



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 145/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
1. Juli 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 301 11 972

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 1. Juli 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richterin Kirschneck und des Richters Eisenrauch

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

Radipur

ist am 2. April 2001 unter der Nummer 301 11 972 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register eingetragen und am 3. Mai 2001 veröffentlicht worden. Gegen die Eintragung dieser Marke, mit der Schutz nach einem vom Markeninhaber in der mündlichen Verhandlung erklärten Teilverzicht nur noch für die Waren

„Fußbodenheizungen und Deckenheizungen sowie ihre Bestandteile (nämlich Heizkörper, Heizkessel, Heizungsarmaturen und Heizkreisverteiler, jeweils aus Metall oder Kunststoff), sämtliche vorgenannten Waren soweit in Klasse 11 enthalten“,

beansprucht wird, hat die Widersprechende als Inhaberin der prioritätsälteren, am 5. März 1984 für die Waren

„Hydraulische Bindemittel; Gemische aus hydraulischen Bindemitteln mit Zuschlagstoffen, puzzolanischen Stoffen und/oder chemischen Stoffen; Mörtel, Putze, Estrichmassen“

eingetragene Wortmarke 1 060 553

RAPIDUR

Widerspruch eingelegt. Der Markeninhaber hat daraufhin mit Schriftsatz vom 26. November 2001 gemäß § 43 Abs. 1 MarkenG die Einrede der mangelnden Benutzung erhoben.

Die Widersprechende hat zur Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung ihrer Marke „RAPIDUR“ im Verfahren vor der Markenstelle eine eidesstattliche Versicherungen ihres Marketingleiters R... vom 18. März 2002 sowie eine eidesstattliche Versicherung ihres Geschäftsführers W... vom 26. Februar 2004, letztere mit Bezugnahme auf Umsatzzahlen für die Jahre 1999 bis 2003, vorgelegt und in Kopie Auszüge aus den Produktkatalogen „Dyckerhoff Sopro“ der Jahre 1999 bis 2003 beigelegt.

Die Markenstelle für Klasse 11 des DPMA hat mit Beschlüssen vom 22. Januar 2003 und 22. September 2005, von denen der zweite Beschluss im Erinnerungsverfahren ergangen ist, eine zwischen den Vergleichsmarken bestehende Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch gemäß §§ 43 Abs. 2 Satz 2, 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG i. V. m. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Die Markenstelle hat ihre Entscheidungen damit begründet, die beiderseitigen Marken wiesen zwar in mehrfacher Hinsicht Berührungspunkte auf und seien durchaus ähnlich. Dies führe jedoch vorliegend zu keiner Verwechslungsgefahr, da zwi-

schen den sich gegenüberstehenden Waren keine Ähnlichkeit bestehe. Auf die vom Markeninhaber erhobene Benutzungseinrede habe die Widersprechende Unterlagen vorgelegt, aus denen sich bezogen auf die Waren „hydraulische Bindemittel“, „Mörtel“ und „Estrichmassen“ glaubhaft eine ernsthafte Benutzung sowohl für den Zeitraum nach § 43 Abs. 1 Satz 1 MarkenG als auch für den Zeitraum nach Satz 2 dieser Regelung ergebe. Jedoch bestünden zwischen diesen Baustoffen und den von der angegriffenen Marke umfassten „Fußbodenheizungen“ so beträchtliche Unterschiede, dass eine Warenähnlichkeit verneint werden müsse. Auch unter dem neuen Aspekt eines funktionellen Zusammenhangs ließen sich die Gegensätze nicht überbrücken. Das bloße Zusammentreffen ansonsten unterschiedlicher Waren im Rahmen des (Gebäude-)Innenausbaus reiche nicht aus, um bei den angesprochenen Verkehrskreisen für beide Warengruppen den Gedanken an einen gemeinsamen betrieblichen Verantwortungsbereich nahezu legen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie trägt zu deren Begründung vor, die jüngere Marke „Radipur“ komme der älteren Marke „RAPIDUR“ aufgrund der Kennzeichnungskraft dieser Marke und wegen der bestehenden hochgradigen Zeichen- und Warenähnlichkeit derart nahe, dass Verwechslungen zu befürchten seien. Im Hinblick auf die Warenähnlichkeit sei zu beachten, dass das Warenverzeichnis der angegriffenen Marke „Fußboden- oder Deckenheizungen sowie ihre Bestandteile“ umfasse. In diesem Zusammenhang sei von Bedeutung, dass bei einer Fußbodenheizung der Estrich und die Systemrohre aufeinander abgestimmt sein müssten und eine Einheit bildeten. Der Estrich fungiere bei Fußbodenheizungen als Heizkörper. Dieser enge Funktionszusammenhang sei z. B. ausführlich in einem Forschungsbericht des Instituts für Baustoffprüfung und Fußbodenforschung (IBF) dargestellt. Dementsprechend würden „Fußbodenheizungen“ und „Estrichmassen“ sowohl im Verkauf als auch in der Werbung mit einer gewissen Nähe zueinander angeboten bzw. beworben. Das Prinzip „alles aus einer Hand“ sei im Baubereich bekanntermaßen ein Trend. Gekoppelte Systemangebote (Fußbodenheizung und Estrichkomponenten) seien

