

Rechtssache T-390/03

CM Capital Markets Holding SA gegen Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM)

„Gemeinschaftsmarke — Widerspruchsverfahren — Ältere Bildmarke, die den Ausdruck ‚capital markets CM‘ umfasst — Anmeldung einer Gemeinschaftsbildmarke, die den Bestandteil ‚CM‘ umfasst — Relatives Eintragungshindernis — Verwechslungsgefahr — Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 40/94“

Urteil des Gerichts (Dritte Kammer) vom 11. Mai 2005 II - 1701

Leitsätze des Urteils

Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Relative Eintragungshindernisse — Widerspruch des Inhabers einer für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen eingetragenen identischen oder ähnlichen älteren Marke — Gefahr der Verwechslung mit der älteren Marke — Bildmarken CM und CAPITAL MARKETS CM

(Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b)

Zwischen dem Bildzeichen, das aus einem Bild eines von einer gelben Linie durchzogenen roten Vierecks, in das in weiß die Buchstaben „C“ und „M“ eingeschrieben sind, besteht und dessen Eintragung als Gemeinschaftsmarke für Waren und Dienstleistungen der Klassen 1 bis 42 des Abkommens von Nizza angemeldet wurde, und der früher für die Dienstleistungen „Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten“, „Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen“, „Telekommunikation“ und „industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Rechtsberatung und -vertretung“ der Klassen 35, 36, 38 und 42 in Spanien eingetragenen Bildmarke, die aus zwei Bestandteilen, dem in schwarzer Laufschrift geschriebenen Wort „capital markets“ und den übereinander gestellten Buchstaben „C“ und „M“, zusammengesetzt ist, besteht für die maßgeblichen

Verkehrskreise sehr aufmerksamer und informierter spanischer Verbraucher keine Verwechslungsgefahr, da zum einen die von den betreffenden Marken erfassten Dienstleistungen zwar identisch sind, diese Marken aber weder bildlich noch begrifflich ähnlich sind, so dass diese Unterschiede so geartet sind, dass sie die klangliche Ähnlichkeit zwischen ihnen neutralisieren, und da zum anderen die ältere Marke keine hohe Kennzeichnungskraft besitzt. Dieses Ergebnis wird durch die Tatsache gestützt, dass die maßgeblichen Verkehrskreise in dem Bereich der betreffenden Dienstleistungen sehr spezialisiert sind und somit bei der Wahl dieser Dienstleistungen mit einem hohen Grad an Aufmerksamkeit vorgehen werden.

(vgl. Randnrn. 64-67, 69)