



# Bundespateamtgericht

32 W (pat) 397/02

---

(AktENZEICHEN)

Verkündet am  
21. Januar 2004

...

## Beschluss

In der Beschwerdesache

...

...

**betreffend die Marke 300 11 546**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. Januar 2004 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Gegen die am 9. Januar 2001 für

Unterhaltung, Bildung, Veröffentlichung und Herausgabe von Ton- und Bildträgern aller Art; Erstellen von Beiträgen für Rundfunk, Fernsehen und Internet in Ton- und Bildstudios, sowie Internet-Seiten/Adressen; Ausstrahlen von Rundfunk- und Fernsehsendungen, analog, digital und innerhalb des Internets

eingetragene farbige (grün, weiß, rot) Wort-/Bildmarke 300 11 546

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben aus der seit dem 25. März 1993 für

Ton- und Bildträger, nämlich Schallplatten, bespielte Tonbänder, bespielte Tonkassetten, bespielte Tonbandkassetten, belichtete Filme, bespielte Videobänder, Videoplatten, bespielte Videokassetten; Rundfunk- und Fernsehwerbung; Sendung und Weitersendung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel- und Satellitenfunk sowie durch ähnliche technische Einrichtungen; Funkdienste; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Produktion von Rundfunk- und Fernsehsendungen

bildender, unterrichtender und unterhaltender Art; Produktion von Rundfunk- und Fernsehwerbesendungen; Veranstaltung von Fernkursen; Veranstaltung von Musik- und Unterhaltungsdarbietungen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs- und im Sportbereich; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen; Film-, Ton- und Fernsehproduktion; Fotografieren; Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten für andere; rundfunktechnische Beratung

eingetragenen Bildmarke 2 033 288

siehe Abb. 2 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mangels Verwechslungsgefahr zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass keine relevante Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken bestehe.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie tragen vor, dass die Zahl "1" stets auf die Widersprechenden (bzw. die ARD),

hinweise. Die Ziffer "1" sei auch in der Widerspruchsmarke prägend, da die Bestandteile "Web" und "TV" beschreibender Natur seien. Auch sei zu berücksichtigen, dass die "1" in der jüngeren Marke von der graphischen Ausgestaltung her der "1" der Widerspruchsmarke gleiche. Es sei auch zu beachten, dass die Zahl "1" nicht schlechthin schutzunfähig sei. Dies belege eine erst kürzlich erfolgte Eintragung dieser Zahl in das Markenregister im Medienbereich. Daneben verfügten die Widersprechenden über eine Serie von Markeneintragungen mit der Zahl 1. Nach der konkreten Ausgestaltung der angegriffenen Marke sei diese besonders für ein Kinder-Internetfernsehen geeignet.

Die Widersprechenden beantragen,

die eingetragene Marke wegen des Widerspruchs aus der deutschen Marke 2 033 288 zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er weist darauf hin, dass die Zahl "1" in den Bezeichnungen vieler Sender vorkomme. So gebe es neben den bekannten Sendern SAT 1 und Kabel 1 den Privatsender Hamburg 1 und das Internetfernsehen TV1.de. Die Auffassung der Widersprechenden, die graphische Gestaltung der Zahl "1" in der angegriffenen Marke gleiche der "ARD-1", könne er nicht teilen. Es bestünden ganz erhebliche Unterschiede, so dass in seiner Marke niemals die der Widersprechenden gesehen würde.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil keine Gefahr von Verwechslungen im Sinne von § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht. Nach diesen Vorschriften ist die Eintragung einer Marke im Falle eines Widerspruchs zu löschen, wenn und soweit wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke älteren Zeitrangs und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren und Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden. Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vorzunehmen. Dabei besteht eine Wechselwirkung zwischen den in Betracht zu ziehenden Faktoren, insbesondere der Ähnlichkeit der Marken und der Ähnlichkeit der mit ihnen gekennzeichneten Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der älteren Marke (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2002, 626, 627 – IMF).

- a) Es stehen sich im wesentlichen identische Dienstleistungen gegenüber.
- b) Der Senat geht davon aus, dass es sich bei der Widerspruchsmarke in ihrer eingetragenen Form um eine berühmte Marke handelt.
- c) Die sich gegenüberstehenden Marken sind jedoch einander nicht ähnlich.

(1) Bei einer Betrachtung der Vergleichsmarken in ihrer Gesamtheit besteht weder schriftbildlich, noch klanglich oder begrifflich eine zu Verwechslungen Anlass gebende Ähnlichkeit. In bildlicher Hinsicht liegen zwei völlig unterschiedliche Graphiken vor. Bei natürlicher Betrachtungsweise wird die angegriffene Marke mit "Web-1-TV" und die Widerspruchsmarke mit "1" bezeichnet werden; in Anbetracht der unterschiedlichen Länge beider Bezeichnungen besteht keine klangliche

Ähnlichkeit. Ähnliche Begrifflichkeiten sind den Marken unmittelbar ebenfalls nicht zu entnehmen.