keine Einzelfälle, wie sich anhand von Werbebroschüren und Produktinformationen einschlägiger Unternehmen zeige.

Als Belege für eine aktuelle Benutzung der Widerspruchsmarke hat die Widersprechende im Laufe des Beschwerdeverfahrens eine weitere eidesstattliche Versicherungen ihres Geschäftsführers W... vom 26. Mai 2008, die nunmehr Bezug nimmt auf Umsatzzahlen für die Jahre 2006 und 2007, vorgelegt und in Kopie Auszüge aus den Produktkatalogen „Sopro Bauchemie 2006“ und „Sopro Bauchemie 2007“ beigefügt.

Die Widersprechende beantragt (sinngemäß),

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 11 des DPMA vom 22. Januar 2003 und 22. September 2006 aufzuheben und die Marke 301 11 972 zu löschen.

Der Markeninhaber beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er ist der Auffassung, die gegenüberstehenden Zeichenwörter wiesen einen unterschiedlichen Sprech- und Betonungsrhythmus sowie eine unterschiedliche Verteilung der Ober- und Unterlängen auf. Zudem werde die Unterscheidung der beiderseitigen Marken erheblich durch den in der Widerspruchsmarke vorhandenen Anklang an das Wort „rapid(e)“ unterstützt, das die Bedeutung „überaus schnell“ habe. Aus den vorgelegten Benutzungsunterlagen sei darüber hinaus ersichtlich, dass die Widerspruchsmarke „RAPIDUR“ auf den Produkten nie in Alleinstellung, sondern stets nur in Verbindung mit den Kennzeichen „Dyckerhoff“ oder „Sopro“ verwendet wurde. Hierin sei jedoch keine rechtserhaltende Benutzung zu sehen. Auch seien die sich gegenüberstehenden Waren nicht ähnlich. Es treffe zwar zu, dass die beiderseitigen Waren im weitesten Sinne den Baubereich betreffen. Hie-

raus folge jedoch noch keine hinreichende Ähnlichkeit dieser Waren. Die Waren der streitbefangenen Marke seien ausschließlich dem Bereich der Heiztechnik zugehörig. Es bedürfe keiner größeren Erläuterungen, dass Heizsysteme, die vorwiegend aus metallischen oder nicht-metallischen Rohren sowie der dazugehörigen Steuerungstechnik bestünden, eine gänzlich andere Zweckbestimmung hätten als mineralische Baustoffe. Die Waren unterschieden sich auch hinsichtlich ihrer Vertriebskanäle. Selbst wenn sich die beiderseitigen Waren begegnen sollten, so täten sie dies nur in der Hand von Fachkreisen oder wohlinformierter Verbrauchern, weshalb an die Annahme einer Verwechselbarkeit erhöhte Maßstäbe anzulegen seien.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Beteiligtenvorbringens wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, jedoch hat sie in der Sache keinen Erfolg. Nach Überzeugung des Senats erweist sich der Widerspruch aus der Marke 1 060 553 „RAPIDUR“ - jedenfalls mit Rücksicht auf den zwischenzeitlich vom Markeninhaber zu seiner Marke erklärten Teilverzicht - als unbegründet.

