



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 190/05

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die angegriffene Marke 302 25 728**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 1. Oktober 2007 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Vogel von Falckenstein, des Richters Paetzold und der Richterin Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Eingetragen am 31. Januar 2003 unter der Nummer 302 25 728 u. a. für die Waren

„Fotoausrüstungen, nämlich Fotokameras, Stative für Fotoapparate, Auslöser für Fotoapparate, Belichtungsmesser, Akkumulatoren für Fotoapparate, Ladegeräte für Akkumulatoren von Fotoapparaten, Fotoleuchten, Stative für Fotoleuchten, Motoren für den Filmtransport, Filter und Farbfilter für Fotoapparate, digitaler Speicher zum Speichern von digitalen Fotos, Programme zur Bearbeitung von digitalen Fotos, Etais für fotografische Apparate und Instrumente, digitale Fotoelemente, Elektro- und Koaxialkabel für Fotoapparate, Fotokassetten, Mikroprozessoren für digitale Fotoapparate, Beleuchtungsverstärker, Objektive und Blitzlichtgeräte, vorgenannte Waren soweit in Klassen 9 und 11 enthalten“

ist die Wort/Bildmarke



The image shows the logo 'Digix' in a bold, sans-serif font. The 'X' is significantly larger and more stylized than the other letters, featuring a thick, brush-like stroke that curves upwards and to the right, giving it a dynamic and artistic appearance.

Widerspruch erhoben wurde aus der unter der Nummer 396 11 388 seit dem 9. August 1996 nach Teillöschung für Waren verschiedener Klassen, u. a. für folgenden Waren

„...Elektrische, elektronische, optische Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und –instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; Verkaufsautomaten und -mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer sowie magnetische und optische Datenaufzeichnungsträger im Zusammenhang mit Telekommunikation; ...“

eingetragenen Wortmarke

digits.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die angegriffene Marke teilweise, nämlich für die obengenannten Waren gelöscht. Es bestehe hochgradige klangliche Ähnlichkeit zur Widerspruchsmarke, da die im Wesentlichen einzige Abweichung im Mittelkonsonant angesichts der sonstigen

zahlreichen Übereinstimmungen in den Hintergrund trete. Bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke seien die damit gegebenen strengen Anforderungen an den Warenabstand nicht mehr eingehalten. Hinsichtlich der Waren „Fotoausrüstungen, nämlich Fotokameras“ der angegriffenen Marke bestehe eine hohe Warenähnlichkeit zu den Waren der Widerspruchsmarke, im Übrigen jedenfalls geringe Ähnlichkeit hinsichtlich des auf die Kamera speziell abgestimmten Zubehörs und der übrigen Waren.

Hiergegen hat die Inhaberin der angegriffenen Marke Beschwerde eingelegt. Sie hat im Wesentlichen ausgeführt, die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei geschwächt, da „digits“ die Ziffern und Stellen von Anzeigen elektronischer Geräte, Messapparate oder optischer Apparate bzw. Instrumente bezeichne. „digit.“ werde zudem als Abkürzung für „digital“ verwendet, um den Gegensatz zu analogen Geräten zu zeigen. Der Verkehr werde wegen der deutlich abgesetzten Darstellung des „X“ die angegriffene Marke mit getrennten Bestandteilen „digi-iks“ benennen. Eine Fotokamera könne zwar zur Dokumentation dienen, sei aber kein Messinstrument. Auch hinsichtlich der übrigen Waren bestehe keine Ähnlichkeit.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle vom 28. September 2005 aufzuheben.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Ergänzend wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Die Markenstelle hat nach Auffassung des Senats die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Marken zutreffend beurteilt und die teilweise Löschung der angegriffenen Marke zu Recht angeordnet, § 9 Absatz 1 Nr. 2 MarkenG.

Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH in st. Rspr. vgl. GRUR 2005, 513 - MEY/Ella May; GRUR 2004, 865, 866 – Mustang; GRUR 2004, 598, 599 – Kleiner Feigling; GRUR 2004, 783, 784 – NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

1. Der Senat geht bei seiner Entscheidung mangels anderweitiger Anhaltspunkte von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit von einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke aus.

Die englische Bezeichnung „digits“ in der Bedeutung „Stellen/Ziffern“ ist zu unbestimmt, um für die Widerspruchswaren einen beschreibenden Hinweis geben zu können. Insbesondere sind keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass der Verkehr hierin einen beschreibenden Hinweis auf die Ausstattung der beanspruchten Waren mit einer Digitalanzeige sehen könnte. Entgegen der Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke hat der Verkehr auch keine Veranlassung, entgegen der korrekt gebildeten Pluralform von „digit“, nämlich „digits“, darin eine Abkürzung von „digital“ zu sehen.