(2) Es besteht auch nicht die Gefahr des gedanklichen In-Verbindung-Bringens beider Marken, insbesondere nicht unter dem Gesichtspunkt des Serienzeichens. Eine Verwechslungsgefahr unter diesem Gesichtspunkt ist nur gegeben, wenn die Marken in einem Bestandteil übereinstimmen, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens sieht und deshalb nachfolgende Bezeichnungen mit einem wesensgleichen Stamm demselben Markeninhaber zuordnet. Aus einem rein beschreibenden Begriff, dem jegliche Unterscheidungskraft fehlt, kann der Schutz des Stammbestandteils einer Zeichenserie jedoch nur abgeleitet werden, wenn sich dieser aufgrund der wiederholten Verwendung im Verkehr im Sinne von § 8 Abs. 3 MarkenG durchgesetzt hat. Denn der Verkehr wird einen nicht unterscheidungskräftigen Markenbestandteil als Stamm einer Zeichenserie einem bestimmten Unternehmen nur zuordnen, wenn dieser Teil des Zeichens seine mangelnde Eignung, als Unterscheidungsmittel für die von dem Zeichen erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, aufgrund Durchsetzung in den beteiligten Verkehrskreisen überwunden hat (vgl. BGH, Urteil vom 28. August 2003, I ZR 257/00 – Kinder, zur Veröffentlichung vorgesehen).

Ob es (noch) zutrifft, dass die Zahl 1 als solche schon deshalb nicht unterscheidungskräftig (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) ist, weil sie als Grundzahl und erste Ziffer der Zahlenreihe nach der allgemeinen Lebenserfahrung vom angesprochenen Verkehr in der Regel beschreibend und nicht kennzeichnend verstanden wird, und dies um so mehr gilt, als der Verkehr, besonders auch auf dem Gebiet der Fernsehunterhaltung, an die Verwendung derartiger Ordnungszahlen zur Unterscheidung einzelner Programme eines Senders allgemein gewöhnt ist (BGH BIPMZ 2000, 247, 249 – ARD-1), kann dahinstehen. Entscheidend ist, dass die Zahl "1" von mehreren Fernsehsendern in ihren Marken- bzw. Firmenbezeichnungen verwendet wird (SAT 1, Kabel 1, Hamburg 1, TV 1.de) und deshalb die

Zahl 1 im Bereich der Fernsehunterhaltung nicht mehr unterscheidungskräftig ist. Bei einer derartig verbreiteten Verwendung könnte das Vorliegen von Schutzhindernissen nur durch eine annähernd allgemeine Verkehrsdurchsetzung für die Widersprechenden ausgeräumt werden (§ 8 Abs. 3 MarkenG), von der jedoch nicht ausgegangen werden kann (vgl. hierzu BGH, BIPMZ 2000, 247, 249 – ARD-1).

(3) Die Gefahr des gedanklichen In-Verbindung-Bringens könnte sich demzufolge nur darauf stützen, dass die Graphik der Widerspruchsmarke sich in der angegriffenen Marke so wiederfindet, dass der Verkehr annehmen dürfte, diese gehöre zum Einflussbereich der Widersprechenden. Jedoch ist die jeweilige Graphik der "1" in den beiden Marken nicht ähnlich, da die "1" in der angegriffenen Marke viel länger, deutlich schmaler und am unteren Ende als "Fuß" abgebildet ist. Die Charakteristik der Widerspruchsmarke, eine "1" mit einer Parallelogramm-Grundform und vergleichsweise kurzem und schmalem Anstrich, findet sich auch nicht nur andeutungsweise in der angegriffenen Marke.

Für die Auferlegung von Kosten (§ 71 Abs. 1 MarkenG) besteht kein Anlass.

Vors. Richterin Winkler ist wegen Urlaubs an der Unterschrift verhindert.

Viereck

Sekretaruk

Viereck

Hu

Abb. 1

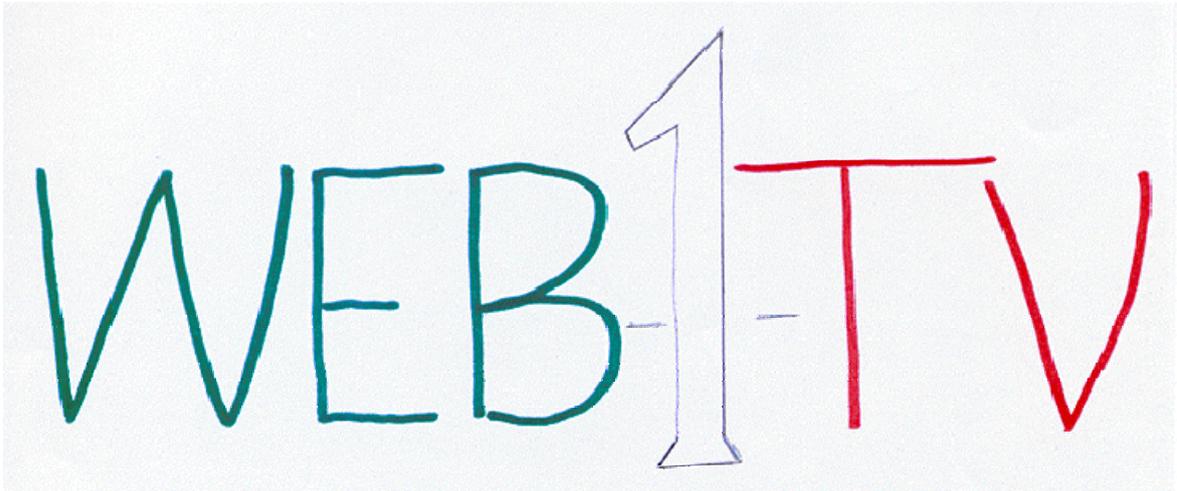


Abb. 2