Die vom Inhaber der angegriffenen Marke gemäß § 43 Abs. 1 MarkenG im Laufe des Widerspruchsverfahrens erhobene Einrede mangelnder Benutzung ist zulässig, da die am 15. März 1984 eingetragene Widerspruchsmarke zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der angegriffenen Marke (3. Mai 2001) bereits länger als fünf Jahre registriert war. Nachdem die Einrede nicht auf einen der beiden in § 43 Abs. 1 MarkenG genannten Zeiträume beschränkt worden ist, hat die Widersprechende nach Satz 1 dieser Bestimmung eine im Sinne von § 26 MarkenG rechts-erhaltende Benutzung ihrer Marke für den Zeitraum von fünf Jahren vor der Veröffentlichung der Eintragung der angegriffenen Marke (Mai 1996 bis Mai 2001)

sowie nach § 43 Abs. 1 Satz 2 MarkenG auch für den Zeitraum von Anfang Juli 2003 bis Anfang Juli 2008, nämlich für die letzten fünf Jahre vor der Entscheidung über den Widerspruch, glaubhaft zu machen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 43 Rdn. 14). Dieser Obliegenheit ist die Widersprechende nachgekommen. Sie hat durch die Vorlage von Benutzungsunterlagen belegt, dass sie die Widerspruchsmarke „RAPIDUR“ in beiden relevanten Benutzungszeiträumen ernsthaft zur Kennzeichnung der Waren „Schnellestrichbinder“, „Schnellestrichmörtel“ und „Schnellmontagemörtel“ benutzt hat.

Eine zurechenbare, ernsthafte Benutzung der Widerspruchsmarke kann - entgegen der Auffassung des Markeninhabers - nicht deshalb in Zweifel gezogen werden, weil der Widerspruchsmarke nie in Alleinstellung, sondern stets nur in Kombination mit den Kennzeichen „Dyckerhoff“ und/oder „Sopro“ verwandt wurde. Dem Senat ist aus eigener Sachkunde bekannt, dass bei Baustoffen die weit verbreitete Übung besteht, zur Kennzeichnung von Waren eine auf das Unternehmen hinweisende Hauptmarke und eine der Kennzeichnung der einzelnen Artikel dienende Zweitmarke zu verwenden. Der vorliegende Fall stellt ein Beispiel für diese Praxis dar, wobei insbesondere auch den Verkehrskreisen, bei denen es sich in erster Linie um Fachkreise handelt, bekannt ist, dass es sich bei den Bezeichnungen „Dyckerhoff“ und „Sopro“ um auf Unternehmen hinweisende Kennzeichen handelt, die zusammen mit den vielfältigen Marken dieser Unternehmen auf den jeweiligen Produkten erscheinen. In solchen Fällen steht außer Frage, dass auch jene Marken, die nur zur Kennzeichnung eines konkreten Produkts dienen, rechtserhaltend benutzt werden (vgl. BGH GRUR 2005, 515, 516 „FERROSIL“; GRUR 2007, 592, 593 (Nr. 14) „bodo Blue Night“).

Die von der Widersprechenden vorgelegten Benutzungsnachweise sind letztlich ausreichend, um eine rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke „RAPIDUR“ bezogen auf die im Register eingetragenen Waren „hydraulische Bindemittel“, „Gemische aus hydraulischen Bindemitteln“, „Mörtel“ und „Estrichmas-

sen“ anerkennen zu können, weshalb auf diese Waren der vorliegende Widerspruch gestützt werden kann (§ 43 Abs. 1 Satz 3 MarkenG).