2. Die Ähnlichkeit von Wortzeichen ist anhand ihres klanglichen und schriftbildlichen Eindrucks sowie ihres Sinngehalts zu ermitteln. Dabei kommt es auf den jeweiligen Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Zeichen an. Dies entspricht dem Erfahrungssatz, dass der Verkehr Marken regelmäßig in der Form aufnimmt, in der sie ihm entgegentreten und sie nicht einer analysierenden, zergliedernden, möglichen Bestandteilen und deren Bedeutung nachgehenden Betrachtung unterzieht. Zudem ist bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr grundsätzlich mehr auf die gegebenen Übereinstimmungen der zu vergleichenden Zeichen als auf die Unterschiede abzustellen (vgl. BGH a. a. O. NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

Bei Anwendung dieser Grundsätze ergibt sich, dass die sich gegenüberstehenden Marken in ihrem klanglichen Gesamteindruck verwechselbar ähnlich sind.

Bei der Beurteilung der klanglichen Verwechslungsgefahr ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr beim Zusammentreffen von Wort- und Bildbestandteilen in der Regel dem Wort als einfachster und kürzester Bezeichnungsform eine prägende Bedeutung zumisst (vgl. BGH GRUR 2004, 778, 779 – URLAUB DIREKT; GRUR 2006, 60, 62 (Nr. 20) – cocodrillo). Im vorliegenden Fall ergeben sich keine Anhaltspunkte dafür, dass der Verkehr den Bildbestandteil nicht lediglich als werbeübliche Hervorhebung des letzten Buchstabens „x“ bedingt durch den Typenwechsel sowie die größenmäßige Absetzung unter die Schriftlinie sehen wird. Er wird daher die angegriffene Marke mit dem Wortbestandteil „digix“ benennen.

Dabei legt die Wertigkeit der Waren nicht nahe, dass sie im Allgemeinen „auf Sicht“ erworben werden, sondern dass dem Kauf insbesondere mündliche Beratung, Nachfragen und Empfehlungen vorausgehen, so dass die klangliche Wiedergabe der Markennörter im Vordergrund steht. Es ist zudem davon auszugehen, dass die jeweils zweisilbigen, aus fünf Buchstaben bestehenden Markennörter keine Kurzwörter darstellen (vgl. BPatG Mitt 1971, 50, 51 – Crenin/Kreon), bei

denen einzelne klangliche Merkmale den Klangeindruck stärker prägen, als - wie vorliegend - längere Markenwörter.

Die Vergleichsmarken sind in ihrem klanglichen Gesamteindruck nahezu identisch. Der Wortbestandteil der angegriffenen Marke „Digix“ ist in der Widerspruchsmarke „digits“ weitgehend übereinstimmend enthalten; der Unterschied in den Wortenden "-x/-ts" wirkt sich im Klang nur wenig aus, da der Konsonant „x“ wie „ks“ und damit sehr ähnlich zur Buchstabenfolge „-ts“ der Widerspruchsmarke ausgesprochen wird. Der Unterschied im vorletzten Konsonant der unbetonten Schlussilbe am ohnehin im Allgemeinen weniger beachteten Wortende kommt insbesondere vor dem stimmhaften Schlusskonsonanten „s“ klanglich nicht zum Tragen. Eine nach Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke völlige Trennung und Betonung des „x“ ist eher lebensfremd, aber auch in einem solchen Fall würde eine Sprechpause in der letzten unbetonten Silbe nach einem Vokal klanglich nicht hervortreten, sondern in der Aussprache verschmelzen.

Alles dies führt dazu, dass die Marken wegen des hohen Maßes an Übereinstimmungen in ihrer Gesamtheit sehr ähnlich klingen. Selbst für die mit den beiderseitigen Waren teils angesprochenen Fachkreise, von denen eine beruflich bedingte erhöhte Aufmerksamkeit erwartet werden kann, sind die Vergleichsmarken in ihrem klanglichen Gesamteindruck zu stark angenähert.

Unter diesen Umständen bedarf es eines deutlichen Abstandes im Bereich der sich gegenüberstehenden Waren, um die Verwechslungsgefahr verneinen zu können.

3. Eine Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren ist anzunehmen, wenn diese in Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander kennzeichnen – insbesondere ihrer Beschaffenheit, ihrem Verwendungszweck und ihrer Nutzung, ihrer Eigenart als einander ergänzende Produkte – so enge Berührungspunkte aufweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein können, sie stammten aus demselben Unternehmen, sofern sie mit identischen Marken ge-

kennzeichnet sind (vgl. BGH GRUR 2004, 594, 596 - Ferrari-Pferd; GRUR 2004, 600, 601 – d-c-fix/CD-FIX). Dabei reicht der Umstand, dass sich die Waren in irgendeiner Hinsicht ergänzen können, zur Feststellung der Ähnlichkeit noch nicht aus. Vielmehr ist eine gegenseitige Ergänzung in dem Sinne notwendig, dass dadurch die Annahme gemeinsamer oder doch miteinander verbundener Ursprungsstätten nahegelegt wird (vgl. BPatG GRUR 2002, 345, 347 – ASTRO BOY/Boy).

