



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 109/03

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 399 36 139**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. Oktober 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters Baumgärtner und der Richterin Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I**

Gegen die Eintragung der für die Dienstleistungen

- 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten;
- 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen;
- 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;
- 42: Verpflegung, Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung; Gesundheitswesen und Schönheitspflege; Dienstleistungen auf dem Gebiet der Tiermedizin und der Landwirtschaft; Rechtsberatung und -vertretung; wissenschaftliche

und industrielle Forschung; Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung

beim Deutschen Patent- und Markenamt am 30. August 1999 registrierten Marke 399 36 139

### **cFm**

ist aufgrund der für die Waren und Dienstleistungen

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Spielkarten; Drucklettern; Druckstöcke; Bankwesen, Finanzwesen, Versicherungswesen, Investitionswesen; Finanzberatung; Dienstleistungen eines Finanztaxators; Dienstleistungen eines Finanzgutachters; Lieferung von Finanzinformationen; Finanzmanagement; Finanzplanung; Erstellung von Finanzberichten und -analysen; Finanzuntersuchungen; Ausrichtung und Durchführung von Seminaren, Konferenzen und Kongressen; Ausbildung bezüglich Finanzierung, Versicherung, Bankgeschäften und Investitionen; Bewertung und Verwaltung von Prüfungen und Prüfungsverfahren auf dem Gebiet des Finanzwesens, des Bankwesens, des Investitionswesens und des Versicherungswesens; Organisation von Ausstellungen für Ausbildungszwecke; Produktion von Videofilmen, Verlegung von Büchern und Texten; Vermietung von Audiobändern und Computerprogrammen bezüglich Finanzwesen, Versicherungswesen, Investitionswesen und Bankwesen

am 26. November 1997 eingetragenen Marke 397 36 546

### **CFP**

Widerspruch erhoben worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat den Widerspruch mit Beschluss vom 20. Februar 2003 zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die sich gegenüberstehenden Marken beide für Dienstleistungen aus den Bereichen „Finanzwesen und Ausbildung“ eingetragen seien und insoweit eine Dienstleistungsidentität vorliege, der insoweit erforderliche deutliche Markenabstand werde jedoch eingehalten. Die sich gegenüberstehenden Marken unterschieden sich in ihrem jeweiligen letzten Buchstaben, was für ein eindeutiges Auseinanderhalten der Zeichen ausreichend sei. Kurzen Zeichen werde erheblich mehr Aufmerksamkeit zugewendet und daher würden auch Unterschiede eher bemerkt. Im vorliegenden Fall trete hinzu, dass es sich bei den Zeichen um nicht aussprechbare Buchstabenkombinationen handle, wie sie für Firmenabkürzungen typisch seien. Gerade im Bereich der Firmenbezeichnungen sei der Verkehr jedoch an eine so große Zahl von Zeichen und insbesondere an Dreibuchstabenkombinationen gewöhnt, dass er auf jeden Buchstaben achte und Abweichungen auch in einen Buchstaben sicher erkenne und sich merke.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie trägt vor, dass hinsichtlich der Dienstleistungen „Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Erziehung, Ausbildung sowie Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung“ von Dienstleistungsidentität oder jedenfalls hochgradiger Ähnlichkeit auszugehen sei. Die einzige Abweichung in den Marken betreffe den letzten Buchstaben, wobei in klanglicher Hinsicht diese in den Hintergrund trete und den ähnlichen Gesamteindruck nicht ändern würde.

Die Widerspruchsmarke besitze aufgrund ihrer Bekanntheit und ihrer häufigen Benutzung zusammen mit der Bezeichnung „Certified Financial Planner“ einen begrifflichen Inhalt, nämlich den eines Finanzplaners. Es handle sich bei der Widersprechenden um einen der renommiertesten und bekanntesten Finanzdienstleister im Bereich privater Vermögen. Die Marke habe somit eine erhöhte Kennzeichnungskraft; zum Beweis legt sie entsprechende Pressebeiträge vor.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. Februar 2003 teilweise aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke für die Dienstleistungen „Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Erziehung, Ausbildung sowie Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung“ anzuordnen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat sich im Verfahren vor dem Patentamt und auch vor dem Bundespatentgericht nicht geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist nicht begründet. Der Senat hält die Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs 1 Nr 2 Marken zwischen den sich gegenüberstehenden Marken für nicht gegeben.

