



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 111/11

(Aktenzeichen)

Verkündet am
9. Oktober 2012

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 307 66 139.3

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Werner auf die mündliche Verhandlung vom 9. Oktober 2012

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Inhaberin des angegriffenen Zeichens wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 11. August 2011 aufgehoben, soweit mit ihm unter Aufhebung des Beschlusses vom 5. August 2009 die Löschung der Wort- / Bildmarke 307 66 139.3 auf den Widerspruch aus der Gemeinschaftsbildmarke EM 003 907 441 angeordnet worden ist.
2. Die Erinnerung der Widersprechenden ist zurückzuweisen.

Gründe

I.

Gegen die am 11. Oktober 2007 angemeldete und am 8. Januar 2007 für Waren der

Klasse 03:

Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Seifen; Zahnputzmittel;

Klasse 09:

Brillen und Sonnenbrillen (soweit in Klasse 9 enthalten);

Klasse 14:

Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente; aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten;

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, insbesondere Kataloge; Waren aus Pappe oder Papier, soweit in Klasse 16 enthalten; Schreibwaren; Verpackungsmittel aus Papier oder Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten;

Klasse 18:

Waren aus Leder und Lederimitationen, soweit in Klasse 18 enthalten, insbesondere Taschen und Kleinlederwaren, wie Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen; Reise- und Handkoffer, Taschen, soweit in Klasse 18 enthalten; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke;

Klasse 24:

Webstoffe und Textilwaren, soweit in Klasse 24 enthalten; Gardinen, Rollos aus Textilien oder aus Kunststoff, Haushaltswäsche, Tisch- und Bettwäsche (nicht aus Papier); Bett- und Tischdecken (nicht aus Papier);

Klasse 25:

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Schuhe und Bekleidungsstücke aus Leder, Lederimitationen oder Pelzen,

eingetragene und am 8. Februar 2008 veröffentlichte Wort- / Bildmarke
307 66 139.3



hat die Widersprechende am 5. Mai 2008

aus ihrer am 1. Juli 2004 als Wort- / Bildmarke mit dem Markentext „MV“ angemeldet und seit 29. Mai 2006 für die Waren der

Klasse 09:

Brillen, Brillengläser, Brillengestelle, Brillenetuis; Sonnenbrillen; Kontaktlinsen, Kontaktlinsenetuis; optische Artikel,

Klasse 18:

Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Handtaschen; Regen- und Sonnenschirme,

Klasse 25:

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen,

veröffentlichten Gemeinschaftsbildmarke GM 003 807 441



Widerspruch eingelegt.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Widerspruch mit Beschluss vom 5. August 2009 zurückgewiesen, da keine Verwechslungsgefahr zwischen den Marken bestehe.

Dazu hat sie ausgeführt, dass unter Berücksichtigung der bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr miteinander in Wechselbeziehung stehenden Komponenten der Waren- und Markenähnlichkeit sowie der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke die Verwechslungsgefahr vorliegend hinsichtlich der Vergleichsmarken zu verneinen sei. Bei anzunehmender durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und auch teilweise identischen Waren sei die Zeichenähnlichkeit nicht ausreichend, um Verwechslungsgefahr zu bejahen.

Ihrem Gesamteindruck nach unterschieden sich beide Zeichen hinreichend. Sie wiesen zwar beide als beherrschendes Element eine Graphik auf, die selbst in der Widerspruchsmarke noch als ein Buchstabe „M“ bezeichnet werden könne. Jedoch bestünden erhebliche Unterschiede sowohl in der graphischen Gestaltung des Buchstabens als auch hinsichtlich seiner Präsentation. In dem angegriffenen Zeichen erscheine das „M“ in relativ klarer, stabiler Schrifttype, nur die nach innen fallenden Diagonalen seien leicht gebogen. Die Stabilität werde zum einen bedingt durch die senkrechten Außenkanten und die geraden Kopf- und Fußteile, zum andern durch die Umrahmung. Bei der Umrahmung handle es sich nicht nur um ein einfaches Rechteck mit abgerundeten Ecken; die seitlichen Längsseiten seien

leicht nach außen gewölbt und nähmen damit die gebogenen Diagonalen im Inneren des Buchstabens als Motiv wieder auf.

