriffene Marke 399 37 690 zu löschen.

Die Inhaber der angegriffenen Marke haben sich im Beschwerdeverfahren zur Sache nicht geäußert.

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

## II

Die Beschwerde ist begründet. Der Senat ist im Gegensatz zur Markenstelle zu der Ansicht gelangt, daß zwischen den Marken die Gefahr von Verwechslungen im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG besteht. Daher ist die Löschung der angegriffenen Marke gemäß § 43 Abs 2 Satz 1 MarkenG anzuordnen.

Ob Verwechslungsgefahr besteht, hängt nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG von der Identität oder Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken einerseits und andererseits von der Identität oder Ähnlichkeit der von den beiden Marken erfaßten Dienstleistungen ab, wobei von dem Leitbild eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers auszugehen ist (EuGH GRUR Int. 1999, 734, 736 - Lloyd; 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 (EuGH aaO - Lloyd; BGH aaO - ATTACHÉ/TISSERAND; GRUR 1999, 995, 997 - HONKA). Dabei stehen die verschiedenen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr heranzuziehenden Faktoren in einer Wechselwirkung, so daß zB ein geringerer Grad an Markenähnlichkeit durch eine höhere Kennzeichnungskraft der älteren Marke bzw durch einen höheren Grad an Warenähnlichkeit ausgeglichen werden kann (stRsp vgl BGH GRUR 2000, 603, 604 - Cetof/ETOP). Nach diesen Grundsätzen ist im vorliegenden Fall eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

a) Nachdem Benutzungsfragen hier nicht angesprochen worden sind, ist für die Frage der Dienstleistungsähnlichkeit von der Registerlage auszugehen. Die "Vermittlung von Versicherungen" der älteren Marke ist in dem Begriff "Versicherungswesen" der jüngeren Marke enthalten, so daß insoweit von Dienstleistungsidentität

auszugehen ist. Hinsichtlich der übrigen Dienstleistungen der jüngeren Marke besteht jedenfalls eine beachtliche Ähnlichkeit zu den Dienstleistungen der älteren Marke (vgl BPatGE 40, 192 ff - AIG).

b) Den insoweit erforderlichen größeren Abstand halten die beiden Marken in klanglicher Hinsicht nicht ein. Sie unterscheiden sich zwar zum einen dadurch, daß die ältere Marke ein "KK" enthält, was jedoch für die Aussprache der Zeichen ohne Bedeutung ist. Zum anderen weicht die jüngere Marke von der Widerspruchsmarke dadurch ab, daß am Ende des Wortes ein "T" steht. Zwar würde sich der Betonungsrhythmus beider Begriffe unterscheiden, wenn die angesprochenen Verkehrskreise, hier auch das allgemeine Publikum, in der angegriffenen Marke eine Anspielung an den Begriff "akkurat" erkennen und diesen auf der letzten Silbe betonen würden. Daran, daß dies stets oder überwiegend der Fall sein wird, bestehen jedoch erhebliche Zweifel, weil, wie die Widersprechende zutreffend ausführt, ein Bezug zwischen dem Begriff "akkurat" im Sinne von "sorgfältig, ordentlich" und den angemeldeten Dienstleistungen eher nur entfernt hergestellt werden kann. Aus diesem Grund ist nicht auszuschließen, daß jedenfalls erhebliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise beide Zeichen gleichmäßig betonen werden. Das zusätzliche "T" in der angegriffenen Marke wird unter diesen Umständen im Klang nicht ausreichend wahrgenommen, so daß ein Verhören nicht auszuschließen ist.

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

Winkler

v. Zglinitzki

Dr. Hock

CI

Abb. 1

