



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 220/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend das Patent 301 10 757

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. Oktober 2005 durch den Richter Baumgärtner als Vorsitzenden sowie die Richterinnen Fink und Dr. Mittenberger-Huber

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 19. Juli 2001 veröffentlichte Eintragung der Marke 301 10 757



in den Farben Gelb, Grün und Schwarz für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungs-

material aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Spielkarten;
Drucklettern; Druckstöcke;

Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten;

Klasse 42:

Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung

wurde Widerspruch erhoben aus der Marke 300 67 134



eingetragen am 10. Januar 2001 in den Farben Gelb und Schwarz für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 28, 35, 38, 41 und 42, ua für

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, insbesondere auf den Gebieten der Computertechnik und der Computerprogramme, nämlich Bedienungs- und Benutzungsanleitungen, Formblätter, Arbeitsanleitungen; Bücher, einschließlich Handbücher; Programmdokumentationen, schriftliches Begleitmaterial für Computerprogramme; Magazine, Broschüren, Kataloge, Schreibwaren, Kalender, Notizbücher, Karten, Poster, Plakate, Aufkleber, Grußkarten, Geschenkverpackungen, Briefpapier und Umschläge, Spielkarten, Rubbelbilder; Partyartikel aus Papier; Papierservietten, Papierwimpel und -fahnen; Taschentücher aus Papier; Kork- und Kreidetafeln; Alben, Telefonkarten; Briefbeschwerer; Künstlerbedarfsartikel; Buchbin-

derartikel; ein- oder mehrlagiges Druckerpapier einschließlich Aufkleber und Formulare; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), insbesondere Arbeitsbücher, Trainingshandbücher und Seminarmappen, auch auf Datenträger gespeichert; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten;

Klasse 35:

Organisations-, Sicherheits- und betriebswirtschaftliche Beratung bei der Einführung und Anwendung von EDV-Anlagen; Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Veranstaltung und Durchführung von Ausstellungen und Kongressen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Marketing; Verteilen von Waren zu Werbezwecken Dritter; Werbemittel; Werbung; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Aktualisieren von Werbematerial;

Klasse 42:

Erstellen, Entwickeln, Aktualisieren, Verbessern und Anpassen von Datenverarbeitungsprogrammen und/oder Dateien (einschließlich Multimedia, Homepages und Web-Sites).

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 20. August 2002 und mit Beschluss vom 16. Juni 2003 die dagegen gerichtete Erinnerung der Widersprechenden zurückgewiesen.

Obwohl sich die Vergleichsmarken auf identischen bzw ähnlichen Waren und Dienstleistungen begegnen könnten, halte die jüngere Marke unter Berücksichtigung der normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke den erforderlichen Abstand ein. Die beiden den jeweiligen Gesamteindruck der Marken prägende Buchstabenfolgen „SDV“ und „cdv“ unterschieden sich in schriftbildlicher und klanglicher Hinsicht durch die am betonten Anfang liegenden Buchstaben „S“ und „c“ hinreichend deutlich. Da es sich um kurze Buchstabenfolgen handele, nehme der Verkehr die Abweichung in nur einem Buchstaben deutlich wahr. Auch die Gefahr mittelbarer Verwechslung könne zuverlässig ausgeschlossen werden, da es an einem in beiden Marken übereinstimmend enthaltenen Bestandteil fehle.

Gegen diese Beschlüsse richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden, die sie nicht begründet hat.

Die Markeninhaberin hat sich nicht in der Sache geäußert und keinen Antrag gestellt.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der Widerspruch ist von der Markenstelle zu Recht wegen fehlender Verwechslungsgefahr zurückgewiesen worden (§ 42 Abs 2 Nr 1 iVm § 9 Abs 1 Nr 2, § 43 Abs 2 S 2 MarkenG).

1. Die Frage der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen den Beurteilungskriterien der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit, der Markenähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine erhöhte

Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, Rn 17 ff - Canon; BGH GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder). Maßgeblich für die Beurteilung einer Verwechslungsgefahr für das Publikum sind stets die Umstände des Einzelfalls (vgl. EuGH GRUR Int 2004, 843, Rn 29 MATRATZEN). Nach diesen Grundsätzen muss im vorliegenden Fall die Verwechslungsgefahr verneint werden.