Hingegen handle es sich bei der Widerspruchsmarke um ein eher filigranes, weiches Gebilde, bei dem die einzelnen selbstständig zueinander stehenden Elemente sich erst beim Betrachten zum Buchstaben „M“ formten. Ebenso könnte die Widerspruchsmarke als ein von zwei Senkrechten optisch gehaltenes „V“ interpretiert werden. Eine Umrahmung fehle hier.

Klanglich scheide eine Ähnlichkeit ebenfalls aus, auch wenn das Publikum in beiden Marken jeweils den Buchstaben „M“ erkenne und im Allgemeinen bestrebt sei, nach möglichst einfachen Benennungen von Abbildungen zu suchen. Der im Modebereich aufmerksame und gut informierte Verbraucher werde zur sicheren Identifizierung der Waren indes nicht bloß den Buchstaben „M“ zur Benennung der Vergleichsmarken verwenden. Deshalb habe eine Ähnlichkeit in klanglicher Hinsicht vorliegend nur beschränkte Bedeutung und werde nicht dazu führen, dass die Zeichen in entscheidungserheblichen Umfang verwechselt würden.

Der Beschluss ist der Widersprechenden am 17. August 2009 zugestellt worden.

Auf ihre Erinnerung vom 16. September 2011 hat die Markenstelle mit Beschluss vom 11. August 2011

1.

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 5. August 2009 aufgehoben soweit der Widerspruch auch zurückgewiesen wurde für die Waren

„(Klasse 9:)

Brillen und Sonnenbrillen (soweit in Klasse 9 enthalten);

(Klasse 14:)

Juwelierwaren, Schmuckwaren, aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten;

(Klasse 18:)

Waren aus Leder und Lederimitationen, soweit in Klasse 18 enthalten, insbesondere Taschen und Kleinlederwaren, wie Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen; Reise- und Handkoffer, Taschen, soweit in Klasse 18 enthalten; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke;

(Klasse 25:)

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Schuhe und Bekleidungsstücke aus Leder, Lederimitationen oder Pelzen“,

2.

im Übrigen die Erinnerung zurückgewiesen und die Marke 307 66 139 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke EM 003 907 441 teilweise in Bezug auf die unter 1 genannten Waren gelöscht.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass entgegen den Ausführungen im Beschluss vom 5. August 2009 im Umfang der unter Ziffer 1 des Tenors genannten Waren gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG Verwechslungsgefahr gegeben sei. Insoweit bestehe Warenidentität bzw. hochgradige Warenähnlichkeit. Die Widerspruchsmarke sei in ihrer Kennzeichnungskraft aufgrund ihres beschreibenden Bezugs geschwächt; aufgrund der Tatsache, dass der in der Widerspruchsmarke enthaltene Buchstabe „M“ als Größenangabe für sämtliche hier relevanten Waren dienen könne, sei von einer Kennzeichnungsschwäche der Wort-/

