



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 31/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
20. Mai 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 399 32 658

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. Mai 2003 unter Mitwirkung des Richters Dr. Hacker als Vorsitzenden sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

QIS

ist für die Waren und Dienstleistungen

"Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Computerprogramme; Planung, Organisation und Durchführung von Seminaren, Schulungen, Trainingsmaßnahmen und Workshops auf dem Gebiet der Datenverarbeitung; Dienstleistungen eines Programmierers; gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung) auf dem Gebiet der Datenverarbeitung und der Telekommunikation; Dienstleistungen im Bereich der Datenverarbeitung, nämlich Erstellen, Anpassen, Aktualisieren, Implementieren und Warten von Software; alle vorgenannten Waren und Dienst-

leistungen insbesondere, soweit sie in Zusammenhang mit der Koordinierung von Softwareentwicklungen (Software-Konfigurations-Management) stehen und ausgenommen, soweit sie in Zusammenhang mit Qualitätssystemen stehen"

unter der Nummer 399 32 658 in das Register eingetragen worden.

Dagegen hat die Inhaberin der prioritätsälteren, für

"Computersoftware, ausschließlich zur Erfüllung der beruflichen Aufgaben von Angehörigen des steuer- und rechtsberatenden Berufes, ausgenommen solche für Krankenhausinformationssysteme und für Kundeninformationssysteme"

eingetragenen Wortmarke 396 35 892

KIS

Widerspruch erhoben.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluß vom 3. Januar 2002 durch eine Beamtin des höheren Dienstes die Löschung der angegriffenen Marke wegen des Widerspruchs aus der älteren Marke angeordnet. Die Ware der Widerspruchsmarke könne mit den Waren der angegriffenen Marke teilweise identisch oder den Waren der jüngeren Marke sehr ähnlich sein, teilweise bestehe normaler Warenabstand. Die Dienstleistungen der jüngeren Marke seien der Ware der Widerspruchsmarke teilweise sehr ähnlich, teilweise sei der Abstand durchschnittlich. Selbst wenn man eine unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke unterstelle, kämen sich die Zeichen trotz ihrer Kürze klanglich so nahe, daß Verwechslungen nicht zu vermeiden seien. Mangels gegenteiliger Anhaltspunkte sei zu erwarten, daß die sich gegenüberstehenden Marken vorwiegend nicht als Einzelbuchstaben, sondern als

Wörter ausgesprochen würden. Da auf den Buchstaben "Q" in der jüngeren Marke - anders als üblicherweise in der deutschen Sprache - nicht der Buchstabe "U" folge, der eine Aussprache wie "kw" bewirke, liege bei Teilen der angesprochenen Verkehrskreise eine Aussprache der angegriffene Marke wie "KIS" nahe. Jedoch seien die klanglichen Unterschiede zur Widerspruchsmarke auch bei einer Aussprache der jüngeren Marke wie "KWIS" so gering, daß die Marken nicht auseinandergehalten werden könnten. Die klangliche Ähnlichkeit von "KWIS" zu dem bekannten Begriff "Quiz" biete wegen der stark abweichenden Schreibweise kein hinreichendes Unterscheidungsmerkmal.

Hiergegen wendet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke. Die Beschwerdeführerin trägt vor, die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei durch verschiedene Marken dritter Unternehmen mit der Buchstabenfolge "KIS" auf dem betreffenden Waren- bzw. Dienstleistungssektor geschwächt. Außerdem handele es sich bei "KIS" um die Abkürzung für den Fachbegriff "Kanzleiiinformations-System", der keine markenmäßige Kennzeichnungskraft zu komme. Die Marken unterschieden sich deutlich. Wegen der Schreibweise der jüngeren Marke ohne den Buchstaben "u" sei eine Wiedergabe als Folge von Einzelbuchstaben naheliegend, die keinerlei klangliche Ähnlichkeit mit dem Wort "KIS" aufweise. Im übrigen seien bei der Wiedergabe beider Zeichen verschiedene Möglichkeiten denkbar, was die Verwechslungsgefahr mindere. So könne bei der jüngeren Marke das "l" auch langgezogen gesprochen werden. Bei der Widerspruchsmarke sei ebenfalls sowohl eine Aussprache des Vokals als kurzes als auch als langgezogenes "i" ebenso möglich wie eine Aussprache als Buchstabenfolge.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Die Widersprechende trägt vor, bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr sei jede zu erwartende Art der Aussprache zu berücksichtigen, wobei im vorliegenden Fall die Aussprache der Zeichen als geschlossene Wörter mit kurzem Vokal am nächsten liege. Aber selbst bei einer Aussprache mit langgezogenem Selbstlaut seien die Unterschiede zur Widerspruchsmarke so gering, daß Verwechslungen nicht ausgeschlossen werden könnten. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei nicht geschwächt. Auf dem Sektor, auf dem die Widersprechende tätig sei, gebe es nur eine geringe Anzahl von Marken, die den Bestandteil "KIS" enthielten. Die Widersprechende habe mit einem Teil der Markeninhaber Abgrenzungsvereinbarungen getroffen. Außerdem werde bestritten, daß diese Marken in hinreichendem Umfang für gleiche oder ähnliche Produkte benutzt würden. Im übrigen könne wegen unterschiedlicher Aussprachemöglichkeiten keine Verkehrsgewöhnung eingetreten sein. Weiterhin sei die Bedeutung der Abkürzung "KIS" den angesprochenen Verkehrskreisen meist nicht bekannt. Selbst wenn man aber eine gewisse Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke unterstelle, seien die klanglichen Unterschiede angesichts der bestehenden Warenidentität oder -nähe nicht ausreichend, um eine Verwechslungsgefahr zu beseitigen. Im übrigen bestehe auch schriftbildliche Verwechslungsgefahr. Die Formen der Buchstaben "Q" und "K" kämen sich auf Grund des parallelen Schrägstrichs schriftbildlich nahe.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

