



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 66/05

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

27. März 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

betreffend die Marke 304 00 373.5

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. November 2007 unter Mitwirkung der Richterin Fink als Vorsitzende, der Richterin Dr. Mittenberger-Huber und des Richters am Oberlandesgericht Kärcher

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 30. April 2004 veröffentlichte Eintragung der Wortmarke Nr. 304 00 373

c'man

für die Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 38 und 42

Elektrische, elektronische, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und -instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger, Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Programme für die Datenverarbeitung; Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder

Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate);
Büroartikel (ausgenommen Möbel);
Telekommunikation; Betreiben und Vermietung von Einrichtungen
für die Telekommunikation, insbesondere auch für Funk und Fern-
sehen; Mobil-Funktelefondienst; Erstellen von Programmen für die
Datenverarbeitung; Kommunikation durch faseroptische Netzwer-
ke; Leitungs-, Routing- und Verbindungsdienstleistungen für die
Telekommunikation; Nachrichtenübermittlung elektronisch und
mittels Computer sowie Vermietung von Geräten hierzu; Vermie-
tung von Telekommunikationsgeräten; Telekopierdienst; Telefon-
konferenzdienstleistungen; Übermittlung von Nachrichten; Projek-
tierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation;
Computerberatungsdienste, Aktualisieren von Computersoftware;
Konvertieren von Computerprogrammen; Vermietung von Daten-
verarbeitungseinrichtungen und Computern;

ist Widerspruch eingelegt worden

1) aus der prioritätsälteren Wortbildmarke Nr. 981 579



eingetragen am 2. Februar 1979 für zahlreiche Waren und Dienstleistungen der
Klassen 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 17, 19, 20 und 21, u. a. für

elektrotechnische Geräte, Signal-, Mess- und Überwachungsge-
räte;

wobei der Widerspruch gestützt ist auf die Waren „elektrotechnische Geräte, Signal-, Mess- und Überwachungsgeräte“ und „Computer einschließlich ihrer Computerprogramme und Kommunikationseinrichtungen in Verbindung mit Fahrzeugen“;

2) aus der prioritätsälteren Wortmarke Nr. 303 06 887

MAN-cats

eingetragen am 7. Mai 2003 für die Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 37 und 42

Computer, Laptops, auf Datenträgern aller Art gespeicherte Computerprogramme und Daten; elektronische computer-, programm- sowie datengestützt arbeitende, insbesondere mobile Geräte für Diagnose, Testen, Einstellen, Parametrieren und Programmieren von elektrischen und elektronischen Komponenten einer komplexen Elektrik-/Elektronikanlage z. B. eines Kraftfahrzeugs, solche Geräte auch mit Einrichtungen zur drahtlosen Kommunikation und Datenübertragung von und zu Computern in Daten-, Service-, Leitzentralen; periphere Zubehörkomponenten zur Herstellung der Verbindung zwischen Laptops und elektrischen/elektronischen Gerätschaften, wie Anschlussadapter, Netzteile, Anschlusskabel, Kommunikationsinterfaces, Kommunikationskarten, Modems, Adapterkabel, Akkus, Drucker, Monitore; gedruckte Veröffentlichungen, Handbücher, Prospekte, Broschüren, Wartungs-, Betriebs-, Pflege- und Serviceanleitungen, bedruckte Verpackungsmittel, soweit in Klasse 16 enthalten; Pflege von Computerhardware; Entwicklung, Pflege und Aktualisierung von Computersoftware; Dienstleistungen betreffend Istzustandsfeststellungen von elektrischen und elektronischen Komponenten von komplexen

Elektrik-/Elektronikanlagen z. B. solchen von Kraftfahrzeugen; Dateneingabe und Programmierung von Fahrzeugcomputern;

und

3) aus der prioritätsälteren Wortbildmarke Nr. 300 27 735



eingetragen am 9. November 2000 für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9: Auf Datenträgern aller Art gespeicherte, maschinenlesbare, auch internetfähige Programme und Daten für Produktinformation und –dokumentation;

Klasse 16: Druckschriften, Prospekte, Broschüren, Verkaufshandbücher, Datenblätter, Gebrauchs-, Bau- und Betriebsanleitungen zu Produkten;

Klasse 42: Erstellen und Pflege von auch internetfähigen Computer-Programmen sowie auf maschinenlesbaren Datenträgern gespeicherten Daten für Produktinformation und -dokumentation.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch Beschluss vom 13. April 2005 die Widersprüche mangels Verwechslungsgefahr trotz Identität bzw. engster Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen. Der erforderliche strenge Abstand der jüngeren Marke zu den Widerspruchsmarken sei selbst dann gegeben, wenn infolge intensiver Benutzung


erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke „MAN“ angenommen werde.