Bildmarke auszugehen, die Unterscheidungskraft allein durch die charakteristische graphische Gestaltung des Buchstabens „M“ erlange. Dennoch halte das angegriffene Zeichen den danach gebotenen durchschnittlichen markenrechtlichen Zeichenabstand hinsichtlich der im Tenor unter Ziffer 1 genannten Waren nicht ein. Zwar unterschieden sich die Zeichen in ihrer Gesamtheit insbesondere durch den Rahmen der angegriffenen Marke; schriftbildlich würden sie jedoch durch die allein schutzbegründende Grafik des Buchstabens „M“ geprägt. Der Rahmen in der angegriffenen Marke trete in den Hintergrund, weil er werbeüblich sei und nicht als charakteristischer Bestandteil der Marke sondern als rein dekoratives oder rein funktionales Element aufgefasst werde. Das Rechteck erinnere durch seine abgerundeten Kanten an die Form eines Etiketts, auf dem häufig Marken platziert würden. Bei der Beurteilung der schriftbildlichen Ähnlichkeit sei damit nur die Grafik der beiden Buchstaben „M“ zu vergleichen. Danach bestehe Verwechslungsgefahr, da sich die Gestaltung des Buchstabens „M“ in dem angegriffenen Zeichen weitgehend an die charakteristische Grafik der Widerspruchsmarke anlehne. Zunächst erkenne das angesprochene Publikum in beiden Zeichen den Buchstaben „M“. Ein „V“ in der Widerspruchsmarke werde erst in einem weiteren Gedankenschritt erkannt, wenn hierzu Veranlassung bestehe. Beide „M“ hätten gerade äußere Linien, in beiden Fällen sei die rechte stärker. In beiden Fällen sei auch die linke innere Diagonale stärker als die rechte. In beiden Buchstaben überlappe das enthaltene „V“ nach oben die äußeren geraden Linien und in beiden Fällen endeten die äußeren Linien unten jeweils in einem abschließenden Fußteil. Die Abrundung dieser Enden in der Widerspruchsmarke und die leichte Wölbung der Innenseiten in der angegriffenen Marke fielen bei den genannten auffälligen charakteristischen Übereinstimmungen nicht ins Gewicht. Dies gelte auch für die Unterbrechung der äußeren beiden Linien in der Widerspruchsmarke. Da das Publikum die beiden Zeichen regelmäßig nicht gleichzeitig nebeneinander wahrnehme und sie deshalb nicht miteinander vergleichen könne, sei nicht auszuschließen, dass das Publikum die Zeichen insbesondere aus einer unsicheren Erinnerung heraus in entscheidendem Umfang verwechsle.

Der Beschluss im Erinnerungsverfahren ist der Inhaberin des angegriffenen Zeichens am 18. August 2011 zugestellt worden.

Gegen den Beschluss wendet sie sich mit ihrer Beschwerde vom 7. September 2011.

Sie ist der Ansicht, dass zwischen den zu vergleichenden Zeichen keine Zeichenähnlichkeit bestehe; auch unter Berücksichtigung teilweiser Warenidentität und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke führe dies nicht zur Verwechslungsgefahr i. S. d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG. Zwischen dem angegriffenen Zeichen „M“ und der Widerspruchsmarke „MV“ oder gar „V“ bestünden deutliche klangliche Unterschiede. Auch in bildlicher Hinsicht werde der Verbraucher in Kenntnis des Namens der Widersprechenden, der M..., das Zeichen als „MV“ erkennen. Die beiden zu vergleichenden Markenzeichen stellten sich somit in ihrer schriftbildlich Aufmachung gänzlich unterschiedlich dar. Zudem weiche das filigrane Gebilde der Widerspruchsmarke, die auch als ein von zwei Senkrechten optisch gehaltenes „V“ interpretiert werden könne, erheblich von dem „M“ in relativ klarer stabiler Schrifttype mit zusätzlicher Umrahmung ab. Auch in begrifflicher Hinsicht werde der Verbraucher die zu vergleichenden Markenzeichen nicht verwechseln. Er werde die Widerspruchsmarke „MV“ als Hinweis auf deren Inhaberin „M...“ verstehen, während er das angegriffene Zeichen „M“ der Beschwerdeführerin „M... GmbH“ zuordnen werde.