1. Die zulässige Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke hat in der Sache keinen Erfolg. Zwischen den Marken besteht die Gefahr von Verwechslungen gemäß § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

1.1. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften zu Art. 4 Abs 1 Buchst. b der Markenrechts-Richtlinie, die für die Auslegung der in Umsetzung dieser Richtlinienbestimmung erlassenen Vorschrift des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG von maßgeblicher Bedeutung ist, ist die Frage der Verwechslungsgefahr unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Zu den dabei maßgebenden Umständen gehören insbesondere die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie der Grad der Ähnlichkeit zwischen den Marken und zwischen den damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen. Bei der umfassenden Beurteilung ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der Marken auf den Gesamteindruck abzustellen, den diese hervorrufen. Hierbei kommt es entscheidend darauf an, wie die Marke auf den Durchschnittsverbraucher der jeweils in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen wirkt (vgl. EuGH GRUR 1998, 387 "Sabèl/Puma"; BGH GRUR 1996, 198 "Springende Raubkatze"; GRUR 1996, 200 "Innovadiclophlont"). Die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr impliziert auch eine gewisse Wechselbeziehung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen. So kann ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt (EuGH GRUR Int. 1998, 875, 876 f. "Canon"; GRUR Int. 2000, 899 "Adidas/Marca Moda"; BGH GRUR 2000, 506, 508 "ATTACHÉ/TISSERAND"; GRUR 2002, 167 "Bit/Bud" mwN; BGH GRUR 2002, 544, 545 "BANK 24").

1.2. Nach diesen Grundsätzen ist vorliegend die Gefahr von Verwechslungen gegeben.

1.3. Wie die Markenstelle zu Recht ausgeführt hat, überschneiden sich die Warenbegriffe "Computerprogramme" und "Computersoftware ...", so daß die Marken sich auf gleichen Waren begegnen können. Eine mittlere Ähnlichkeit der Waren der Widerspruchsmarke besteht mit Datenverarbeitungsgeräten und Computern, da diese in der Regel mit Software geliefert werden und bei größeren Unternehmen sogar ausgestattet mit einer speziell auf die Bedürfnisse dieses Unternehmens ausgerichteten oder an diese Bedürfnisse angepaßten Software geliefert werden. Im engsten Ähnlichkeitsbereich zu Computersoftware liegen somit auch Programmierertätigkeiten bzw. Erstellung, Anpassung etc. von Software, wie sie oft für größere Nutzer durchgeführt werden. Da Hersteller von speziellerer Software regelmäßig Schulungen und Seminare für die Nutzer dieser Programme abhalten, besteht insoweit ebenfalls engere Ähnlichkeit zu der Ware der Widersprechenden.

1.4. Es handelt sich beiderseits um relativ spezielle Waren bzw. Dienstleistungen, die mit größerer Aufmerksamkeit erworben werden, was insbesondere für die Ware der älteren Marke gilt, die sich nur an einen eng begrenzten Abnehmerkreis richtet.

1.4. Anhaltspunkte für eine verminderte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke bestehen nicht. Die im Zusammenhang mit Software einschlägigen Bedeutungen "Kundeninformationssystem", "Krankenhausinformationssystem" und "Kasseninformationssystem" der Abkürzung "KIS" (vgl. Duden, Wörterbuch der Abkürzungen; Ernst, Telekommunikations Lexikon; Rosenbaum, Fachkompendium Informationstechnologie von A – Z, Stand Oktober 2002, jeweils Stichwort "KIS") stehen in keinem Sachzusammenhang mit "Computersoftware, ausschließlich zur Erfüllung der be-