Die Frage der rechtserhaltenden Benutzung bedarf indessen keiner weiteren Erörterung, weil alle vorstehend genannten berücksichtigungsfähigen Widerspruchswaren solche sind, die außerhalb des Ähnlichkeitsbereichs jener Waren liegen, die - mit Rücksicht auf den vom Markeninhaber im Beschwerdeverfahren erklärten Teilverzicht - gegenwärtig noch mit der angegriffenen Marke beansprucht werden, wobei es sich nur noch um die Waren „Fußbodenheizungen und Deckenheizungen sowie ihre Bestandteile (nämlich Heizkörper, Heizkessel, Heizungsarmaturen und Heizkreisverteiler, jeweils aus Metall oder Kunststoff), sämtliche vorgenannten Waren soweit in Klasse 11 enthalten“ handelt.

Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften zu Art. 4 Abs. 1 Buchst. b der Markenrechtsrichtlinie, die für die Auslegung der in Umsetzung dieser Richtlinienbestimmung erlassenen Vorschrift des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG von maßgeblicher Bedeutung ist, ist die Frage der Verwechslungsgefahr unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Zu den dabei maßgebenden Umständen gehören insbesondere die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sowie der Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Grad der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen (vgl. EuGH GRUR 1998, 387, 389 (Nr. 22) „Sabèl/Puma“; GRUR Int. 1999, 734, 736 (Nr. 18) „Lloyd“; BGH GRUR 2004, 783, 784 „NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRALEX“; GRUR 2008, 258, 260 (Nr. 20) „INTERCONNECT/T-InterConnect“; GRUR 2008, 903 (Nr. 10) „SIERRA ANTIGUO“). Beachtet werden muss hierbei allerdings, dass eine gänzlich fehlende Warenähnlichkeit dazu führt, dass der Tatbestand des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG nicht gegeben ist (vgl. BGH GRUR 2003, 428, 432 „BIG BERTHA“; GRUR 2004, 241, 243 „GeDIOS“). Eine Verwechslungsgefahr muss in diesem Falle definitiv verneint werden, da das Fehlen eines Tatbestandsmerkmals des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG auch nicht durch ein - ggf. auch

greifbares - Vorliegen der anderen Tatbestandsmerkmale ausgeglichen werden kann (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 52).

Unter Heranziehung dieser Grundsätze ist der Senat vorliegend zur Überzeugung gelangt, dass - mangels Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren - eine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG i. V. m. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zwischen der angegriffenen Marke „Radipur“ und der Widerspruchsmarke „RAPIDUR“ verneint werden muss.

Nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen sind bei der Prüfung der Warenähnlichkeit alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den jeweiligen Waren kennzeichnen, insbesondere ihre Art und Beschaffenheit, ihre regelmäßige betriebliche Herkunft, ihr Verwendungszweck und ihre Nutzung sowie ihre Eignung als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Produkte (vgl. u. a. EuGH GRUR 1998, 922, 923 f. (Nr. 22-29) „Canon“; BGH GRUR 2001, 507, 508 „EVIAN/REVIAN“; GRUR 2004, 594, 596 „Ferrari-Pferd“). In diese Beurteilung ist einzubeziehen, ob die Waren regelmäßig von denselben Unternehmen oder unter ihrer Kontrolle hergestellt werden oder ob sie beim Vertrieb Berührungspunkte aufweisen, weil sie in denselben Verkaufsstätten angeboten werden (BGH GRUR 2006, 941, 942 (Nr. 13) „TOSCA BLU“, GRUR 2007, 321, 322 (Nr. 20) „COHIBA“). Dabei kann von einer Unähnlichkeit nur ausgegangen werden, wenn trotz (unterstellter) Identität der Marken die Annahme einer Verwechslungsgefahr wegen des Abstandes der Waren von vornherein ausgeschlossen ist (vgl. BGH GRUR 2001, 507, 508 „EVIAN/REVIAN“; GRUR 2006, 941, 942 (Nr. 13) „TOSCA BLU“). Bei Berücksichtigung der vorstehend genannten objektiven Kriterien ist eine Ähnlichkeit folglich zu verneinen, wenn sich nicht ergibt, dass die beteiligten Verkehrskreise auch bei großer Bekanntheit der älteren Marke und bei unterstellter Zeichenidentität der Auffassung sein könnten, die beiderseitigen Waren stammten aus demselben oder ggf. aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 44; EuGH GRUR 1998, 922, 923 (Nr. 29) „Canon“; BGH GRUR

