



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 34/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
20. Mai 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 399 50 604

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. Mai 2003 unter Mitwirkung des Richters Dr. Hacker als Vorsitzenden sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

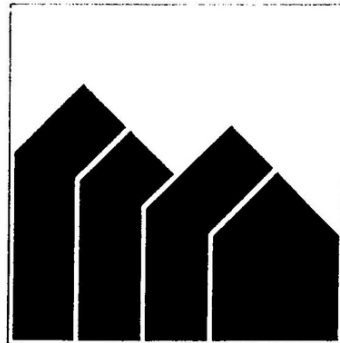
beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bildmarke



ist für

"Dienstleistungen eines Architekten einschließlich Projektmanagement (Entwicklung, Abrechnung und Verwaltung von Projekten)"

unter der Nummer 399 50 604 in das Register eingetragen worden.

Dagegen hat die Inhaberin der prioritätsälteren, für die Dienstleistungen

"Grundstücks- und Hausverwaltung, Gebäude- und Grundstücksvermietung, Immobilien- und Hypothekenvermittlung, Schätzen von Immobilien, einschließlich der Beratung in vorgenannten Angelegenheiten"

eingetragenen Marke 2 084 910



Widerspruch erhoben.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluß vom 7. Januar 2002 durch einen Beamten des höheren Dienstes den Widerspruch zurückgewiesen. Zwischen den Dienstleistungen der Vergleichsmarken bestehe nur mittlere Ähnlichkeit, weil sich die Dienstleistungen eines Architekten in erster Linie auf die Errichtung von Bauwerken bis zu deren Fertigstellung bezögen, nicht aber auf die anschließende Verwaltung. Jedoch könne die Dienstleistung "Projektmanagement" sich mit "Grundstücks- und Hausverwaltung, Gebäude- und Grundstücksvermietung, Immobilien- und Hypothekenvermittlung" in gewissen Bereichen überschneiden. Außerdem könne das "Schätzen von Immobilien" auch von Architekten übernommen werden. Bei dieser Ausgangslage hielten

die gegenseitigen Marken einen hinreichenden Abstand ein. Eine begriffliche Ähnlichkeit sei nicht gegeben, da der Verkehr sich in erster Linie am Wort- bzw. Buchstabenbestandteil der älteren Marke orientiere, zumal der Bildbestandteil beschreibend und damit kennzeichnungsschwach sei. Die Buchstaben "SHV" aber wiesen ersichtlich keinerlei Ähnlichkeit mit der angegriffenen Bildmarke auf. Eine Verwechslungsgefahr der Bildelemente scheitere auch daran, daß der die Grundformen eines Hauses stilisierende Bestandteil auf dem vorliegenden Dienstleistungsgebiet kennzeichnungsschwach und deshalb nicht geeignet sei, den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke zu prägen. Im übrigen unterschieden sich auch die Bildelemente angesichts ihrer Kennzeichnungsschwäche hinreichend stark.

Hiergegen wendet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Zu deren Begründung trägt sie vor, die gegenseitigen Dienstleistungen seien hochgradig ähnlich. Die stilisierten Häuser in der Widerspruchsmarke prägten deren Gesamteindruck, weil die Darstellung neben dem Wort, das lediglich eine Abkürzung des kennzeichnenden Teils der Firmenbezeichnung der Widersprechenden darstelle, eigenständig kennzeichnend hervortrete. Diese Bedeutung der Buchstabenfolge sei den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres erkennbar. Auch zeige der Bildbestandteil nicht die naturgetreue Wiedergabe zweier Häuser, sondern vielmehr eine phantasievolle, verfremdete Gestaltung. Diese kehre in zweifacher Wiederholung in der Darstellung der jüngeren Marke wieder, so daß Verwechslungen nicht auszuschließen seien. Die Art der Darstellung der Bildelemente sei gleich. Auch gelte der Grundsatz, daß der Verkehr sich bei kombinierten Wort-Bildzeichen ausschließlich am Wortbestandteil orientiere, nicht für die visuelle Wahrnehmung.