Selbst wenn die Widerspruchsmarke unzutreffenderweise nur als Buchstabe „M“ wahrgenommen werde, bestehe keine Verwechslungsgefahr. Eine klangliche Verwechslungsgefahr bestehe nicht. Der aufmerksame und gut informierte Verbraucher werde zur sicheren Identifizierung der Waren nicht bloß den Buchstaben „M“ zur Benennung der Vergleichsmarken verwenden. Er werde die Zeichen, wie bereits erläutert, auch als „M im Rahmen“ und „MV“ bezeichnen. Daher bestehe auch keine begriffliche Verwechslungsgefahr. Auch die graphische Gestaltung dieser Zeichen sei so unterschiedlich, dass eine Verwechslungsgefahr für den Verbraucher ausgeschlossen sei.

Die Inhaberin des angegriffenen Zeichens beantragt sinngemäß,

der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 11. August 2011 aufzuheben, soweit mit ihm unter Aufhebung des Beschlusses vom 5. August 2009 die Löschung der Wort- / Bildmarke Marke 307 66 139.3 auf den Widerspruch aus der Gemeinschaftsbildmarke EM 003 907 441 angeordnet worden ist, und die Erinnerung der Widersprechenden zurückzuweisen.

In der mündlichen Verhandlung hat die Inhaberin des angegriffenen Zeichens ihren Standpunkt aufrechterhalten und vertieft,

Die Widersprechende ist zur mündlichen Verhandlung, wie zuvor schriftsätzlich angekündigt, nicht erschienen.

In ihrer Beschwerdeerwiderung hat die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hat schriftsätzlich die angegriffene Entscheidung der Markenstelle verteidigt.

Zwischen den zu vergleichenden Zeichen bestehe Verwechslungsgefahr.

Ein Lesen der Widerspruchsmarke als „V“ mite absurd an. Schon bei einem flüchtigen Blick auf die Markenabbildung springe dem Betrachter der Buchstaben „M“ ins Auge.

Das Publikum werde trotz der Firmierung der Widersprechenden „M...

....“ die Widerspruchsmarke nicht als „MV“ lesen, da die Angesprochenen eine Marke so aufnähmen, wie sie ihnen entgegentrete. Die Annahme, ein Kunde, der die Marke sehe, würde diese anhand einer ihm in der Regel gar nicht bekannten Firma deuten, widerspreche jeder Lebenserfahrung.

II.

Die statthafte und auch sonst zulässige Beschwerde der Inhaberin des angegriffenen Zeichens hat in der Sache Erfolg.

Zwischen den Vergleichsmarken besteht keine Gefahr von Verwechslung im Sinn von § 43 Abs. 2 Satz 2, § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 MarkenG.

1.

Die Eintragung einer Marke ist auf den Widerspruch aus einer prioritätsälteren Marke nach § 42 Abs. 2 Nr. 1, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zu löschen, wenn unter Beachtung aller Umstände des Einzelfalles zwischen beiden Zeichen wegen Zeichenidentität oder -ähnlichkeit und Warenidentität oder -ähnlichkeit unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der älteren Marke die Gefahr von Verwechslungen einschließlich der Gefahr besteht, dass die Marken miteinander gedanklich in Verbindung gebracht werden.

Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen der Identität oder der Ähnlichkeit der Waren, dem Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH , GRUR 2010, 235 - AIDA / AIDU; GRUR 2010, 883 - Malteserkreuz II; EuGH GRUR 2005, 1042 – Thomson Life).

Der Schutz der älteren Marke ist dabei auf die Fälle zu beschränken, in denen die Benutzung eines identischen oder ähnlichen Zeichens durch einen Dritten die Funktionen der älteren Marke, insbesondere ihre Hauptfunktion zur Gewährleistung der Herkunft der Waren gegenüber den Verbrauchern, beeinträchtigt oder beeinträchtigen könnte (vgl. EuGH GRUR 2007, 318 - Adam Opel / Autec).

2.