rufflichen Aufgaben von Angehörigen des steuer- und rechtsberatenden Berufes, ausgenommen solche für Krankenhausinformationssysteme und für Kundeninformationssysteme", für die die Widerspruchsmarke geschützt ist. Auch von einer Schwächung durch Drittzeichen bzw einer Originalitätsschwäche kann nicht ausgegangen werden. Der Senat konnte auf dem hier entscheidungserheblichen Waren- bzw. Dienstleistungsgebiet lediglich eine geringe Anzahl von Zeichen anderer Inhaber, die den Zeichenbestandteil "KIS" enthalten, ermitteln, so daß hieraus nicht auf eine Originalitätsschwäche von Haus aus geschlossen werden kann. Der Annahme einer Schwächung durch benutzte Drittmarken steht entgegen, daß weder gerichtsbekannt noch vorgetragen oder glaubhaft gemacht worden ist, ob, für welche Waren oder Dienstleistungen und in welchem Umfang diese Drittzeichen benutzt werden (vgl. dazu Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl., § 9 Rn 144, 145, 138, 139; BPatG GRUR 1997, 840 "Lindora/Linola"; BPatG GRUR 2001, 513 "CEFABRAUSE / CEFASEL"). Aus diesem Grund ist von einem normalen Schutzzumfang auszugehen.

Insgesamt muß daher ein mittlerer bis deutlicher Abstand der Marken bestehen, um Verwechslungen auszuschließen. Diesen Abstand halten die Marken im vorliegenden Fall nicht ein.

1.5. Die Zeichen sind ohne weiteres als Wort aussprechbar und klingen an bestehende Begriffe an. Für eine Aussprache als Buchstabenfolge, die im allgemeinen etwa durch die Schreibung mit Punkten zwischen Buchstaben ausgedrückt wird, gibt es keinen Anlaß. Selbst wenn man aber in der älteren Marke eine Abkürzung sehen würde, würde dies nicht zwangsläufig zu einer Aussprache als Buchstabenfolge führen, denn viele Abkürzungen werden bewußt aus Gründen der besseren Aussprechbarkeit und Merkbarkeit als aussprechbare Wörter gebildet und auch so verwendet. Dies gilt ebenso für die jüngere Marke trotz des Fehlens des Buchstabens "U" nach dem "Q". Es ist im deutschen Sprachraum zwar ungewöhnlich, daß auf ein

"Q" nicht der Buchstabe "u" folgt. Dies wird aber zum Teil unbemerkt bleiben. Außerdem gibt es - meist aus dem arabischen Sprachbereich stammende - lautschriftlich wiedergegebene Wörter, bei denen ein "u" nach dem "Q" fehlt (vgl. Duden Aussprachewörterbuch, 3. Aufl., Stichwörter "Qatar", "Qatif" etc.). Da bei diesen Wörtern das "Q" wie "K" ausgesprochen wird, ist in einer erheblichen Anzahl von Fällen zu erwarten, daß beide Zeichen klanglich identisch wiedergegeben werden. Aber selbst bei einer Aussprache der angegriffenen Marke wie "KWIS" sind klangliche Verwechslungen nicht zu vermeiden, weil im Gesamtklangbild der harte, klangstarke K-Laut so stark dominiert, daß selbst in dem kurzen Wort das unmittelbar folgende klangschwache "W" kaum bemerkt wird. Eine die Verwechslungsgefahr mindernde unterschiedliche Aussprache des in beiden Wörtern enthaltenen Vokals "I" ist nicht zu erwarten, denn auf diesen folgt kein Dehnungslaut. Daher wird der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher, auf den abzustellen ist (EuGH GRUR Int. 1999, 734, 736 Tz. 26 "Lloyd"; WRP 2000, 289, 292 Tz. 27 "Lifting-Creme"; GRUR Int. 1998, 795, 797 "Gut Springenheide"; BGH, GRUR 2000, 506 "ATTACHÉ/TISSERAND"), die sich gegenüberstehenden Marken nicht auseinanderhalten können.

1.6. Auch die abweichenden Sinnanklänge, auf die die Markeninhaberin hinweist, bieten im vorliegenden Fall keine ausreichende Unterscheidungshilfe, denn zum einen kann von einem hinreichend ausgeprägten und leicht erkennbaren Sinngehalt bei bloßen Sinnanklängen häufig nicht ausgegangen werden. Zum andern können bei hochgradigen klanglichen oder bildlichen Übereinstimmungen wie im vorliegenden Fall Unterschiede im Begriffsinhalt die Verwechslungsgefahr regelmäßig nicht ausschließen, weil eine begriffliche Abgrenzung den Abnehmern nichts nützt, die sich wegen der hohen Schrift- oder Klangähnlichkeit verlesen bzw. ver hören

(vgl. dazu Althammer/Ströbele, aaO., § 9 Rn 88, 90; Ingerl/Rohnke, aaO., § 14 Rn 361).

2. Es besteht kein Anlaß, einer der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Dr. Hacker

Kirschneck

Guth

Bb