Die Widersprechende beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke wegen des Widerspruchs aus der älteren Marke anzuordnen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er trägt vor, zwischen den gegenseitigen Dienstleistungen bestehe eine erhebliche Leistungsferne. Außerdem handele es sich um relativ gewichtige, kostspielige und in der Regel auf längere Dauer angelegte Leistungen, die erfahrungsgemäß erst nach genauer Überlegung und Überprüfung in Anspruch genommen würden, was ebenfalls Verwechslungen entgegenwirke. Aufgrund der Anordnung, Größe und Stellung der Bestandteile in der Widerspruchsmarke ergebe sich kein Anhaltspunkt dafür, daß der Verkehr "SHV" in der Widerspruchsmarke vernachlässigen werde, denn diese Buchstabenfolge stehe gleichberechtigt neben dem Bildbestandteil. Insbesondere sei nicht erkennbar, daß es sich hierbei um eine Abkürzung des Firmennamens der Widersprechenden handele, weil die korrekte Abkürzung eigentlich "SHVG" laute und die Buchstabenfolge "SHV" verschiedene Bedeutungen haben könne. Das Gewicht der Buchstabenfolge werde noch verstärkt durch die graphische Ausgestaltung des Buchstaben "V". Hinzu komme, daß die angesprochenen Verkehrskreise das Bildelement in der Widerspruchsmarke als visuellen Hinweis auf die angebotenen Dienstleistungen ansähen und die Unterschiede zur angegriffenen Bildmarke bemerkten.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

1. Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden hat in der Sache keinen Erfolg. Zwischen den Marken besteht keine Gefahr von Verwechslungen gemäß § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

1.1. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften zu Art. 4 Abs 1 Buchst. b der Markenrechtslinie, die für die Auslegung der in Umsetzung dieser Richtlinienbestimmung erlassenen Vorschrift des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG von maßgeblicher Bedeutung ist, ist die Frage der Verwechslungsgefahr unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Zu den dabei maßgebenden Umständen gehören insbesondere die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie der Grad der Ähnlichkeit zwischen den Marken und zwischen den damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen. Bei der umfassenden Beurteilung ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der Marken auf den Gesamteindruck abzustellen, den diese hervorrufen. Hierbei kommt es entscheidend darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher der jeweils in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen wirkt (vgl. EuGH GRUR 1998, 387 "Sabèl/Puma"; BGH GRUR 1996, 198 "Springende Raubkatze"; GRUR 1996, 200 "Innovadiclophont"). Die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr impliziert auch eine gewisse Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen. So kann ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt (EuGH GRUR Int. 1998, 875, 876 f. "Canon"; GRUR Int. 2000, 899 "Adidas/Marca Moda"; BGH GRUR 2000, 506, 508 "ATTACHÉ/TISSERAND"; GRUR 2002, 167 "Bit/Bud" mwN; BGH GRUR 2002, 544, 545 "BANK 24").

Nach diesen Grundsätzen ist vorliegend die Gefahr von Verwechslungen nicht gegeben.

- 1.2. Wie die Markenstelle zu Recht ausgeführt hat, sind die gegenseitigen Dienstleistungen ähnlich. Eine Recherche des Senats hat ergeben und es ist allgemeinkundig, daß es Architekten gibt, die den Wert von Gebäuden schätzen und Architekturbüros, die auch Grundstücks- und Hausverwaltung übernehmen. Allerdings handelt es sich nicht um sehr häufige und ganz typische Tätigkeiten von Architekten, so daß ein mittlerer Abstand besteht.

Es handelt sich beiderseits um relativ spezielle, für den Abnehmer bedeutsame, in der Regel auf eine gewisse Dauer angelegte Leistungen, die erfahrungsgemäß erst nach genauer Überlegung und Überprüfung in Anspruch genommen werden.

Anhaltspunkte für eine Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit liegen nicht vor.

Insgesamt muß daher ein mittlerer bis deutlicher Abstand der Marken bestehen, um Verwechslungen auszuschließen. Diesen Abstand halten die Marken im vorliegenden Fall ein.