2. Benutzungsfragen stellen sich nicht, so dass für die Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit von der Registerlage auszugehen ist. Die von der angegriffenen Marke erfassten Waren und Dienstleistungen "Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Spielkarten; Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung" sind identisch im Verzeichnis der Widerspruchsmarke enthalten. Die weiteren Waren " Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien; Photographien; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Pinsel; Drucklettern, Druckstöcke" liegen im engen Ähnlichkeitsbereich mit den Waren der Widerspruchsmarke im Bereich der Papier- und Schreibwaren.

3. Unter Berücksichtigung der Identität bzw. engen Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren und Dienstleistungen sowie einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke muss die angegriffene Marke einen deutlichen Abstand einhalten, um eine Verwechslungsgefahr ausschließen zu können. Dieser Abstand ist hier gewahrt.

3.1. Die Markenähnlichkeit ist anhand des Gesamteindrucks nach Schriftbild, Klang und Sinngesamt zu beurteilen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. EuGH aaO - MATRATZEN - Rn 29; BGH GRUR 2003, 1044, 1046 - Kelly; aaO - Zwilling/Zweibrüder).

Im vorliegenden Fall sind die Unterschiede der Vergleichszeichen im schriftbildlichen Gesamteindruck auf Grund der verschiedenen Farbgebung und grafischen Gestaltung offensichtlich. In klanglicher Hinsicht scheidet eine Ähnlichkeit bereits wegen der unterschiedlichen Länge der Wortbestandteile „SDV Die Medien AG“ und „cdv“ aus.

3.2. Nichts anderes ergibt sich unter dem Gesichtspunkt, dass ein mehrgliedriges Zeichen unter Umständen im Gesamteindruck durch einzelne Bestandteile geprägt werden kann, so dass bei einer Zeichenübereinstimmung im jeweils prägenden Bestandteil die Gefahr einer Verwechslung beider Gesamtzeichen zu bejahen ist (vgl. BGH GRUR 2004, 598, 599 - Kleiner Feigling; GRUR 2004, 865, 866 - Mustang).

Auszugehen ist zunächst von dem für Kombinationszeichen aus Wort- und Bildbestandteilen geltenden Erfahrungssatz, dass sich das Publikum in der Regel an den Wortbestandteilen als der einfachsten Form der Benennung orientiert (vgl. BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT). Angesichts der grafischen Ausgestaltung, die nicht über das Werbeübliche hinausgeht, wird die Widerspruchsmarke damit im Gesamteindruck durch den Bestandteil „cdv“ geprägt. Für die Beurteilung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke gilt hingegen, dass sich das angesprochene Publikum bei mehreren Wortbestandteilen nicht nur an einem Bestandteil orientiert. Selbst wenn man mit der Widersprechenden davon ausgeht, dass der Wortbestandteil „Die Medien AG“ für die von der angegriffenen Marke erfassten Waren und Dienstleistungen rein beschreibenden Charakter hat, ist die-

ser Bestandteil daher im Gesamteindruck mitzubersichtigen. Eine Prägung des Gesamtzeichens allein durch die Buchstabenfolge „SDV“ kommt daher allenfalls in klanglicher Hinsicht in Betracht, weil der Verkehr bei der mündlichen Wiedergabe zu Verkürzungen neigt (vgl. BGH GRUR 2002, 1067, 1069 - DKV/OKV). Der klangliche Unterschied der Anfangslaute „es“ und „ce“ am betonten Anfang ist insoweit aber deutlich genug um die Gefahr von Verwechslungen ausschließen zu können. Zu berücksichtigen ist dabei, dass das angesprochene Publikum bei kurzen Zeichenwörtern geringfügige Abweichungen deutlicher wahrnimmt. Auch bei einer englischen Aussprache der Buchstabenfolge, die zumindest für die Dienstleistungen, bei denen Englisch als Fachsprache weit verbreitet ist, nicht ausgeschlossen werden kann, bleibt dieser deutliche Klangunterschied erhalten.

4. Anhaltspunkte für eine mittelbare Verwechslungsgefahr sind nicht ersichtlich und von der Widersprechenden auch nicht vorgetragen.

5. Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst (§ 71 Abs 1 Satz 2 MarkenG).

Baumgärtner

Fink

Dr. Mittenberger-Huber

CI