



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 275/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 300 08 877

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. Juni 2004 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Die Widersprechende hat gegen die u.a. für

„Telekommunikation, insbesondere leitungsgebundene und drahtlose Informations- und Kommunikationsdienste für geschlossene und offene Benutzerkreise; Ton-, Bild- und Datenübertragung durch Übertragungsmedien aller Art; Herausgabe von Reiseführern“

eingetragene Wortmarke

MONEY!

beschränkt auf die v.g. Dienstleistungen Widerspruch eingelegt aus ihrer prioritäts-
älteren Wortmarke



eingetragen unter Nr. 300 00 618 u.a. für

„Computer und Datenverarbeitungsgeräte; Computer-Software, insbesondere für die Abfrage, Darstellung, Bearbeitung und Ausgabe multimedialer Daten in Computernetzwerken einschließlich des Internets; mit Informationen versehene maschinell lesbare Datenträger aller Art sowie Ton- und Bildaufzeichnungsträger, insbesondere Disketten, CD-ROMs, DVDs, Chip-Karten, Magnet-Karten, Video-Kassetten, Compact-Disks und Video-Disks; auf Datenträgern aufgezeichnete Informationssammlungen; Datenbanken; Druckereierzeugnisse, Druckschriften, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher; Telekommunikation; Vermittlung von Informationen an Dritte, Verbreitung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze, Veranstaltung und Verbreitung von Hörfunk und Fernsehsendungen; Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten; E-Mail-Datendienste (= elektronischer Postversand), jeweils soweit in Klasse 38 enthalten; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen, insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern, sowie von Lehr- und Informationsmaterial einschließlich gespeicherter Ton- und Bildinformation, Produktion von Ton- und

Bildaufzeichnungen auf Ton- und Bildträger; Vorführung und Vermietung von Ton- und Bildaufzeichnungen“.

Mit Beschluss vom 24. Juli 2003 hat die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes die teilweise Löschung der jüngeren Marken für die Dienstleistungen „Telekommunikation, insbesondere leitungsgebundene und drahtlose Informations- und Kommunikationsdienste für geschlossene und offene Benutzerkreise; Ton-, Bild- und Datenübertragung durch Übertragungsmedien aller Art; Herausgabe von Reiseführern“ wegen Verwechslungsgefahr angeordnet. Zur Begründung ist ausgeführt, daß die für übereinstimmende Dienstleistungen aus den Bereichen „Telekommunikation“, „Datenübertragung“ und „Herausgabe von Druckereierzeugnissen“ beanspruchten Vergleichsmarken klanglich identisch seien. Der Verwechslungsgefahr stehe entgegen der Auffassung der Inhaberin der angegriffenen Marke auch nicht eine Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke entgegen. Dem Markenwort „MONEY“ könne nämlich nicht jeder Schutzzumfang abgesprochen werden; die gegenteilige Ansicht der Markeninhaberin stehe vielmehr in Widerspruch zu ihrem eigenen Sachvortrag im Verfahren über die Eintragung der angegriffenen Marke.

Gegen diesen Beschluss wendet sich die Inhaberin der angegriffenen Marke mit ihrer Beschwerde. Sie führt im wesentlichen aus, die Widerspruchsmarke werde nicht allein durch den Bestandteil „MONEY“ geprägt, vielmehr könnten die weiteren Bestandteile „DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN“ für den Gesamteindruck der Widerspruchsmarke nicht vernachlässigt werden. Darüber hinaus sei der graphischen Ausgestaltung der Widerspruchsmarke eine prägende Bedeutung zuzumessen und die jeweiligen Gestaltungen der sich gegenüberstehenden Marken seien deutlich unterschiedlich.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 24. Juli 2003 aufzuheben und den Widerspruch insgesamt zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie ist der Ansicht, dass der graphische Bestandteil der Widerspruchsmarke nicht ins Gewicht falle. Denn die Bestandteile „DAS MODERNE WIRTSCHAFTS-MAGAZIN“, die in wesentlich kleineren Buchstaben gehalten seien, würden gegenüber dem Bestandteil „MONEY“ in den Hintergrund treten. Ferner komme dem Wortbestandteil die maßgebliche Bedeutung zu, da dieser regelmäßig die einfachste Möglichkeit darstelle, die Marke zu identifizieren.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, die teilweise Löschung der jüngeren Marke wegen der Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG angeordnet.

Unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 923 - Canon; MarkenR 1999, 236, 239 - Lloyd/Loints), wobei ein geringer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen größeren Grad der Ähn-

lichkeit der Marken ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 Tz. 23 f. - Sabèl/Puma; EuGH GRUR 1998, 922, 923 Tz. 16 f. - Canon; BGH GRUR 1999, 241, 243), hält die jüngere Marke den erforderlichen Abstand zur älteren Marke nicht mehr ein.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat und was auch die Inhaberin der angegriffenen Marke nicht in Abrede stellt, sind die Dienstleistungen der angegriffenen Marke, gegen die sich der beschränkt eingelegte Widerspruch alleine richtet, mit denjenigen der Widerspruchsmarke identisch.

Entgegen der Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke verfügt die Widerspruchsmarke über eine normale Kennzeichnungskraft. Denn weder stellt der Begriff „MONEY“ für die hier in Rede stehenden Dienstleistungen der Klassen 38 und 41 eine ohne weiteres verständliche unmittelbar beschreibende Angabe dar (vgl. hierzu bereits BPatG 27 W (pat) 242/00; veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM), noch sind Anhaltspunkte für eine Schwächung der Widerspruchsmarke aus sonstigen Gründen, etwa wegen zahlreicher benutzter Drittmarken, welche diesen Begriff enthalten, erkennbar.

Die einander gegenüberstehenden Marken sind klanglich identisch. Die Widerspruchsmarke wird dabei vom Verkehr allein mit dem Markenwort „MONEY“ benannt werden. Denn den Bildbestandteilen wird er angesichts des Erfahrungssatzes, dass eine aus Bild- und Wortelementen zusammengesetzte Marke allein vom Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform geprägt wird (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 9 Rn. 434 m.w.N.), bei einer Benennung der Widerspruchsmarke keine Beachtung schenken. Entgegen der Auffassung der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Verkehr dabei auch die Wortfolge „DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN“ in der Widerspruchsmarke außer Acht lassen. Denn angesichts des Umstands, dass der Verkehr bei längeren Bezeichnungen dazu neigt, aus Gründen der Bequemlichkeit und der Vereinfachung nach einem den Gesamteindruck prägenden Einzelbestandteil zu suchen (vgl.

Althammer/Ströbele, aaO, § 9 Rn. 407), hat er keine Veranlassung, die Widerspruchsmarke unter Einschluss dieser Wortfolge, die bei der optischen Wahrnehmung wegen ihrer gegenüber dem herausgestellten Markenwort „MONEY“ deutlich geringeren Größe weitgehend in den Hintergrund tritt, akustisch wiederzugeben. Wird die ältere Marke bei ihrer klanglichen Benennung allein von dem Wortbestandteil „MONEY“ geprägt, ist sie mit der jüngeren Marke, bei deren akustischer Wiedergabe das Ausrufezeichen keine Rolle spielt, identisch.

Angesichts der Identität der gegenüberstehenden Dienstleistungen, der normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und der klanglichen Identität der Marken hat die Markenstelle daher zu Recht eine unmittelbare Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken nach § 9 I Nr. 2 MarkenG bejaht und die teilweise Löschung der angegriffenen Marke angeordnet. Die hiergegen gerichtete Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke war somit zurückzuweisen.

Es sind keine Gründe ersichtlich, von dem Grundsatz des § 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG abzuweichen, dass jeder Beteiligte seine Kosten selbst trägt.

Dr. Schermer

Prietzl-Funk

Schwarz

Hu