



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 65/03

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 399 72 316**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 11. Mai 2005 unter Mitwirkung des Richters Viereck als Vorsitzenden sowie der Richter Dr. Albrecht und Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Gegen die am 8. November 1999 angemeldete und am 8. Mai 2000 für

auf Datenträger jedweder Art aufgezeichnete Computerprogramme für Ausbildung, Erziehung und Unterricht sowie für die Telekommunikation sowie für die Übertragung von Informationen und den Informationsaustausch in elektronischen Netzen, insbesondere INTERNET, mittels Computern oder sonstigen zur Datenübertragung geeigneten Endgeräten; Druckereierzeugnisse; Lehr- und Unterrichtsmittel; Datenträgerprogramme in Form von Programmdokumentationen; Bedienungs- und Benutzeranleitungen und -handbücher; Telekommunikation und Nachrichtenübermittlung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere für Ausbildung, Erziehung und Unterricht; Erstellen von Programmen für die Telekommunikations- und Nachrichtenübermittlung in elektronischen Netzen, insbesondere INTERNET; Ausbildung; Erziehung; Unterricht, auch als Fernunterricht; Fahrunterricht; Veranstaltungen von Unterhaltungen; ausbilderische, er-

zieherische, kulturelle und sportliche Aktivitäten mittels elektronischer Medien und Netze, wie INTERNET (eAktivitäten)

eingetragene Wortmarke 399 72 316

### **CAR-ACHO**

ist Widerspruch erhoben aus der Wortmarke 398 65 847

### **Abacho**

Die Widerspruchsmarke, am 12. Februar 1999 eingetragen, genießt noch Schutz für

"Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Druckereierzeugnisse, Fotografien, Spielkarten, Drucklettern, Schreib- und Büroartikel (ohne Möbel), Lehr- und Unterrichtsmittel, ausgenommen Apparate; Werbung, insbesondere auch Vermittlung von Werbung; Telekommunikation; Herstellung von Programmen für die Datenverarbeitung, Gesundheits- und Schönheitspflege".

Die Markenstelle für Klasse 41 hat durch einen Beamten des gehobenen Dienstes mit Beschluss vom 11. Dezember 2002 den Widerspruch zurückgewiesen. Dies ist damit begründet, trotz teilweiser Identität der Waren bzw. Dienstleistungen und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hielten die einander gegenüberstehenden Marken einen ausreichenden Abstand zueinander ein. Allein die Übereinstimmung in der Vokalfolge begründe keine Verwechslungsgefahr. Der Sinngehalt der angegriffenen Marke "große Geschwindigkeit, Rasanz" stehe einer Verwechslungsgefahr entgegen. An den in der Regel besonders beachteten Wort-

anfängen stünden deutliche Lautabweichungen. Schriftbildlich verfügten die Marken über markante Abgrenzungsmerkmale.

Den Erhalt dieses Beschlusses am 20. Dezember 2002 hat die Widersprechende bestätigt.

Am 17. Januar 2003 hat sie Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, die Marken seien verwechselbar, weil die angegriffene Marke als "karacho" oder "karatscho" gesprochen werde; der Bindestrich trete dabei klanglich nicht hervor. Dem stehe mit gleichem Sprech- und Betonungsrhythmus "abacho" bzw. "abatscho" gegenüber. Die Unterschiede in den ersten Silben fielen nicht auf, zumal diese nicht betont seien. Bei der Aussprache mit "tsch" trete in keiner der Marken ein Sinngehalt hervor. Ohnehin sei dieser bei klanglicher Verwechslungsgefahr von geringer Bedeutung.

Die Widerspruchsmarke verfüge außerdem über eine erhöhte Kennzeichnungskraft; "Abacho" zähle zu den bekannten deutschsprachigen Internet-Suchmaschinen.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben und die Marke 399 72 316 CAR-ACHO zu löschen.