2001, 507, 508 „EVIAN/REVIAN“; GRUR 2006, 941, 942 (Nr. 13) „TOSCA BLU“). Dies trifft vorliegend zu, da es sich bei der Ware „Estrichmassen“, die von den zugrunde zu legenden Waren der Widerspruchsmarke in erster Linie zur Ähnlichkeitsprüfung heranzuziehen ist, und den Waren der angegriffenen Marke, nämlich „Fußbodenheizungen und Deckenheizungen sowie ihre Bestandteile (nämlich Heizkörper, Heizkessel, Heizungsarmaturen und Heizkreisverteiler, jeweils aus Metall oder Kunststoff), sämtliche vorgenannten Waren soweit in Klasse 11 enthalten“, um Waren handelt, die sich in erheblichem Maße voneinander unterscheiden.

Der Feststellung einer Warenähnlichkeit steht bereits die unterschiedliche Art und Beschaffenheit der beiderseitigen Waren entgegen. Während es sich bei den von der angegriffenen Marke „Radipur“ beanspruchten Waren im Wesentlichen um technische Apparaturen und deren Bestandteile handelt, deren stoffliche Beschaffenheit zudem auf die Materialien Metall und Kunststoff beschränkt ist, zählt die Ware „Estrichmassen“ zu den mineralischen Baustoffen. Beide Warengruppen unterscheiden sich damit grundlegend nicht nur in ihrer stofflichen Beschaffenheit, sondern auch hinsichtlich ihres technologischen Hintergrunds. Die Widersprechende hat keine konkreten Beispiele dafür geliefert, dass Unternehmen auf dem Gebiet des Heizungsbaus auch mit Produktionsprozessen befasst sind, die zur Herstellung hydraulischer Bindemittel, insbesondere Estrichmassen, dienen. Ebenso wenig hat sie vorgetragen, dass im Bereich des Heizungsbaus eine Branchenübung besteht, wonach derartige Unternehmen Estrichmassen zumindest insoweit herstellen, als diese für die Einrichtung von Fußbodenheizungen benötigt werden. Eine entsprechende Praxis konnte auch vom Senat nicht ermittelt werden. Vielmehr werden hydraulische Bindemittel in aller Regel von entsprechend spezialisierten Baustoffproduzenten - wie z. B. der Widersprechenden - produziert. Selbst wenn im Einzelfall innerhalb eines Konzerns, dessen vornehmlicher Gegenstand der Heizungsbau ist, entsprechende hydraulische Bindemittel durch ein zum Konzernverbund gehörendes Unternehmen hergestellt werden sollten, wäre dies noch nicht ausreichend, um von der Voraussetzung einer regelmäßigen gemein-

samen betrieblichen Herkunft von Heizungsanlagen und Estrichmassen ausgehen zu können. Zur Begründung einer solchen Annahme müsste eine darüber hinausreichende gewisse allgemeine Branchenübung vorliegen, welche die Verkehrsauffassung beeinflussen kann (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 67).