Einer schriftbildlichen Ähnlichkeit der jüngeren Marke zu den Widerspruchsmarken stünden die unterschiedlichen Längen der Wortbestandteile und der mit Apostroph vorangestellte Buchstabe „c“ entgegen. Eine klangliche Ähnlichkeit sei aufgrund der mutmaßlich englischen Aussprache der jüngeren Marke als [si:män] gegenüber der Widerspruchsmarke zu 1), die [em:a:enn] ausgesprochen werde, nicht gegeben. Zu den Widerspruchsmarken zu 2) und 3) liege klangliche Ähnlichkeit schon aufgrund der unterschiedlichen Wortlängen nicht vor.

Eine Prägung der jüngeren Marke durch den Wortbestandteil „man“ komme nicht in Betracht, da zweifelhaft erscheine, ob es sich bei dem Element „-man“ um einen selbständigen Markenbestandteil handle. Zudem sei aufgrund des beschreibenden Anklangs von „man“ als „für den Menschen“ keine gegenüber dem anderen Wortbestandteil „c“ hervorgehobene Kennzeichnungskraft erkennbar.

Die sich gegenüberstehenden Zeichen seien auch nicht mittelbar verwechselbar. Eine Verwechslung der jüngeren Marke als Serienzeichen der Widersprechenden sei mangels Verwendung gleichgebildeter Marken der Widersprechenden im Verkehr nicht gegeben. Deren Marken wiesen den Wortbestandteil „MAN“ in Alleinstellung auf oder würden ohne Apostrophieren einem weiteren Wortbestandteil vorangestellt. Das Publikum assoziiere außerdem keine englische Aussprache mit den Widerspruchszeichen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden vom 9. Mai 2005. Sie führt aus, die jüngere Marke sei durch den kennzeichnungskräftigen, nicht beschreibenden Wortbestandteil „man“ geprägt, wohingegen der Zeichenbestandteil „c“ im Bereich der Informations- und Telekommunikationstechnik verbraucht sei, da er sich in Alleinstellung oder als Bindeglied bei den beteiligten Verkehrskreisen etabliert habe.

Die Widerspruchsmarke zu 3)  werde ausschließlich durch den Zeichenbestandteil „man“ geprägt, da der umschließende Bogen in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen rein beschreibend und folglich nicht kenn-

zeichnungskräftig als Klammeraffe oder „c“ interpretiert werde. Die beiden Zeichen seien daher verwechselbar ähnlich. Die Widerspruchsmarke zu 3) werde wegen der Kleinschreibung klanglich auch nicht in Einzelbuchstaben ausgesprochen, sondern weise auf ein englischsprachiges Wort hin. Angesichts einer Identität bzw. engsten Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke zu 3) zu denjenigen der jüngeren Marke sei eine Verwechslungsgefahr gegeben. Diese Ausführungen gälten analog für die Widerspruchsmarken zu 1) und 2).

Die Widersprechende und Beschwerdeführerin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle vom 13. April 2005 aufzuheben
und die Löschung der Marke Nr. 304 00 373 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke und Beschwerdegegnerin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie trägt vor, das jüngere Zeichen sei eine Einwortmarke und könne nicht in zwei Bestandteile aufgespalten werden. Es werde daher auch nicht durch einen Zeichenbestandteil geprägt. Ebenso wenig sei eine Schutzunfähigkeit des Bestandteils „c“ zu erkennen. Diesem sei dieselbe Kennzeichnungskraft einzuräumen wie dem Bestandteil „man“. Bei einer Gesamtbetrachtung des jüngeren Zeichens komme es daher mit den Widerspruchsmarken weder klanglich, noch schriftbildlich oder begrifflich zu einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr. Die Serienmarken der Beschwerdeführerin seien anders gebildet, so dass auch eine mittelbare Verwechslungsgefahr nicht in Betracht komme.

