



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 119/03

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
11. Februar 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 36 874

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 11. Februar 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Gegen die für die Dienstleistung "Veranstaltung von Reisen" eingetragene Marke
301 36 874

siehe Abb. 1 am Ende

ist Widerspruch erhoben worden aus der Marke 1 161 240

MAXX

die für die Dienstleistung "Beherbergung von Gästen" geschützt ist. Aufgrund dieses Widerspruchs hat die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet. Die Löschung ist im wesentlichen damit begründet, dass wegen der Ähnlichkeit der beiderseitigen Dienstleistungen und Kennzeichnungen eine Verwechslungsgefahr bestehe. Die Dienstleistungen "Beherbergung von Gästen" sowie "Veranstaltung von Reisen" seien einem engen Ähnlichkeitsbereich zuzuordnen, denn die Praxis auf dem hier einschlägigen Tourismus-Sektor sei dadurch geprägt, dass die betreffenden Unternehmen ihren Kunden ein möglichst großes Leistungsspektrum böten, das immer häufiger die Veranstaltung der Reise sowie die Bereitstellung von Unterkunft und Verpflegung umfasse. Bei dieser Sachlage seien an den Abstand der Marken strenge Anforderungen zu stellen, den die angegriffene Marke nicht einhalte. Da es sich bei dem graphisch nachrangig gestalteten Markenbestandteil "TRAVEL" um einen beschreibenden Sachhinweis handle, werde der Verkehr die angegriffene Marke auf den graphisch besonders hervorgehobenen Zeichenteil "MAXX" verkürzen, der mit der Widerspruchsmarke klanglich übereinstimme, so dass die Gefahr von klanglichen Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken bestehe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Inhabers der angegriffenen Marke. Seiner Ansicht nach wird seine Marke nicht allein von dem Bestandteil "MAXX" geprägt, denn erst durch die Kombination "MAXX TRAVEL" werde die von ihm angebotene Leistung ausreichend und unterscheidbar dargestellt. Auch die Widersprechende selbst verende ihre Marke zusammen mit dem Begriff "Hotel". Eine Ähnlichkeit der beiderseitigen Dienstleistungen aufgrund der in beiden Marken verwendeten Bezeichnung "MAXX" sei zu verneinen, da der Verkehr allein in diesem Wort keine Reisedienstleistung erkennen könne. Die Schutzfähigkeit der Widerspruchsmarke "MAXX" sei ohnehin fraglich. Es könne auch nicht davon ausgegangen werden, dass der Zeichenteil "TRAVEL" in den Hintergrund trete. Demgemäß beantragt der Markeninhaber, den angefochtenen Beschluß aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt die Zurückweisung der Beschwerde. Ihrer Ansicht nach wird die angegriffene Marke durch den Wortbestandteil "MAXX" geprägt, denn das weitere (englische) Wort "TRAVEL" mit der Bedeutung "Reisen" sei dem englischen Grundwortschatz zuzuordnen und werde deshalb vom deutschen Verkehr im Zusammenhang mit der Dienstleistung "Veranstaltung von Reisen" als rein beschreibender Sachhinweis verstanden, während dies für das Wort "MAXX" nicht gelte. Soweit sie die Bezeichnung "MAXX" zusammen mit dem Begriff "Hotel" benutze, sei dies für die Beurteilung irrelevant, da es nur auf die Registerlage ankomme. Die Ähnlichkeit der beiderseitigen Dienstleistungen habe die Markenstelle zu Recht bejaht.

II

Die zulässige Beschwerde erweist sich in der Sache als unbegründet, denn auch nach Auffassung des Senats besteht zwischen den sich gegenüberstehenden Marken eine Verwechslungsgefahr iSd § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG.

Die Frage einer markenrechtlichen Verwechslungsgefahr ist nach ständiger Rechtsprechung unter Heranziehung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung der maßgeblichen Faktoren der Warenidentität oder –ähnlichkeit, der Markenidentität oder –ähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in dem Sinne auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken und/oder eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke aufgehoben wird und umgekehrt (vgl. EuGH GRUR 1998, 397 – Sabèl/Puma; BGH GRUR 2003, 332 – Abschlußstück, mwN).