Die beiderseitigen Waren ergänzen sich auch nicht in einer Weise, durch die eine Annahme gemeinsamer oder doch zumindest miteinander verbundener Herstellungsstätten nahe gelegt würde (vgl. hierzu: Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 69). Die Widersprechende hat zwar - insoweit zutreffend - darauf hingewiesen, dass bei Fußbodenheizungen der Estrich als Heizkörper fungiert und die beiderseitigen Waren, nämlich Estrichmassen und Bestandteile von Heizungsanlagen, insoweit miteinander in Berührung kommen, als bei der Herstellung von Fußbodenheizungen die Systemrohre in einer Estrichmasse eingebettet werden und daher beide Waren aufeinander abgestimmt sein müssen. Die Widersprechende kann jedoch nicht mit ihrem Vortrag überzeugen, dass durch die beiderseitigen Waren auch eine Schnittstelle gekennzeichnet werde, die in technischer Hinsicht so diffizil sei, dass eine Produktion von Heizungskomponenten und Estrichmassen in denselben betrieblichen Verantwortungsbereich als unumgänglich erschiene. Richtig ist vielmehr, dass es sich bei Estrichmassen regelmäßig um technisch einfache und gebräuchliche Baustoffe handelt, wobei grundsätzlich jede Estrichmasse, die allgemein für den Fußbodenheizungsbau qualitativ geeignet ist, - abgesehen von seltenen Ausnahmen - mit jedem Fußbodenheizungssystem kombiniert werden kann. Ein anderer Funktionszusammenhang ist auch nicht dem von der Widersprechenden vorgelegten Forschungsbericht des Instituts für Baustoffprüfung und Fußbodenforschung (IBF) und den anderen von ihr überreichten Unterlagen zu entnehmen. Letztlich handelt es sich bei Estrichmassen im Verhältnis zum Heizungsbau um reine Hilfsprodukte, die typischerweise zugeliefert werden und für die ein Heizungsbauer - was für die angesprochenen Fachkreise auch erkennbar ist - keine Produktverantwortung übernimmt. Die auf Seiten der Widerspruchsmarke zu berücksichtigenden Waren „hydraulische Bindemittel“, „Gemische aus hydraulischen Bindemitteln“, „Mörtel“ und „Estrichmassen“ stellen somit

im Verhältnis zu den mit der angegriffenen Marke beanspruchten Waren im funktionalen Sinne keine Ergänzung dar, die unter dem Gesichtspunkt der Warenähnlichkeit als relevant anzusehen wäre.

Die Widersprechende kann ferner nicht mit dem Vortrag überzeugen, dass sich die Waren „Fußbodenheizungen“ und „Estrichmassen“ jedenfalls im Verkauf und in der Werbung sehr nahe stünden und hierin ein wesentlicher und damit eine relevante Warenähnlichkeit begründender Umstand zu sehen sei. Das Prinzip „alles aus einer Hand“, auf das die Widersprechende hingewiesen hat, mag durchaus einem Trend im Baubereich entsprechen, der dazu führt, dass Waren unterschiedlichster Herkunft in Baufachmärkten o. ä. in räumlicher Nähe zueinander angeboten werden. Die Gleichheit der Vertriebstätten und eine räumliche Nähe der Waren zueinander stellt aber für sich allein betrachtet noch keinen ausreichenden Grund für die Annahme dar, die Verkehrskreise würden hierin einen Hinweis auf die Herkunft von Waren aus dem Verantwortungsbereich desselben Unternehmens erkennen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 9 Rdn. 68). Zusätzliche Berührungspunkte zwischen den hier in Rede stehenden beiderseitigen Waren sind aber nicht erkennbar. Jedenfalls lassen sich den von der Widersprechenden als Anlagen vorgelegten zahlreichen Unterlagen keine hinreichenden Anhaltspunkte dafür entnehmen, dass unter Heizungsbauunternehmen eine weitverbreitete Übung besteht, Bestandteile von Fußbodenheizungen und Estrichkomponenten „gekoppelt“ anzubieten. Ein echtes „gekoppeltes“ Angebot, bei dem Bestandteile von Fußbodenheizungen und Estrichkomponenten auch durch eine gemeinsame Handelsmarke zueinander in Bezug gebracht werden, ist lediglich dem Prospekt „PYD-Thermosysteme“ der Firma mi-Heiztechnik GmbH zu entnehmen, der von der Widersprechenden als Anlage 16 vorgelegt wurde. Hieraus eine gängige Branchenübung und damit eine hinreichende Nähe der Waren „Fußbodenheizungen“ und „Estrichmassen“ abzuleiten, ginge jedoch zu weit.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Eine Auferlegung der Kosten des Beschwerdeverfahrens kam vorliegend nicht in Betracht, da hierzu aus Gründen der Billigkeit kein Anlass bestand (§ 71 Abs. 1 MarkenG).

Dr. Ströbele

Kirschneck

Eisenrauch

Fa