



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 106/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 55 957

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 8. Oktober 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 12 des DPMA vom 16. Januar 2003 aufgehoben, soweit der Widerspruch hinsichtlich der Dienstleistung „Schulung von Fachpersonal zum Messen, Prüfen und Reparieren von Teilen von Fahrzeugen, wie von Personenkraftwagen, Nutzkraftwagen, Traktoren, Landmaschinen, wie Kupplungen für Fahrzeuge, Getriebe für Fahrzeuge auch unter Wiederverwendung von gebrauchten Teilen“ zurückgewiesen worden ist.

Auch insoweit wird wegen der Verwechslungsgefahr mit der Marke EU 2.931 die Löschung der jüngeren Marke 398 55 957 angeordnet.

Gründe

I.

In das Markenregister eingetragen wurde unter der Rollenummer 398 55 957 die Marke

KTM

für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 12 und 37 und 41, darunter

KI 41: Schulung von Fachpersonal zum Messen, Prüfen und Reparieren von Teilen von Fahrzeugen, wie von Personenkraftwagen, Nutzkraftwagen, Traktoren, Landmaschinen, wie Kupplungen für Fahrzeuge, Getriebe für Fahrzeuge auch unter Wiederverwendung von gebrauchten Teilen.

Die Inhaberin der rangälteren Marke EU 2.931

KTM

hat hiergegen Widerspruch erhoben. Diese Marke ist ua für folgende Waren eingetragen:

KI 12: Motorräder, Motorroller, Mopeds, Motoren für Landfahrzeuge;

KI 37: Wartung und Reparatur von Kraftfahrzeugen

Die Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamts hat eine Löschung der angegriffenen Marke bezüglich der Klassen 9, 12 und 37 angeordnet und im übrigen den Widerspruch mangels Ähnlichkeit der Waren bzw Dienstleistungen zurückgewiesen, da die insoweit streitigen Dienstleistungen von jeweils anderen Anbietern erbracht würden, was dem Verkehr auch bekannt sei.

Die Widersprechende hat Beschwerde eingelegt und darauf hingewiesen, dass sie als Herstellerin von Motorrädern - ebenso wie alle anderen Fahrzeughersteller auch - für die in den Reparaturwerkstätten Verantwortlichen bei Neuproduktionen und Modellveränderungen Schulungen durchführe. Würde diese Tätigkeit mit einer für Motorräder oder der Durchführung von Kraftfahrzeugreparatur identischen

Marke gekennzeichnet, so würde der Verbraucher von einer rechtlichen und wirtschaftlichen Verbindung der Betriebe ausgehen.

Die Markeninhaberin hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss sowie auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg, denn zwischen den noch streitigen Waren und/oder Dienstleistungen besteht Ähnlichkeit im Rechtssinne, so dass die identische jüngere Marke in den Schutzbereich der Widerspruchsmarke eingreift und deshalb auch insoweit zu löschen ist (§ 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG).

Die Gewichtung der für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr maßgebenden Faktoren Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit, Schutzzumfang der Widerspruchsmarke und Markenähnlichkeit lässt vorliegend angesichts der Identität der Marken und des durchschnittlichen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke schon eine nur geringe Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen ausreichen, um eine Verwechslungsgefahr zu bejahen. Der Ansicht der Markenstelle, allein der Umstand, dass die Dienstleistungen (hier Schulung, dort Reparatur) von unterschiedlichen Anbietern erbracht würden, lasse eine Ähnlichkeit entfallen, kann in dieser Allgemeinheit und vor dem Hintergrund der Verkehrsgepflogenheiten der Branche nicht zugestimmt werden. Eine „Schulung von Fachpersonal“ für die Reparatur von Kraftfahrzeugen wird zwar auch von den Handwerkskammern oder den Industrieverbänden angeboten, diese Dienstleistung wird aber insbesondere von den Kfz-Herstellern selbst zur Weiterbildung der in den Vertragswerkstätten angestellten Mechanikern erbracht. Da eine derartige Schulung in erster Linie dem Absatz der eigenen Produkte dient – der gute Service spielt beim Kauf eines Fahrzeuges eine

gewichtige Rolle – und teilweise kostenfrei erfolgt, könnten unter dem Blickwinkel von Hilfsdienstleistungen Zweifel an einer dem Markenschutz zugänglichen, nach außen hin wahrnehmbaren wirtschaftlichen Betätigung des Herstellers aufkommen. Die Markeninhaberin hat die Schulung jedoch nicht auf die eigenen Produkte beschränkt, so dass damit auch eine herstellerübergreifende Ausbildung der Kfz-Mechaniker gemeint sein kann. Wird die Dienstleistung jedoch vom Hersteller erbracht, steht sie im unmittelbaren Zusammenhang sowohl mit der Ware selbst (hier Motorräder und Motoren), als auch mit der von den Vertragswerkstätten erbrachten „Wartung und Reparatur von Kraftfahrzeugen“. Der Verbraucher erwartet, dass Vertragswerkstätten über eine besondere Fachkunde für die jeweilige Fahrzeugmarke verfügen, was nur gewährleistet ist, wenn ihre Fachkräfte vom Hersteller auch entsprechend geschult werden. Diese Schulung ist also notwendige Voraussetzung für die Qualität des Services. Dem Verbraucher ist darüber hinaus bekannt, dass die Hersteller zum Teil erheblichen Einfluss auf die Ausstattung und den Betriebsablauf ihrer Vertragswerkstätten nehmen, im besonderen Maße also die Verantwortung für die dort erbrachten Dienstleistungen übernehmen. Wenn also die Schulung für die Mechaniker, das Kraftfahrzeug und die Vertragswerkstätte selbst den gleichen Namen haben, so bestätigt dies dem Verbraucher nur das, wovon er ohnehin ausgeht, nämlich die Gewährensübernahme der Herstellers sowohl für das Produkt, den ordnungsgemäßen Service und die dafür notwendige Schulung. Markenrechtlich besteht damit Ähnlichkeit zwischen den Dienstleistungen und zwischen den Waren und der Schulung.

Wegen dieser zumindest mittleren Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit in Verbindung mit der Identität der Marken ist eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

Die Beschwerde hat deshalb Erfolg.

Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst, § 71 Abs 1 Satz 2 Markengesetz.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Fa