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der beiderseitigen Dienstleistungen "Veranstaltung von Reisen" einerseits und "Beherbergung von Gästen" ist mit der Markenstelle von einer erheblichen Dienstleistungsähnlichkeit im Sinne der genannten

Bestimmung auszugehen. Maßgeblich für die Annahme der Ähnlichkeit von Dienstleistungen sind in erster Linie Art und Zweck der betreffenden Dienstleistungen, aufgrund derer die beteiligten Verkehrskreise der Auffassung sein können, die beiderseitigen Dienstleistungen würden üblicherweise von denselben Unternehmen erbracht, wobei die branchenmäßige Nähe beider Dienstleistungen von wesentlicher Bedeutung ist (vgl. dazu Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdnr 123 mwN). Die unter der Widerspruchsmarke angebotene Dienstleistung "Beherbergung von Gästen" wird häufig zusammen mit Reisen von einem Reiseveranstalter oder Reisevermittler angeboten. Dasselbe gilt uneingeschränkt auch für die Dienstleistung "Veranstaltung von Reisen", die häufig die Unterbringung der Gäste mit umfaßt. Beide Dienstleistungen bewegen sich auf dem Sektor der Veranstaltung und Vermittlung von Reisen und Unterkünften. Der Verkehr wird deshalb bei gleichen oder ähnlichen Marken die Vorstellung haben, dass die infrage stehenden Dienstleistungen unter der gleichen unternehmerischen Verantwortung erbracht werden.

Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke "MAXX" kann allenfalls als etwas gemindert eingestuft werden, denn auch wenn dieses Wort in der Werbung für Waren nicht selten iSv "maximal" eingesetzt werden mag (vgl. zB BPatG 28 W (pat) 100/01 – "Opel Maxx", PAVIS), kommt diesem Markenbestandteil für die beanspruchten Dienstleistungen kein eindeutiger oder naheliegender Begriffsinhalt zu, denn gerade bei dem Angebot einer Dienstleistung ist – anders als bei Waren, die beispielsweise eine maximale Größe aufweisen können - für den Verkehr nicht ohne weiteres ersichtlich, was an diesem "maximal" sein könnte.

Wenngleich an den Markenabstand deshalb eher durchschnittliche Anforderungen zu stellen sind, ist dieser jedoch nicht gewahrt, weil die angegriffene Marke durch den Bestandteil "MAXX" geprägt wird. Eine Prägung des Gesamteindrucks einer Marke durch einen einzelnen Bestandteil ist dann anzunehmen, wenn davon auszugehen ist, dass die übrigen Markenteile für die angesprochenen Verkehrskreise in einer Weise zurücktreten, dass sie für den Gesamteindruck vernachlässigt werden können (vgl. dazu BGH GRUR 2000, 233 – RAUSCH/ELFI RAUCH). Hier

spricht für eine Prägung der angegriffenen Marke durch den Bestandteil "MAXX", dass dieser im Vergleich zu dem weiteren Markenelement "TRAVEL" durch seine zentrale Anordnung und durch die Verwendung markanter Buchstaben graphisch deutlich hergehoben ist. Demgegenüber weist das weitere (englische) Wort "TRAVEL" mit dem weitgehend bekannten Sinngehalt "Reisen" nur beschreibend auf den Schwerpunkt des betreffenden Dienstleistungsangebots hin. Da auch der darüber angeordnete Bildbestandteil in Form einer Erdkugel ein "globales", weltweites Reiseangebot allenfalls andeutet, tritt auch er gegenüber den Wortbestandteilen zurück, zumal er zur eindeutigen Benennung der Marke ohnehin nicht geeignet ist. Bei dieser Sachlage ist davon auszugehen, dass der Gesamteindruck der angegriffenen Kombinationsmarke von dem Element "MAXX" dominiert wird, so dass eine Verwechslungsgefahr mit der übereinstimmenden Widerspruchsmarke "MAXX" besteht.

Die hiergegen von dem Inhaber der angegriffenen Marke erhobenen Einwände greifen nicht durch: Die von ihm angeführte Existenz weiterer mit dem Bestandteil "MAXX" kombinierter Marken kann der Prägung seiner Marke durch diesen Bestandteil nicht mit Erfolg entgegengehalten werden. Ebenso wenig greift sein Einwand durch, dass die Widersprechende ihr Zeichen zusammen mit dem Begriff "Hotel" verwende, denn die Beurteilung hat ausschließlich aufgrund der Registerlage zu erfolgen.

Damit kann eine Übereinstimmung der einander gegenüberstehenden Zeichen nicht verneint werden, weshalb die Beschwerde zurückgewiesen werden mußte.

Zu einer Kostenentscheidung aus Billigkeitsgründen bestand kein Anlaß (§ 71 Abs 1 MarkenG).

Albert

Eder

Kraft

Hu

Abb.1