II.

Die gem. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Unter Berücksichtigung und Abwägung aller zueinander in Beziehung

zu setzenden Faktoren besteht für das Publikum keine Gefahr von Verwechslungen i. S. v. § 9 Abs. 1 S. 2 MarkenG.

I. Die Verwechslungsgefahr im Sinne der genannten Vorschrift 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 (st. Rsp.; EuGH GRUR 2006, 413 ff. - Rn. 17 - ZIRH/SIR; GRUR 2006, 237 ff. - Rn. 18 – Picaro/Picasso; GRUR 1998, 387 – Rn. 23 – Sabèl/Puma; BGH GRUR 2006, 60 ff. - Rn. 12 - coccodrillo; GRUR 2006, 859 ff. - Rn. 16 - Malteserkreuz; GRUR 2004, 779, 781 – Zwilling/Zweibrüder; GRUR 2004, 598, 599 – Kleiner Feigling).

Waren und Dienstleistungen sind dabei als ähnlich anzusehen, wenn unter Berücksichtigung aller erheblichen Faktoren, die ihr Verhältnis zueinander kennzeichnen, so enge Berührungspunkte bestehen, dass die beteiligten Verkehrskreise der Meinung sein könnten, die Waren bzw. Dienstleistungen stammten aus denselben oder ggf. wirtschaftlich verbundenen Unternehmen, sofern sie mit identischen Marken gekennzeichnet sind (st. Rsp.; vgl. EuGH GRUR 2006, 582 ff. - Rn. 85 - VITA-FRUIT; GRUR 1998, 922 - Rn. 23 - Canon; BGH GRUR 2006, 941 ff. - Rn. 13 - TOSCA BLU; 2004, 241, 243 - GeDIOS; GRUR 1999, 731, 732 – Canon II; GRUR 1999, 586, 587 – White Lion). Für den Vergleich der jeweiligen Waren und Dienstleistungen ist vorliegend von der Registerlage auszugehen, da die Einrede der Nichtbenutzung durch die Markeninhaberin gegen keine der drei Widerspruchsmarken erhoben wurde.



1. Widerspruchsmarke zu 1)

1.1. Der Widerspruch ist gestützt auf die Waren „elektrotechnische Geräte, Signal-, Mess- und Überwachungsgeräte“ und „Computer einschließlich ihrer Computerprogramme und Kommunikationseinrichtungen in Verbindung mit Fahrzeugen“. Lediglich die ersteren sind dabei vom Verzeichnis der Widerspruchsmarke umfasst und können in den Warenvergleich mit den Waren der jüngeren Marke einbezogen werden. Identisch bzw. eng ähnlich zu „elektrotechnischen Geräten, Signal-, Mess- und Überwachungsgeräten“ sind die Waren „Elektrische, elektronische, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und -instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Programme für die Datenverarbeitung“. Eine Ähnlichkeit besteht ebenfalls zu den Dienstleistungen der jüngeren Marke, und zwar zu „Telekommunikation; Mobil-Funktelefondienst; Kommunikation durch faseroptische Netzwerke; Leitungs-, Routing- und Verbindungsdienstleistungen für die Telekommunikation; Nachrichtenübermittlung elektronisch und mittels Computer; Übermittlung von Nachrichten“. Der Oberbegriff „Telekommunikation“ umfasst die gesamte elektronische Übertragung aller Arten von Informationen, insbesondere Daten für Texte, Sprache, Bilder zwischen Sender und Empfänger. Zu deren Durchführung werden elektronische und elektrotechnische Geräte benötigt, für die die Ähnlichkeit mit deutlicher Annäherung zu Kommunikationsdienstleistungen in ständiger Rechtsprechung festgestellt worden ist (vgl. Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 13. Aufl., S. 370, 371; BPatG 29 W (pat) 102/02 Metro/Metro Vision). Insgesamt ist aufgrund der Identität bzw. engen Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen ein weiter Abstand zwischen den Zeichen erforderlich, den die jüngere Marke jedoch einhält.

