



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 82/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 305 03 450

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. Januar 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht und die Richter Schwarz und Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Widersprechende hat gegen die am 25. Juli 2005 erfolgte Eintragung in das Markenregister der am 21. Januar 2005 angemeldeten, für

KVM-Schalter, Videoauswähler, Videoteiler

geschützten Marke Nr. 305 03 450



Widerspruch eingelegt aus ihrer prioritätsälteren Gemeinschaftsmarke 1416361, der Bildmarke

D-Link

die unter anderem geschützt ist für

Elektrische und elektronische Apparate und Instrumente, insbesondere Datenverarbeitungsgeräte, Kabel, Leitungen, Kabelgarnituren, Schaltgeräte, PC-Cards, Netzwerkkarten, Netzwerk-Komponenten, Bridges, Hubs, Switches, Router, Brouter, Transceiver, Repeater, Concentrator, Modems, Print-Server, Interface-Karten, Media-Konverter, Kameras, Radio und TV, Schaltgeräte, integrierte Schaltkreise; Programme und Software für Computer.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschlüssen vom 18. März 2008 und vom 14. Oktober 2008 den Widerspruch zurückgewiesen, weil die Widerspruchsmarke mit der angegriffenen Marke, auch soweit die Verbraucher der Marke bei identischen Waren im Bereich elektronischer bzw. Video-Schaltgeräte oder -Verteiler begegneten, nicht in einer die Verwechslungsgefahr begründenden Weise ähnlich seien. Das identische Wortelement „Link“ könne eine Verwechslungsgefahr nicht begründen, weil es sich um einen beschreibenden und damit nicht eigenständig prägenden Bestandteil handle. Hinsichtlich der übrigen Markenteile unterschieden sich die Marken aber durch die unterschiedlichen Großbuchstaben an den besonders beachteten Wortanfängen deutlich. Auch eine Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt eines Serienzeichens sei nicht anzunehmen, weil kein Anhaltspunkt zu der Annahme gegeben sei, das Publikum könne den Bestandteil „Link“ als Stammzeichen der Inhaberin der älteren Marke ansehen. Auch eine assoziative Verwechs-

lungsgefahr bestehe nicht, weil der Bestandteil „Link“ keine selbständig kennzeichnende Stellung in der jüngeren Marke habe.

Gegen diese Beschlüsse richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie meint, dass eine Verwechslungsgefahr zwischen den beiden Marken gegeben sei, weil diese wegen des sie jeweils prägenden übereinstimmenden Bestandteils „Link“ zueinander ähnlich seien. Dabei handele es sich entgegen der Ansicht der Markenstelle nicht um eine beschreibende Angabe, weil „Link“ als Abkürzung für „Hyperlink“ anzusehen sei und in dieser Bedeutung keine Beschreibung der Waren der Widerspruchsmarke darstellen könne. Auf jeden Fall seien die Marken durch die weitergehenden Gemeinsamkeiten sehr ähnlich.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. März 2008 und vom 14. Oktober 2008 aufzuheben und die Löschung der Marke Nr. 305 03 450 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert und auch keinen Antrag gestellt.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, den Widerspruch wegen mangelnder Gefahr von Verwechslungen der Vergleichsmarken nach § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Die Eintragung einer Marke ist auf den Widerspruch aus einer prioritätsälteren Marke nach den vorgenannten Vorschriften zu löschen, wenn zwischen beiden Zeichen wegen Zeichenidentität oder -ähnlichkeit und Waren- bzw. Dienstleistungsidentität oder -ähnlichkeit unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft des älteren Zeichens die Gefahr von Verwechslungen einschließlich der Gefahr, dass die Marken miteinander gedanklich in Verbindung gebracht werden, besteht. Diese Komponenten stehen miteinander in einer Wechselbeziehung, wobei ein geringerer Grad einer Komponente durch den größeren Grad einer anderen ausgeglichen werden kann (st. Rspr.; vgl. EuGH MarkenR 1999, 236, 239 [Rz. 19] - Lloyd/Loints; BGH GRUR 1999, 241, 243 - Lions). Bei den vorliegenden Marken ist der Grad der Markenähnlichkeit zu gering, um trotz hochgradiger Ähnlichkeit der Dienstleistungen selbst bei als durchschnittlich unterstellter Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eine Verwechslungsgefahr zu begründen. In ihrem Gesamteindruck, von dem die Beurteilung der Markenähnlichkeit vorrangig abhängt (vgl. EuGH GRUR 1998, 397, 390 Tz. 23 - Sabèl/Puma; GRUR 2005, 1043, 1044 [Rz. 28 f.] - Thomson Life; GRUR 2006, 413, 414 [Rn. 19] - SIR/Zirh; BGH GRUR 2000, 233 f. - Rausch/Elfi Rauch), unterscheiden sich beide Marken infolge der unterschiedlichen Wortanfänge, die aus schriftbildlich wie klanglich deutlich zu unterscheidenden Großbuchstaben bestehen, so deutlich voneinander, dass das Publikum keine Mühe hat, beide Zeichen voneinander abzugrenzen. Entgegen der Ansicht der Widersprechenden ergibt sich vorliegend eine Markenähnlichkeit auch nicht dadurch, dass der mit der Widerspruchsmarke übereinstimmende Bestandteil „Link“ den durch die jüngere Marke hervorgerufenen Gesamteindruck dominiert. Das von den beanspruchten Waren angesprochene Publikum - dies ist vorliegend der Teil der inländischen Gesamtbevölkerung, der mit Videoanlagen oder vernetzten Computerarbeitsplätzen zu tun haben kann - hat nämlich keinen Anlass, die jüngere Marke allein auf diesen Bestandteil zu verkürzen oder in ihm bereits den kennzeichnenden Teil zu sehen. Im Gegensatz zur Ansicht der Widersprechenden besteht kein Anlass, „Link“ nur als Abkürzung von „Hyperlink“ anzusehen, so wie auch „Anwalt“ keineswegs nur eine Abkürzung von „Patentanwalt“ ist, und so die sich dem Wortsinn nach aufdrängende Bedeutung als „Verbin-

dung“ bzw. „verbindendes Element“ zu ignorieren und statt dessen eine eher weniger nahe liegende Bedeutung in den Vordergrund zu heben, um zu einem individualisierenden Charakter dieses ansonsten wenig bemerkenswerten Bestandteils zu gelangen. Auch hat die Widersprechende keine Serie der Art, dass Großbuchstaben vor „Link“ für sie kennzeichnend sein könnten. Somit kann „Link“ weder als Stammbestandteil einer Markenserie gesehen werden noch kann sonst die Gefahr eines gedanklichen Inverbindungbringens i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 zweiter Halbsatz MarkenG angenommen werden. Es kann nämlich ausgeschlossen werden, dass der kennzeichnungsschwache, weil beschreibende Bestandteil „Link“ in den Marken eine selbständig kennzeichnende Stellung hat.

Da Gründe für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen nach § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG nicht ersichtlich sind, hat es dabei zu verbleiben, dass beide Beteiligte ihre jeweiligen außergerichtlichen Kosten selbst zu tragen haben (§ 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG).

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Fa