Nach diesen Grundsätzen besteht hier keine Gefahr von Verwechslungen zwischen den Vergleichsmarken.

a)

Da Benutzungsfragen nicht aufgeworfen sind, ist für die Beurteilung der Warenähnlichkeit bzw. -identität ausschließlich die Registerlage maßgebend. Danach begegnen sich die zu vergleichenden Marken hinsichtlich der hier in der Beschwerde in Rede stehenden Waren mit identischen bis ähnlichen Waren.

Bei der Prüfung der Warenähnlichkeit sind alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis der Waren ausmachen, also z.B. die Art der Waren, ihr Verwendungszweck, ihre Nutzung und Eigenart als miteinander konkurrierende und einander ergänzende Waren (EuGH MarkenR 1999, 22 - Canon). Da die Hauptfunktion der Marke darin besteht, dem Verbraucher und Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu garantieren, ist die Ähnlichkeit von Waren auch aus der Sicht des angesprochenen Publikums zu beurteilen. Erwartet dieses, dass ein und derselbe Unternehmer für die Qualität von unterschiedlichen Waren verantwortlich ist, so kann eine Warenähnlichkeit im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG bejaht werden (vgl. BGH MarkenR 1999, 242 - Canon II).

Die zu vergleichenden Marken können sich jeweils in Verbindung mit identischen Waren der Klassen 9 (Brillen und Sonnenbrillen), 18 (Waren aus Leder und Lederimitationen; Reise- und Handkoffer, Taschen; Regen- und Sonnenschirme) und 25 (Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen) begegnen.

Die vom angegriffenen Zeichen beanspruchten Waren „Spazierstöcke“ sind den Waren „Bekleidungsstücke“ noch ähnlich (vgl. Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 15. Aufl., S. 271).

Auch die vom angegriffenen Zeichen beanspruchten „Juwelierwaren, Schmuckwaren, aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten“ sind den beanspruchten Waren der Klasse 9 (Brillen und Sonnenbrillen) noch ähnlich (vgl. Richter/Stoppel, a.a.O., S. 49).

b)

Die Widerspruchsmarke ist für die hier gegenständlichen Waren aus dem Modereich im weitesten Sinn allenfalls, wenn sie als „MV“ gelesen wird, durchschnittlich, sonst wegen der Größenangabe „M“ eher geschwächt kennzeichnungskräftig.

Die Kennzeichnungskraft ist stets produktbezogen festzustellen, da sie je nach Ware, für die das Zeichen eingetragen ist, unterschiedlich sein kann (BGH GRUR 2004, 235, 237 - Davidoff II; GRUR 2004, 779, 781 - Zwilling/Zweibrüder).

Einzelne Buchstaben sind dabei nicht per se kennzeichnungsschwach. Sie sind wie sonstige Wortmarken zu behandeln und auf einen beschreibenden Bedeutungsgehalt zu prüfen (BGH GRUR 2003, 343, 344 - Buchstabe Z; GRUR 2001, 161, 162 - Buchstabe K). Stellen sie keine beschreibende Abkürzung dar oder eignen sie sich zur Erfüllung der Herkunftsfunktion, ist von originärer Kennzeichnungskraft auszugehen.

Da der in der Widerspruchsmarke (auch) erkennbare Buchstabe „M“ als Größenangabe für sämtliche hier relevanten Waren aus dem Modesektor im weitesten Sinn dienen kann, ist eine Kennzeichnungsschwäche der Wort- / Bildmarke anzunehmen (vgl. hierzu BPatG, Beschluss vom 23. Oktober 2002 – 32 W (pat) 304/01 – M). Die Unterscheidungskraft beider Zeichen resultiert daher allein aus der graphischen Gestaltung.

Bei der Lesart der Widerspruchsmarke als „MV“ für den Namen der Widersprechenden, M.V. Design, ist ein beschreibender Anklang zu den in Rede stehenden Waren nicht zu erkennen, so dass es bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke verbliebe.