Ob eine Verwechslungsgefahr besteht, hängt nach § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG von der Identität oder Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken einerseits und andererseits von der Identität oder Ähnlichkeit der von den beiden Marken erfassten Waren ab, wobei von dem Leitbild eines durchschnittlich informierten,

aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers auszugehen ist (EuG GRUR Int 1999, 734, 736 - Lloyd; BGH GRUR 2000, 506, 508 - ATTACHÉ/TISSERAND). Darüber hinaus sind alle weiteren Umstände zu berücksichtigen, die sich auf die Verwechslungsgefahr auswirken können, insbesondere die Kennzeichnungskraft der älteren Marke (EuGH aaO - Lloyd; BGH aaO - ATTACHÉ/TISSERAND; GRUR 1999, 995, 997 - HONKA). Dabei stehen die verschiedenen für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr heranzuziehenden Faktoren in einer Wechselwirkung, so dass zB ein geringerer Grad an Markenähnlichkeit durch eine höhere Kennzeichnungskraft der älteren Marke bzw durch einen höheren Grad an Warenähnlichkeit ausgeglichen werden kann (stRspr BGH GRUR 2000, 603, 604 - Cetof/ETOP). Nach diesen Grundsätzen ist vorliegend eine Verwechslungsgefahr nicht zu befürchten.

a) Der Widerspruch der Beschwerdeführerin richtete sich zunächst gegen sämtliche Dienstleistungen der angegriffenen Marke. In der Beschwerdebegründung vom 28. Februar 2003 hat die Widersprechende jedoch ausgeführt, dass die angegriffene Marke für die Dienstleistungen „Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Erziehung, Ausbildung sowie Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung“ zu löschen sei. Der Senat geht daher davon aus, dass der Widerspruch nunmehr beschränkt worden ist. Die insoweit sich gegenüberstehenden Dienstleistungen liegen in einem engen Ähnlichkeitsbereich bis hin zur Dienstleistungsidentität bezüglich der Finanz- und Ausbildungsdienstleistungen.

b) Grundsätzlich ist bei Buchstabenmarken, wie den hier vorliegenden, nicht davon auszugehen, dass diesen von Haus aus nur eine schwache Kennzeichnungskraft zukommt. An diesen früher geltenden Grundsätzen kann nicht mehr festgehalten werden, weil nach der Rechtslage unter der Geltung des Markengesetzes die früher zugrundegelegte unwiderlegliche gesetzliche Vermutung eines Freihaltungsbedürfnisses (vgl § 4 Abs 2 Nr 1 WZG) nicht mehr unterstellt werden kann (BGH MarkenR 2002, 332 - DKV/OKV).

Darüber hinaus hat die Widersprechende in ihrer Beschwerdebegründung vorge-  
tragen, dass sie eine der renommiertesten und bekanntesten Finanzdienstleister  
im Bereich privater Vermögen sei. Die Finanzplanungsberatung unter der Marke  
„CFP“ habe einen entsprechend hohen Bekanntheitsgrad, da sie einem bedeuten-  
den Teil desjenigen Publikums vertraut sei, das von den durch diese Marken er-  
fassten Dienstleistungen betroffen sei. Da der Beschwerdeführer diesen Ausführ-  
ungen nicht widersprochen hat, geht der Senat - jedenfalls für den Bereich der  
Finanzdienstleistungen - von einer erhöhten Kennzeichnungskraft der Wider-  
spruchsmarke aus.

c) Dennoch halten die sich gegenüberstehenden Marken den insoweit im Hin-  
blick auf die Identität bzw hochgradige Ähnlichkeit der Dienstleistungen und die  
gesteigerte Kennzeichnungskraft erforderlichen erheblichen Markenabstand noch  
ein.

Die Buchstabenkombinationen „cFm“ und „CFP“ stimmen in ihren ersten beiden  
Buchstaben und damit immerhin in zwei Dritteln überein, wobei die Übereinstim-  
mung zudem den stärker beachteten Zeichenanfang erfasst. Dennoch ist damit zu  
rechnen, dass der Verkehr jedem Bestandteil einer Buchstabenfolge, zudem wenn  
sie mit drei Buchstaben noch sehr übersichtlich gestaltet ist, eine vergleichsweise  
hohe Aufmerksamkeit schenken wird. Denn angesichts der Fülle von kennzeich-  
nenden ebenso wie beschreibenden Abkürzungen, mit denen der Verkehr in allen  
Lebensbereichen konfrontiert wird, verlangen Buchstabenkombinationen hinsicht-  
lich jedes Einzelbuchstabens eine besondere Aufmerksamkeit, um ein sich Ver-  
greifen auszuschließen. Ähnlich wie bei (Wort-)Kurzmarken, bei denen einzelne  
Abweichungen ebenfalls stärker auffallen als bei längeren Wortmarken, wirken  
sich bei übersichtlichen Buchstaben Marken daher schon geringere Unterschiede  
sowohl in klanglicher als auch in schriftbildlicher Hinsicht stark verwechslungsmin-  
dernd aus.

Die Schlussbestandteile werden darüber hinaus so deutlich verschieden ausgesprochen, dass sie eine zuverlässige Unterscheidbarkeit der Marken erlauben. Auch in schriftbildlicher Hinsicht kann keine Verwechslungsgefahr festgestellt werden. Die Buchstaben „m“ und „P“ vermitteln einen deutlich abweichenden visuellen Eindruck, der sich entsprechend auf die Unterscheidbarkeit der Gesamtmarken auswirkt.

Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage besteht kein Anlass, aus Gründen der Billigkeit einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Abs 1 MarkenG aufzuerlegen.

Winkler

Baumgärtner

Dr. Hock

CI