- 1.3. Klangliche Verwechslungen scheiden aus, weil für die klangliche Wiedergabe in der Widerspruchsmarke lediglich die Buchstabenfolge in Betracht kommt, die in der jüngeren Marke nicht enthalten ist. Bildliche Verwechslungen setzen voraus, daß der Gesamteindruck der Widerspruchsmarke vom Bildbestandteil geprägt wird. Zwar kann eine Prägung von Mehrelementenmarken durch den Bildbestandteil nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden. Jedoch kommt es stets maßgeblich darauf an, ob dieser Bestandteil vom angesprochenen Verkehr wie bei einem Gesamt-

zeichen im Zusammenhang wahrgenommen wird oder ob der Verkehr daran gewöhnt ist, in einem Mehrelementenzeichen einzelnen Elementen eine eigenständige, von der Kennzeichnungsfunktion anderer Bestandteile unabhängige Kennzeichnungsfunktion zuzuerkennen (vgl. BGH GRUR 1999, 226 "Lion Driver"; BGH GRUR 2002, 171 "Marlboro-Dach"). Hierfür gibt es im vorliegenden Fall jedoch keine hinreichenden Anhaltspunkte. Es ist nicht ersichtlich, daß die Buchstabenfolge gegenüber dem Bildelement in einer Weise zurücktritt, daß sie für den Gesamteindruck vernachlässigt werden kann (vgl. dazu BGH GRUR 2000, 233 "RAUSCH / ELFI RAUCH"; GRUR 2002, 572 "BIG"). Dies wäre zwar dann denkbar, wenn man davon ausgehen könnte, dass die Buchstabenfolge "SHV" nach den Grundsätzen zur prägenden Wirkung von Firmenkennzeichnungen unbeachtlich sei. Danach tritt bei Zeichen, bei denen ein Bestandteil ein bekanntes oder sonst als solches erkennbares Firmenschlagwort oder Unternehmenskennzeichen darstellt, dieser Bestandteil im Gesamteindruck im allgemeinen zurück. Jedoch stellt diese Rechtsprechung maßgeblich auf die Bekanntheit oder Erkennbarkeit des betreffenden Zeichenteils als Unternehmenskennzeichnung oder Firmenschlagwort ab (vgl. BGH GRUR 1996, 404 "Blendax Pep / PEP"; GRUR 2002, 342 "ASTRA / ESTRA-PUREN"). Im vorliegenden Fall handelt es sich bei der Buchstabenfolge aber nicht um die Firmenkennzeichnung der Widersprechenden "S...

-Gesellschaft mit beschränkter Haftung" selbst und auch nicht um ein Firmenschlagwort, sondern allenfalls um eine Abkürzung der in der Firmenbezeichnung enthaltenen Wörter "S1...". In-

soweit kann nicht davon ausgegangen werden, daß die angesprochenen Verkehrskreise diese Buchstabenfolge als Unternehmenskennzeichnung und den Bildbestandteil als individualisierende Kennzeichnung für eine spezielle Dienstleistung aus dem Angebot des Unternehmens sehen. Hinzu kommt, daß bei der Beurteilung der prägenden Wirkung von Zeichenbestandteilen auch die Art der Zeichengestaltung und die Kennzeichnungskraft der weiteren Zeichenbestandteile zu berücksichtigen ist (vgl.

BGH GRUR 1996, 404 "Blendax Pep / PEP"; so auch EuG MarkenR 2002, 417 Tz. 35 "MATRATZEN markt CONCORD / MATRATZEN"). Auf dem betreffenden Dienstleistungssektor sind Häuser und Gebäude der Gegenstand der Dienstleistungen und treten sehr häufig in Werbeanzeigen und in Verbindung mit Firmenkennzeichnungen in verschiedenster Form – naturalistisch oder stilisiert - auf. Das Motiv "Haus" bzw. "Häuser" ist darum auf diesem Dienstleistungsgebiet äußerst kennzeichnungsschwach und bietet sich somit für den Verkehr nicht als selbständig kennzeichnender Markenteil an. Deshalb wird der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher, auf den abzustellen ist (EuGH GRUR Int. 1999, 734, 736 Tz. 26 "Lloyd"; WRP 2000, 289, 292 Tz. 27 "Lifting-Creme"; GRUR Int. 1998, 795, 797 "Gut Springenheide"; BGH, GRUR 2000, 506 "ATTACHÉ/TISSERAND"), bei der Widerspruchsmarke den Bildbestandteil nicht als den Gesamteindruck prägenden Bestandteil betrachten.

Wegen der Kennzeichnungsschwäche und der deutlichen Unterschiede der Bildbestandteile besteht für den Verkehr auch kein Grund, die jüngere Marke als Bestandteil einer Serie der Widersprechenden anzusehen und die Marken gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn 484, 480).

2. Es besteht kein Anlaß, einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Hacker

Kirschneck

Guth

Bb