Dies kann jedoch letztlich dahin stehen, weil dann der Markenabstand größer ist.

c)

Das angegriffene Zeichen hält zu der Widerspruchsmarke nämlich einen Abstand ein, der selbst bei Warenidentität und einer unterstellten durchschnittlicher Kennzeichnungskraft die Gefahr von Verwechslungen im Sinn von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG in einem markenrechtlich relevanten Umfang mit hinreichender Sicherheit ausschließt.

Die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit in Klang, (Schrift-)Bild und Sinngesamt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verbraucher in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken (vgl. EuGH GRUR 2006, 413, 414 - Nr. 19 - Zirh / Sir; Beschluss vom 24. Oktober 2008 – 25 W (pat) 38/07; BeckRS 2009, 06611 - Gerken; Beschluss vom 10. Mai 2011 – 27 W (pat) 137/10, BeckRS 2011, 20040 - Dux / Doc's).

(1)

Eine Ähnlichkeit im Klang scheidet aus, weil die Zeichen nicht benannt werden, wie dies bei Bildzeichen regelmäßig der Fall ist (vgl. BGH GRUR 2006, 60 Rn. 24 - coccodrillo). Dies ist auch für die hier zu vergleichenden Zeichen anzunehmen. Wegen der Notwendigkeit der sicheren Unterscheidung der großen Zahl von Einzelbuchstaben enthaltenden Marken bedient sich der Verbraucher zur Benennung von derartigen Marken weiterer benennbarer Markenelemente, auch wenn es sich um gängige und eher bedeutungslose Zutaten oder Verzierungen handelt, oder bekannte Zusätze, wie z.B. „Bogner B“.

Insbesondere in der gesamten Modebranche besteht keine Gewohnheit, aus einem einzelnen Buchstaben gebildete Marken mit dem Lautwert des Einzelbuchstabens, hier: (e)m, ohne weitere Zusätze zu benennen (BGH GRUR 2012, 930

Rn. 47 - Bogner B). Vielmehr wird das angesprochene Publikum hier, um die Marken zu benennen, die vollständige Kennzeichnung - im Streitfall also „Madeleine M“ bzw. „MV Design“ - wählen (vgl. auch OLG München, GRUR-RR 2011, 462, 464).

Dies steht im Einklang mit der Intention der Widersprechenden bei Anmeldung ihrer Marke, die sie dort als „Wort- / Bildmarke MV“ bezeichnet hat. Die Kennzeichnungsgewohnheiten in der Modebranche sind also auch der Widersprechenden bekannt und schon bei Registrierung ihrer Marke bewusst gewesen.

Im Fall des angegriffenen Zeichens ist eine Mitbenennung des Bildelements ohne großes Analysieren möglich.

(2)

Die Zeichen unterscheiden sich nach Auffassung des Senats auch graphisch ausreichend voneinander.

Da der Verbraucher Marken regelmäßig als Ganzes wahrnimmt und bei umfassender Beurteilung der Verwechslungsgefahr auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen ist, wäre eine Verwechslungsgefahr allenfalls dann gegeben, wenn der Gesamteindruck des Zeichens durch einen mit der Gegenmarke übereinstimmenden Bestandteil geprägt würde oder dieser Bestandteil eine selbstständig kennzeichnende Stellung einnähme (EuGH GRUR 2005, 1042, 1044 [Nr. 32 ff.] - Thomson life; BGH GRUR 2006, 859, 861 [Nr. 21] – Malteserkreuz).

Bei aus einem einzelnen Buchstaben bestehenden Zeichen haben bildliche Unterschiede im Hinblick auf seine Kürze ein wesentlich größeres Gewicht als bei normalen Wortzeichen (vgl. BGH GRUR 2012, 930 Rn. 51 - Bogner B; GRUR 2002, 1067, 1070 - DKV/OKV; OLG Hamburg, MarkenR 2008, 209, 212).