1.2. Auszugehen ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu 1) im Hinblick auf die Waren „elektrotechnische Geräte, Signal-, Mess- und Überwachungsgeräte“, auf die der Widerspruch gestützt ist. Die Kennzeichnungskraft eines Zeichens ist stets produkt- bzw. dienstleistungsbezogen festzustellen, da sie je nach Ware oder Dienstleistung für die das Zeichen eingetragen ist, unterschiedlich sein kann (BGH GRUR 2004, 235, 237 - Davidoff II; GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder). Eine Ausstrahlung auf andere Waren und Dienstleistungen kommt allenfalls für benachbarte Produktbereiche in Betracht (vgl. Fezer, MarkenG, 3. Aufl. 2001, § 14 Rn. 289; Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. Aufl. 2003, § 14 Rn. 394; Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl. 2003, § 9 Rn. 308). Selbst wenn man zugunsten der Widersprechenden eine erhöhte Kennzeichnungskraft für Nutzfahrzeuge und Druckereimaschinen unterstellt, erstreckt sich diese nicht auf die hier in Bezug genommenen Geräte.

1.3. Bei den zu vergleichenden identischen und eng ähnlichen Waren und Dienstleistungen unter Zugrundelegung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu 1) besteht zwischen den Vergleichsmarken weder eine unmittelbare noch eine mittelbare Verwechslungsgefahr.

1.3.1. Regelmäßig ist die Markenähnlichkeit anhand des Gesamteindrucks nach Schriftbild, Klang und Sinngehalt 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 in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. EuGH GRUR 2006, 413, 414 - Rn. 19 - ZIRH/SIR; GRUR 2005, 1042, 1044 - THOMSON LIFE; GRUR Int. 2004, 843 - Rn. 29 - MATRATZEN; BGH GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder). In der Regel ist dabei bereits die hinreichende Übereinstimmung in einer der genannten Hinsichten für die Annahme einer Verwechslungsgefahr ausreichend (BGH GRUR 1999, 241, 243 - Lions).

1.3.2. Schriftbildlich besteht zwischen den Marken „c'man“ und MAN keine unmittelbare Verwechslungsgefahr, da die Zeichen jeweils unterschiedlich lang sind und einmal über vier, einmal über drei Buchstaben mit deutlicher Zäsur durch den Apostroph bei der jüngeren Marke und zudem einen unterschiedlichen Anfangsbuchstaben verfügen.

1.3.3. Auch in klanglicher Hinsicht ist keine Gefahr von Verwechslungen gegeben. Da die für die angegriffene Marke eingetragenen Waren und Dienstleistungen einen starken Bezug zur Informations- und Telekommunikationsbranche aufweisen, wird das jüngere Zeichen von den überwiegenden Verkehrskreisen englisch als [si:män] ausgesprochen werden. Die Widerspruchsmarke MAN wird der Verkehr dagegen als drei Einzelbuchstaben [em:a:enn] artikulieren. Selbst wenn der Verkehr die ältere Marke nur als „man“ sieht und sie englisch [män] ausspricht, besteht ein deutlicher Unterschied zur jüngeren Marke. Da Wortanfänge stärker beachtet werden als Wortenden, ist der Gesamtklang der jüngeren Marke durch den Wortanfang [ze-] oder [si-], je nach deutscher oder englischer Aussprache, deutlich anders als [em:a:enn] oder [män].

1.3.4. Auch unter dem Gesichtspunkt, dass einem einzelnen Zeichenbestandteil eine besondere, das gesamte Zeichen prägende Kennzeichnungskraft zukommen kann, so dass die anderen Bestandteile im Rahmen des Gesamteindrucks in den Hintergrund treten, liegt keine Verwechslungsgefahr vor (BGH GRUR 2004, 865, 866 - Mustang). Bei der jüngeren Marke handelt es sich trotz der Schreibweise mit einem Apostroph um eine Einwortmarke. Selbst wenn man unterstellt, dass die angegriffene Marke aus zwei Bestandteilen besteht, hat der Verkehr dennoch keine Veranlassung bei der Aussprache das „c“ wegzulassen und die angegriffene Marke auf „man“ zu verkürzen. Denn der Buchstabe „c“ weist keine ohne Weiteres erkennbar beschreibende Bedeutung auf, die zu seiner Nichtberücksichtigung führen würde. „C“ in Alleinstellung hat ausweislich der Suchmaschine www.acronymfinder.com 139 unterschiedliche Bedeutungen, wie z. B. Celsius, die römische

