

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 87/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
22. Mai 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die eingetragene Marke 396 49 653

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 22. Mai 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Schade, des Richters Albert und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Das Wort "EXPOVISION" ist als Marke für verschiedene Waren der Klasse 9 und Dienstleistungen der Klassen 35, 41 und 42 eingetragen.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der ebenfalls für Waren und Dienstleistungen der genannten Klassen geschützten Marke 394 05 221 "EXPO 2000 Hannover".

Die Markenstelle für Klasse 9 des Patentamts hat durch einen Beamten des höheren Dienstes den Widerspruch wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, daß trotz teilweiser Gleichheit der einander gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen der Abstand der Vergleichsmarken für ein sicheres Auseinanderhalten ausreiche. Dem Gesamteindruck nach seien die Marken deutlich verschieden; andererseits könne dem gemeinsamen Bestandteil "EXPO" in der älteren Marke eine selbständige und kollisionsbegründende Wirkung nicht zuerkannt werden. Bei diesem Wort handle es sich vielmehr um die international übliche Abkürzung für den englischen Begriff

"Exposition", also um eine beschreibende Angabe, die eine Ausstellung bezeichne, wie sich dies aus einschlägigen Entscheidungen des Bundespatentgerichts ergebe. Auch assoziative Verwechslungen seien, wegen der Kennzeichnungsschwäche dieses Bestandteils, nicht zu erwarten.

Gegen diesen Beschluß hat die Widersprechende Beschwerde eingelegt. In ihrer Begründung hat sie zunächst auf die Identität bzw große Nähe der einander gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen und den deshalb zu fordernden erheblichen Abstand der Marken verwiesen. Der Gesamteindruck der Widerspruchsmarke werde durch den Bestandteil "EXPO 2000" geprägt, wobei "EXPO" eindeutig das Übergewicht besitze. Auch sei wohl gerichtsbekannt, daß der Verkehr dazu neige, die Widerspruchsmarke (die einen hohen Bekanntheitsgrad habe) auf "EXPO" zu verkürzen. Eine Verkehrsbefragung Mitte 1999 habe ergeben, daß mehr als 65 % der Bevölkerung diese Bezeichnung kannten und zutreffend mit der Weltausstellung in Hannover in Verbindung brächten. Der Bestandteil "VISION" der jüngeren Marke besitze einen beschreibenden Gehalt, da er lediglich auf "Television" hinweise. Der dominierende Teil sei hier somit "EXPO", was zu Verwechslungen führen müsse.

Die Markeninhaberin hat sich nicht geäußert.

Zu der auf Antrag der Widersprechenden anberaumten mündlichen Verhandlung ist niemand erschienen.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II

Die Beschwerde mußte in der Sache erfolglos bleiben, da eine Verwechslungsgefahr im Sinne des Markengesetzes (§ 9 Abs 1 Nr 2) nicht besteht.

Die Vergleichsmarken unterscheiden sich offensichtlich klar in ihrer Gesamtheit. Der Bestandteil "EXPO" hingegen vermag die ältere Marke nicht nur nicht zu prägen; er ist vielmehr überhaupt von Haus aus schutzunfähig, so daß unter gar keinen Umständen aus ihm Rechte hergeleitet werden können (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl § 9 Rdn 159 ff). "Expo" ist, worauf schon die Markenstelle zutreffend hingewiesen hat, eine international bekannte und gebräuchliche Abkürzung für "Exposition" und bezeichnet (irgend)eine (große) Ausstellung, meist "Weltausstellung". Dies hat - wie auch die Markenstelle ausgeführt hat - das Bundespatentgericht bereits vor einigen Jahren ausdrücklich entschieden (12 W (pat) 100/96 "Expo"); es müßte auch der Widersprechenden bekannt sein, da ihre Marke nur deshalb eingetragen worden ist, weil das Bundespatentgericht (33 W (pat) 199/96) sie in ihrer Gesamtheit für schutzfähig hielt, dazu aber klar auf die Schutzunfähigkeit ihrer Einzelbestandteile hingewiesen hat. Wenn die Widersprechende nunmehr damit argumentiert, daß beachtliche Verkehrskreise das Wort "EXPO" ausschließlich mit der Expo 2000 in Hannover in Verbindung bringen, so macht sie letztlich wohl eine (zwischenzeitliche) Verkehrsdurchsetzung eines schutzunfähigen Markenbestandteils geltend. Ob hier eine Durchsetzung vorliegt (was angesichts der vielfältigen und sehr unterschiedlichen Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke wohl gar nicht einheitlich zu beurteilen ist), kann offenbleiben, da ein solches Vorbringen im Widerspruchsverfahren jedenfalls unbeachtlich ist (vgl aaO § 43 Rdn 48).

Der Senat möchte im übrigen nicht unerwähnt lassen, daß er eine Verwechslungsgefahr auch dann verneinen würde, wenn man zugunsten der Widersprechenden von einer noch hinreichenden Schutzfähigkeit des Bestandteils "EXPO"

(- aus welchen Gründen auch immer) ausgehen wollte. Die Möglichkeit unmittelbarer Verwechslungen würde dann ausscheiden, weil die Anmeldemarke als einheitliches Phantasiewort erscheint, bei dem der Bestandteil "-VISION" weder weggelassen werden noch unberücksichtigt bleiben kann; für assoziative Verwechslungen wäre der - von Haus aus schutzunfähige, weil glatt beschreibende - Bestandteil "EXPO" völlig ungeeignet (vgl aaO § 9 Rdn 217).

Die Beschwerde war sonach zurückzuweisen.

Wegen der Kosten wird auf § 71 Abs 1 MarkenG verwiesen.

Dr. Schade

Friehe-Wich

Albert

Mü/Ju