Insoweit unterscheiden sich die Zeichen, als der von der Widersprechenden als „V“ bezeichnete Innenteil der Widerspruchsmarke nicht auf den beiden senkrech-

ten Seitenstrichen aufliegt und die Innenseiten des angegriffenen Zeichens mit ihrem leichten Schwung nach außen ein deutliches „M“ bilden.

Die Widerspruchsmarke ist, wie die Erstprüferin zutreffend festgestellt hat, ein eher filigranes, weiches Gebilde.

Dagegen erscheint das angegriffene Zeichen unverkennbar als „M“ in klarer, deutlicher Schrifttype, nur die nach innen fallenden Diagonalen sind leicht gebogen. Der klare Eindruck wird zum einen bedingt durch die senkrechten Außenkanten und die geraden Kopf- und Fußteile, und zum andern durch den bauchigen Rahmen mit abgerundeten Ecken. Dadurch, dass die Längsseiten der Umrandung leicht nach außen gewölbt sind, nehmen sie die gebogenen Diagonalen im Inneren des Buchstabens als Motiv wieder auf und erzeugen damit eine gewisse Eigentümlichkeit des Zeichens.

An diesem Ergebnis ändert auch der Umstand nichts, dass die graphische Gestaltung beider Zeichen aus einer bestimmten Entfernung für den Betrachter nicht mehr wahrnehmbar ist. Für die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit und der Verwechslungsgefahr kommt es in erster Linie auf die Kaufsituation an (vgl. EuGH GRUR 2006, 237 Rn. 39 bis 43 und 47 - PICASSO/PICARO). In dieser Situation wird der Verbraucher die graphische Gestaltung der angegriffenen Zeichen ohne weiteres wahrnehmen und zur Bestimmung der Herkunft auch suchen. Soweit für die Frage der Zeichenähnlichkeit und der Verwechslungsgefahr auch der Zeitraum nach Kaufabschluss herangezogen wird (vgl. BGH GRUR 2012, 930 Rn. 53 - Bogner B; BGHZ 171, 89 Rn. 25 - Pralinenform I; EuGH, GRUR 2006, 237 Rn. 46 - PICASSO/PICARO), ist die beim Kauf oder bei der Auswahl aufgrund des Aussehens begründete Benennung maßgeblich.

Damit reicht die Zeichenähnlichkeit zwischen der Widerspruchsmarke und dem angegriffenen Zeichen selbst bei Warenidentität und durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht aus, um eine Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu begründen. Die Wahl von Einzelbuch-

staben ist in der Modebranche eine gebräuchliche Markenform. Werden Einzelbuchstaben aber häufig als Kennzeichnungsmittel bei Bekleidungsstücken verwandt, wird der Durchschnittsverbraucher Unterschieden besondere Aufmerksamkeit widmen.

(3)

Die Zeichen unterscheiden sich auch in ihrem Bedeutungsgehalt ausreichend. Bei der Lesart „MV“ hat die Widerspruchsmarke keinen im angegriffenen Zeichen wiederkehrenden Begriffsinhalt.

Soweit beide Zeichen als „M“ verstanden werden, ist der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke wegen der Nähe zur Größenangabe so gering, dass sie nur gegen identische Zeichen vorgehen könnte.

Eine Verwechslungsgefahr zwischen den hier zu vergleichenden Zeichen ist selbst auf der Grundlage normaler Kennzeichnungskraft daher ausgeschlossen.

3.

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

4.

Die Rechtsbeschwerde war nicht zuzulassen.

Der Senat hat nicht über eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung, sondern auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs über einen Einzelfall entschieden. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist auch nicht zur Rechtsfortbildung oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich, weil diese Entscheidung

nicht von denen anderer Senate des Bundespatentgerichts oder anderer nationaler Gerichte abweicht. Es handelt sich um eine Einzelfallentscheidung, die der Senat anhand der tatsächlichen Gegebenheiten getroffen hat.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Hu