Am 1. März 2005 hat sie ihren hilfsweise gestellten Antrag auf Anberaumung einer mündlichen Verhandlung zurückgenommen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert.

Im Übrigen wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

1) Die Beschwerde ist, da sie vor dem 31. Dezember 2004 erhoben wurde, - ohne Erinnerung – gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG statthaft und auch sonst zulässig.

**2)** Die Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil die Markenstelle den nach § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erhobenen Widerspruch zurecht gemäß § 43 Abs. 2 Satz 2 MarkenG zurückgewiesen hat. Es besteht auch nach Auffassung des Senats keine Verwechslungsgefahr.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist eine Marke auf Widerspruch zu löschen, wenn wegen ihrer Ähnlichkeit mit einer eingetragenen Marke älteren Zeit-rangs und der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren bzw. Dienst-leistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, die Marken gedanklich miteinander in Verbindung zu bringen. Für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr sind nach der Rechtsprechung des Bundes-gerichtshofs und des Europäischen Gerichtshofs alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen, wobei eine Wechselwirkung zwischen den Faktoren Ähnlichkeit der Marken und der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen, Kenn-zeichnungskraft der älteren Marke und Aufmerksamkeit des Publikums besteht. So kann ein höherer Grad an Ähnlichkeit der Waren oder eine erhöhte Kennzeichnungs-kraft der älteren Marke einen geringeren Grad an Ähnlichkeit der Marken ausgleichen und umgekehrt (st. Rspr. vgl. BGH GRUR 2002, 26 – IMS; EuGH GRUR Int. 2000, 899, 901 [Nr 40] – MARCA / Adidas).

**a)** Die von der Widersprechenden behauptete gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hat der Inhaber der angegriffenen Marke nicht bestritten. Eine der somit gebotenen Annahme einer gesteigerten Kennzeichnungskraft entgegen-stehende, von Amts wegen zu berücksichtigende Minderung ist nicht ersichtlich.

**b)** Ausgehend von der Registerlage stehen sich teilweise unstrittig identische Wa-ren und Dienstleistungen gegenüber.

**c)** Obwohl unter Berücksichtigung dieser Umstände strenge Anforderungen an den erforderlichen Markenabstand zu stellen sind, reichen die Abweichungen in Klang- und Schriftbild aus, die Gefahr von Verwechslungen im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG hinreichend sicher auszuschließen.

**aa)** Im Schriftbild unterscheiden sich die Marken durch die figürlich unterschiedlichen ersten Buchstaben C und A sowie den Bindestrich in der angegriffenen Marke, dem in der Widerspruchsmarke nichts vergleichbares gegenübersteht.

**bb)** Auch klanglich unterscheiden sich die Marken ausreichend. Die angegriffene Marke hat mit dem ersten Buchstaben, der als [k] gesprochen wird, dem R von CAR und dem Sinngelhalt "Rasanz" einen harten, aggressiv anmutenden Charakter. Demgegenüber beginnt die Widerspruchsmarke mit einem Vokal und dem folgenden weichen B, was zu unterschiedlichen Klangbildern führt.

Die Aussprache [atscho] ist bei der angegriffenen Marke nicht im entscheidungserheblichen Umfang zu erwarten; dies verhindert schon der Anklang an "Karacho" (Rasanz). Bei "Abacho" ist dies schon eher zu erwarten, was eine klangliche Verwechslungsgefahr weiter mindert.

**cc)** Für eine gedankliche Verbindung fehlen Anhaltspunkte. Beide Marken enthalten zwar die übereinstimmende Endung "acho". Die Übereinstimmung in einzelnen Silben reicht aber nicht aus, eine gedankliche Verbindung anzunehmen. Dazu müsste diese Silbe für die Widersprechende eine Hinweisfunktion haben, was vorliegend nicht ersichtlich ist.

3) Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeit besteht kein Anlass (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Viereck

Kruppa

Dr. Albrecht

Hu