



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 149/03

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 300 81 953**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 10. August 2005 unter Mitwirkung des Richters Viereck als Vorsitzenden sowie der Richter Merzbach und Kruppa

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 41 – vom 23. Januar 2003 insoweit aufgehoben, als der Widerspruch aus der Marke 397 10 676 hinsichtlich "Musikmanagement" zurückgewiesen wurde. Für diese Dienstleistung wird die Marke 300 81 953 gelöscht.
2. Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Gegen die ursprünglich für die Waren und Dienstleistungen

Tonträger; Musikmanagement; Musikproduktion; Veranstaltungen  
für kulturelle Zwecke

registrierte Wort-/Bildmarke 300 81 953 (Anmeldetag 7. November 2000)



ist aus der prioritätsälteren deutschen Wortmarke 397 10 676 (Anmeldetag 10. März 1997)

### Pentagon

Widerspruch eingelegt worden, wobei sich der Widerspruch nur gegen die Dienstleistungen der jüngeren Marke richtet. Die Widerspruchsmarke genießt Schutz für

Werbung und Geschäftswesen, nämlich Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften für andere, Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren.

Die mit einem Beamten des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 23. Januar 2003 die teilweise Löschung der angegriffenen Marke bezüglich der Dienstleistung "Veranstaltungen für kulturelle Zwecke" angeordnet. Im übrigen wurde der Widerspruch zurückgewiesen.

Zwischen den Vergleichsmarken bestehe teilweise eine Verwechslungsgefahr, soweit sich die wechselseitigen Dienstleistungen ähnlich seien. Eine mittlere Dienstleistungsähnlichkeit sei zwischen der Dienstleistung der jüngeren Marke "Veranstaltungen für kulturelle Zwecke" und der Dienstleistung der Widerspruchsmarke "Durchführung von Auktionen und Versteigerungen" gegeben. Die weiteren

Dienstleistungen der jüngeren Marke "Musikmanagement; Musikproduktion" würden zu den Dienstleistungen der Widerspruchsmarke einen derart deutlichen Abstand halten, dass die Gefahr von Verwechslungen ausgeschlossen sei. Soweit eine Dienstleistungsähnlichkeit bestehe, sei die Verwechslungsgefahr deshalb gegeben, weil die jüngere Marke von dem Wortbestandteil "PENTAGON" geprägt werde.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Widersprechenden. Er beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 vom 23. Januar 2003 aufzuheben, soweit der Widerspruch zurückgewiesen wurde, und die Löschung der Marke 300 81 953 auch bezüglich der Dienstleistungen "Musikmanagement; Musikproduktion" anzuordnen.

Der Widersprechende ist der Ansicht, auch in Bezug auf die Dienstleistungen Musikmanagement und Musikproduktion bestehe eine Verwechslungsgefahr, da diese Dienstleistungen mit der Dienstleistung der Widerspruchsmarke "Werbung" ähnlich sei. Die gesamte Musikwelt werde durch Werbung geprägt. Unternehmen in der Musikproduktion und im Musikmanagement würden sich, um den Erfolg ihrer Produkte zu sichern, erfahrener Werbestrategen bedienen. Die Lizenznehmerin des Widersprechenden trete seit 1997 in der Musik- und Entertainmentbranche unter der Widerspruchsmarke auf. So habe sie Musikproduktionen wie Pop 2000, eine CD von Nena und die CD "Mensch" von Herbert Grönemeyer beworben und für die Werbung mit Grönemeyer auch den "Marketing-Echo" gewonnen.

Die Markeninhaberin hat sich weder im Amtsverfahren noch im Beschwerdeverfahren zur Sache geäußert.

## II.

Die Beschwerde des Widersprechenden ist zulässig und insoweit begründet, als die jüngere Marke für "Musikmanagement" beansprucht wird. Hinsichtlich dieser Dienstleistung unterliegt die angegriffene Marke der Gefahr einer Verwechslung im Verkehr mit der Widerspruchsmarke. Im übrigen, das heißt bezüglich der Dienstleistung "Musikproduktion", verbleibt es wegen der fehlenden Dienstleistungsähnlichkeit bei der den Widerspruch zurückweisenden Entscheidung der Markenstelle.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke älteren Zeitrangs und der Ähnlichkeit, der durch die beiden Marken erfassten Waren und Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen, sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2002, 626 – IMS).

1. Von den noch streitgegenständlichen Dienstleistungen der jüngeren Marke ist die Dienstleistung "Musikmanagement", nicht aber die Dienstleistung "Musikproduktion" mit der Dienstleistung "Werbung" der Widerspruchsmarke ähnlich. Keine Ähnlichkeit besteht dagegen zu der Dienstleistung „Geschäftswesen, nämlich Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften für andere, Vermittlung von Verträgen über Anschaffungen und Veräußerung von Waren“.

Für die Beurteilung der Ähnlichkeit von Dienstleistungen, kommt es darauf an, ob angesichts objektiver Kriterien wie Art, Erbringung, Einsatzzweck, Inanspruchnahme und wirtschaftliche Bedeutung die beteiligten Verkehrskreise der Auffassung sein können, die beiderseitigen Dienstleistungen würden üblicherweise von demselben Unternehmen erbracht (Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl, § 9 Rdn 123).

Die Dienstleistung Werbung gehört zu dem Aufgabenbereich eines Musikmanagements. So wird etwa ein Musikmanager darum bemüht sein, eine von ihm betreute Musikgruppe erfolgreich zu vermarkten und hierfür auch entsprechende Werbeverträge abzuschließen. Dies gilt dagegen nicht für einen Musikproduzenten, dem es vorrangig darum geht, Güter wie beispielsweise Musik-CD's zu erstellen. Es mag zwar sein, dass einer erfolgreichen Musikproduktion auch eine intensive Werbung vorausgeht. Der Verkehr wird jedoch nicht annehmen, dass die Werbung von dem Musikproduzenten selbst erbracht wird, sondern erwarten, dass diese Leistung von Dritten (z.B. auch von dem Manager der Musikgruppe) erbracht wird.

2. Mangels entgegenstehender Anhaltspunkte ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.

3. Eine schriftbildliche Markenähnlichkeit scheidet im Hinblick auf die graphische Gestaltung der jüngeren Marke, die aus drei Wortelementen in unterschiedlicher Typographie und einer bildlichen Ausgestaltung besteht, aus.

Es lässt sich aber nicht mit der gebotenen Sicherheit ausschließen, dass die jüngere Marke bei der Benennung nur auf "PENTAGON" verkürzt wird. Dafür spricht bereits, dass dieser Wortbestandteil die jüngere Marke von der Schriftart und –größe her bestimmt. Abgesehen davon ist der Wortbestandteil "records" für die streitgegenständlichen Dienstleistungen als Sachangabe glatt beschreibend und der Wortbestandteil "AG" die gängige Abkürzung für Aktiengesellschaft, so

dass diese Wortbestandteile bei der Benennung der Marke nicht mitgesprochen werden. Mithin stehen sich klanglich identische Zeichen gegenüber, für die – soweit Dienstleistungsähnlichkeit besteht – eine unmittelbare klangliche Verwechslungsgefahr gegeben ist.

Gründe für die Auferlegung von Verfahrenskosten gemäß § 71 Abs. 1 MarkenG liegen nicht vor.

Viereck

Merzbach

Kruppa

Hu