Zahl 100, Center, common, college, commercial, Computer etc. Selbst wenn davon auszugehen ist, dass sich die Waren und Dienstleistungen der jüngeren Marke im Wesentlichen auf solche aus dem Bereich der Informationstechnologie und Kommunikation beziehen, kann der Buchstabe „c“ sowohl auf „Computer“, aber auch auf „communication“, „commerce“ oder „calculation“ hinweisen. Mangels eindeutig beschreibenden Aussagegehalts tritt er im Gesamteindruck des Zeichens damit nicht völlig in den Hintergrund.

1.3.5. Die Marken sind auch nicht mittelbar verwechselbar unter dem Gesichtspunkt des Serienzeichens (vgl. BGH GRUR 2002, 542, 544 - BIG). Diese Art der Verwechslungsgefahr kann nur dann angenommen werden, wenn die Vergleichszeichen nicht unmittelbar verwechselbar sind, jedoch in einem Bestandteil übereinstimmen, den der Verkehr als Stamm mehrerer Zeichen eines Unternehmens sieht und deshalb weitere Bezeichnungen, die einen identischen oder wesensgleichen Stamm aufweisen, demselben Markeninhaber zuordnet. Für die Annahme einer solchen Art der Verwechslungsgefahr ist Zurückhaltung geboten. Im vorliegenden Verfahren gibt es hierzu keine Anhaltspunkte. Gegen die Annahme, das angesprochene Publikum könne in der jüngeren Marke das Wort „man“ als Stammbestandteil einer Zeichenserie der Widersprechenden erkennen, spricht zum einen der Umstand, dass die jüngere Marke als Gesamtbegriff wahrgenommen wird. Betrachtet man weiter die Art der Serienbildung der Widersprechenden, wie z. B. „MAN-TransLogistic“; „MAN-METROBUS“; „MAN HydroDrive“; „EUROMAN“; „UNIMAN“; „COLORMAN“; „SILENT MAN“, wird dem Bestandteil „MAN“ in der Regel ein weiterer Begriff vor- oder nachgestellt, der im weitesten Sinn zur Umschreibung oder Eingrenzung der Bezeichnung „MAN“ führt. Die angegriffene Marke erscheint dagegen in ihrer Gesamtheit als Phantasiebegriff und ergibt in der Vorstellung des „c“ keinen fassbaren Sinngehalt, da der Einzelbuchstabe „c“ nach dem oben Gesagten Repräsentant für mehrere Bedeutungen sein kann.


1.3.6. Auch eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne, bei der das Publikum zwar die Unterschiede zwischen den Zeichen erkennt, aber wegen ihrer teilweisen

Übereinstimmung wirtschaftliche oder organisatorische Verflechtungen zwischen den Zeicheninhabern annimmt, besteht nicht. Dies setzt nämlich voraus, dass sich die Widerspruchsmarke allgemein zu einem Hinweis auf das Unternehmen der Widersprechenden entwickelt hat, was insbesondere dann anzunehmen ist, wenn die Widerspruchsmarke zugleich das Firmenschlagwort ist (BGH GRUR 2004, 779, 783 – Zwilling/Zweibrüder). Dieser Umstand liegt hier zwar vor, dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass das Firmenschlagwort „MAN“ für die Beschwerdeführerin als Nutzfahrzeuge- und Druckereimaschinenherstellerin bekannt ist, nicht jedoch in dem hier betroffenen Segment der elektrotechnischen Geräte. Selbst bei berühmten älteren Marken kann nicht ohne Weiteres davon ausgegangen werden, dass bereits durch die Einbeziehung ihrer Lautfolge in die jüngere Marke die Gefahr von Verwechslungen im weiteren Sinne begründet wird (BGH GRUR 1978, 170, 172 - FAN/FANTA). Es fehlt hier insbesondere an einem derart übereinstimmenden Gesamteindruck der sich gegenüberstehenden Marken, dass sich für einen Durchschnittsverbraucher der Eindruck aufdrängen könnte, die Zeichen „c'man“ und MAN seien zur Kennzeichnung bestehender Unternehmensverbindungen aufeinander bezogen (BGH, a. a. O., S. 783).