Ausgehend von der Registerlage besteht zwischen den zu berücksichtigenden Waren „Elektronische, optische Mess- oder Kontrollapparate (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten“ der Widerspruchsmarke und der angegriffenen Ware „Fotoausrüstungen, nämlich Fotokameras“ Identität im Sinn von § 9 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Unter den Warenbegriff „Fotokameras“ der angegriffenen Marke fallen auch digitale Kameras, die einen elektronischen Bildwandler und ein digitales Speichermedium enthalten. Als sog. CCD-Digitalkameras verfügen sie über einen lichtempfindlichen Chip, mit dem Bilder gespeichert werden können (CCD = charge coupled device). Diese CCD-Sensoren (als Zeilen- oder Bildsensor) bieten einen breiten Raum für fotografische Anwendungen. So können Digitalkameras als Webcams eingesetzt werden, die auch für Aufnahmen durch ein Mikroskop geeignet sind. In der Messtechnik werden CCD-Zeilenkameras z. B. in Spektroskopen und Scannern eingesetzt. CCD-Kameras in der Industrie sind oft ferngesteuert und speichern die Bilder automatisch auf Datenträgern; oftmals ist eine Bildauswertung angeschlossen, um bestimmte Bildbereiche schneller auslesen zu können (vgl. Online-Lexikon Wikipedia.org unter den Stichworten „Digitalkamera“, „CCD“; vgl. auch Senatsentscheidung 30 W(pat) 165/04 – HYDAC-HIPAC).

Die vom Inhaber der angegriffenen Marke beanspruchten Fotokameras – die hinsichtlich ihres Verwendungszwecks keine Einschränkung enthalten – können daher als „Elektronische, optische Mess- oder Kontrollapparate (soweit in Klasse 9



enthalten)“ sowie als „Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten“ Einsatz finden.

Jedenfalls geringe Ähnlichkeit besteht zu den obengenannten Waren der Widerspruchsmarke hinsichtlich folgender Waren der angegriffenen Marke „Stative für Fotoapparate, Auslöser für Fotoapparate, Belichtungsmesser, Akkumulatoren für Fotoapparate, Ladegeräte für Akkumulatoren von Fotoapparaten, Fotoleuchten, Stative für Fotoleuchten, Motoren für den Filmtransport, Filter und Farbfilter für Fotoapparate, digitaler Speicher zum Speichern von digitalen Fotos, Etais für fotografische Apparate und Instrumente, digitale Fotoelemente, Elektro- und Koaxialkabel für Fotoapparate, Fotokassetten, Mikroprozessoren für digitale Fotoapparate, Beleuchtungsverstärker, Objektive und Blitzlichtgeräte, vorgenannte Waren soweit in Klassen 9 und 11 enthalten“. Wie die Markenstelle bereits auch nach Auffassung des Senats zutreffend festgestellt hat, handelt es sich dabei um Fotozubehörwaren, die hinsichtlich ihrer regelmäßigen Fabrikations- und Verkaufsstätten sowie ihrer wirtschaftlichen Bedeutung und Verwendungsweise so enge Berührungspunkte aufweisen, dass der Verkehr zu der Auffassung gelangt, die Waren stammten aus dem gleichen Geschäftsbetrieb (vgl. BGH GRUR 1999, 731, 733 - Canon II).

Die Ware „Programme zur Bearbeitung von digitalen Fotos“ der angegriffenen Marke liegt als ergänzende Ware im Ähnlichkeitsbereich, jedenfalls besteht mittlere Ähnlichkeit zur Dienstleistung „Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung“ der Widerspruchsmarke. Ebenfalls mittlere Ähnlichkeit besteht zwischen der Ware „Etais für fotografische Apparate und Instrumente“ der angegriffenen Marke zu „optische Messapparate und –instrumente“ und „Lederwaren“ der Widerspruchsmarke, was die Markenstelle überzeugend näher ausgeführt hat.

Unter den Eingangs genannten Voraussetzungen ist angesichts der im Klang sehr ähnlichen Marken der erforderliche erhebliche Warenabstand im Bereich identi-

scher und eng ähnlicher Waren sowie im Bereich mittlerer Warenähnlichkeit nicht eingehalten, so dass insoweit Verwechslungsgefahr besteht.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Dr. Vogel von Falckenstein

Paetzold

Hartlieb

Ko