2. Widerspruchsmarke zu 2) MAN-cats

Der Widerspruch aus der Widerspruchsmarke zu 2) ist auf deren gesamtes Waren- und Dienstleistungsverzeichnis gestützt. Es besteht insoweit wiederum Identität bzw. eine enge Ähnlichkeit zu einem Großteil der für die jüngere Marke eingetragenen Waren und Dienstleistungen, weshalb insgesamt ein großer Abstand zwischen den Marken eingehalten werden muss. Auch für die Widerspruchsmarke zu 2) ist von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen. Eine schriftbildliche, begriffliche oder klangliche Ähnlichkeit der Widerspruchsmarke zu 2) zu der jüngeren Marke „c'man“ besteht nicht. Beide Marken unterscheiden sich deutlich in ihrer Länge. Hinzu kommt bei der Widerspruchsmarke zu 2) der zweite Wortbestandteil „cats“, der zwar eine Kurzform von „caterpillar“ sein dürfte, aber für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen nicht so beschreibend ist,

dass er völlig in den Hintergrund tritt. Zur mittelbaren Verwechslungsgefahr gelten im Übrigen die Ausführungen unter 1.3.5.

3. Widerspruchsmarke zu 3) 

3.1. Die für die Waren und Dienstleistungen „Auf Datenträgern aller Art gespeicherte, maschinenlesbare, auch internetfähige Programme und Daten für Produktinformation und -dokumentation; Druckschriften, Prospekte, Broschüren, Verkaufshandbücher, Datenblätter, Gebrauchs-, Bau- und Betriebsanleitungen zu Produkten; Erstellen und Pflege von auch internetfähigen Computer-Programmen sowie auf maschinenlesbaren Datenträgern gespeicherten Daten für Produktinformation und -dokumentation“ eingetragene Widerspruchsmarke zu 3) weist enge Ähnlichkeit zu den Dienstleistungen „Programme für die Datenverarbeitung; Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Computerberatungsdienste; Aktualisieren von Computersoftware; Konvertierung von Computerprogrammen“ der jüngeren Marke auf.

3.2. Eine die Verwechslungsgefahr begründende Markenähnlichkeit im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht auch zwischen der Widerspruchsmarke zu 3) und der angegriffenen Marke nicht. Schriftbildlich ist die Widerspruchsmarke zu 3) einem „at“ bzw. „Klammeraffen“ angenähert, in dessen Innerem „man“ steht. Aufgrund der bildlichen Gestaltung liegt es für den Verkehr nicht nahe, dieses stilisierte „at“-Zeichen als großes „c“ zu lesen, in dem sich „man“ befindet und daher optisch ebenfalls zum Zeichen „c-man“ zu kommen. Wegen der eingetragenen Waren und Dienstleistungen, die sich mit Daten, Datenträgern, internetfähigen Computerprogrammen, Datenverarbeitung und Computersoftware beschäftigen, liegt vielmehr die Assoziation zum „Klammeraffen“-Zeichen nahe. Eine im Vordergrund stehende begriffliche Bedeutung ist ebenfalls keinem der Vergleichszeichen zu

entnehmen. Bezüglich der Gefahr einer klanglichen Verwechslung gelten die Ausführungen unter 1.3.1. auch für die Widerspruchsmarke zu 3). Von der Gefahr einer unmittelbaren Verwechslung ist ebenfalls nicht auszugehen. Bezüglich der Gefahr einer mittelbaren Verwechslung durch Serienzeichen gilt das unter 1.3.3. Gesagte. Die Gefahr einer Verwechslung im weiteren Sinn kommt nicht in Betracht, da die Widerspruchsmarke zu 3) nicht das Firmenschlagwort der Widersprechenden ist.

II. Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst (§ 71 Abs. 1 S. 2 MarkenG).

Fink

Dr. Mittenberger-Huber

RiOLG Karcher ist aufgrund einer Abordnung an der Unterschriftsleistung gehindert.

Fink

Ko