



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 506/16

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 30 2013 048 208**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 30. Januar 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener und des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

### **Gründe:**

#### **I.**

Das am 26. August 2013 angemeldete Zeichen

#### **Fireslim**

ist am 10. Januar 2014 unter der Nr. 30 2013 048 208 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 35 und 38 eingetragen worden:

Klasse 9: Notebooks (Computer); Tablet-Computer; Lesegeräte für elektronische Bücher; persönliche digitale Assistenten (PDA); elektronische Übersetzer; Computertastaturen; Motherboards; Interfaces (Schnittstellengeräte oder -programme für Computer; Lautsprecher; Kopfhörer; Kameras; Videokameras; Mobiltelefone; Flüssigkristallmonitore für Computer; Flüssigkristall (LCD)-Fernsehgeräte; tragbare Stereoeräte; Taschencomputer; tragbare Computer; Computerbetriebsprogramme (gespeichert); Laptops (Computer), Mobilfunkgeräte und Smartphones; Computerzubehör; USB-Speichermedien; Bild-, Dokumenten- und Kopiersysteme, Datenverbindungs- und Übertragungskabel;

Klasse 35: Werbung; Online-Werbung in einem Computer-Netzwerk; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Präsentation von Waren in Kommunikationsmedien, für den Groß- und Einzelhandel; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Aktualisierung und Pflege von Daten in Computerdatenbanken; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet (Bannerexchange); Waren- und Dienstleistungspräsentationen (auch im Internet); Werbung im Internet für Dritte;

Klasse 38: Telekommunikation; elektronische Kommunikationsdienste; E-Mail-Dienste; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer; Bereitstellung des Zugriffs von Informationen im Internet; elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen; Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Software in Datennetzen; Bereitstellung des Zugriffs auf Datenbanken im Internet; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Bereitstellung des Zugriffs auf Daten, Texte, Informationen, Audioprojekte, Musik, Zeichnungen und Bilder im Internet; Übermittlung von Daten, Texten, Informationen, Audioprojekte, Musik, Zeichnungen und Bildern im Internet.

Gegen die Eintragung der am 14. Februar 2014 veröffentlichten vorstehenden Marke hat die Inhaberin der nachfolgenden prioritätsälteren Marke am 12. Mai 2014 Widerspruch erhoben, nämlich aus der Marke

### **Fire**

die seit dem 6. Februar 2012 unter der Nummer 30 2011 048 617 eingetragen ist und nach Teillöschung noch Schutz genießt für die nachfolgenden Waren der Klassen 9, 16, 28, 35, 38, 41, 42 und 45:

Klasse 9: Tragbare und mit der Hand gehaltene und handbetätigte elektronische Geräte zur Übertragung, Speicherung, Verarbeitung und Ansicht von Texten, Bildern, Audios, Videos und Daten, auch über globale Computernetzwerke, drahtlose Netzwerke und elektronische Kommunikationsnetzwerke; Computer, Tablet-Computer, Lesegeräte für elektronische Bücher, Audio- und Videogeräte, elektronische persönli-

che Organisierer, persönliche digitale Assistenten und Geräte für globale Positionierungssysteme; Computerhardware und -software; vollständiges Sortiment von elektronischen und mechanischen angepassten Teilen und Zubehör für tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte und Computer; Computerperipheriegeräte; Computerteile und -zubehör; Monitore, Displays, Drähte, Kabel, Modems, Drucker, Diskettenlaufwerke, Adapter, Adapterkarten, Kabelverbinder/Kabelanschlüsse, steckbare Anschlüsse, elektrische Stromanschlüsse, Dockstationen und Laufwerke; Batterieladegeräte; Batteriepackungen; Memory-Karten und Lesegeräte für Memory-Karten; Kopfhörer und Ohrhörer; Lautsprecher, Mikrophone und Headsets (Hörsprechgarnituren); angepasste Behälter, Abdeckungen und Gestelle für tragbare und handbetätigte elektronische Geräte und Computer; auf Datenträger gespeicherte visuelle Werke, Audiowerke und audiovisuelle Werke, alle vorstehende Waren ausgenommen mittels Münzen betätigte oder mittels Token betätigte Spielgeräte und Spielautomaten;

Klasse 16: Druckereierzeugnisse, gedruckte Veröffentlichungen, Periodika, Bücher, Magazine, Newsletter, Broschüren, Hefte, Prospekte, Handbücher, Journale, Kataloge und Sticker;

Klasse 28: handgehaltene oder handbetätigte Anlagen zum Spielen von elektronischen Spielen; handgehaltene oder handbetätigte elektronische Spiele und Spielapparate; Spiele, elektronische Spiele und Videospiele, alle vorstehende Waren ausgenommen mittels Münzen betätigte oder mittels Token betätigte Spielgeräte und Spielautomaten;

Klasse 35: Einzelhandelsdienstleistungen in den Bereichen tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte zur Übertragung, Speicherung, Verarbeitung, Aufzeichnung und Ansicht/Überprüfung von Texten, Bildern, Audios, Videos und Daten, auch über globale Computernetzwerke, drahtlose Netzwerke und elektronische Kommunikationsnetzwerke, Computer, Tablet-Computer, Lesegeräte für elektronische Bücher, Audio- und Videogeräte, elektronische persönliche Organisierer, persönliche digitale Assistenten und Geräte für globale Positionierungssysteme und elektronische und mechanische Teile und Zubehör dafür; Computerhardware und -software, Monitore, Displays, Drähte, Kabel, Modems, Drucker, Diskettenlaufwerke, Adapter, Adapterkarten, Kabelverbinder/Kabelanschlüsse, steckbare An-

schlüsse, elektrische Stromanschlüsse, Dockstationen und Laufwerke, Batterieladegeräte, Batteriepackungen, Memorykarten und Lesegeräte für Memorykarten, Kopfhörer und Ohrhörer, Lautsprecher, Mikrophone und Headsets (Hörsprechgarnituren), angepasste Behälter, Abdeckungen und Gestelle für tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte und Computer, Fernbedienungen für tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte und Computer, Druckereierzeugnisse, gedruckte Veröffentlichungen, Periodika, Bücher, Magazine, Newsletter, Broschüren, Hefte, Pamphlete, Handbücher, Journale, Kataloge und Sticker, Hand gehaltene oder handbetätigte Anlagen zum Spielen von elektronischen Spielen, handgehaltene oder handbetätigte elektronische Spiele und Spielapparate, Spiele, elektronische Spiele und Videospiele; Online-Einzelhandelsdienstleistungen in den Bereichen tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte zur Übertragung, Speicherung, Verarbeitung, Aufzeichnung und Ansicht/Überprüfung von Texten, Bildern, Audios, Videos und Daten, auch über globale Computernetzwerke, drahtlose Netzwerke und elektronische Kommunikationsnetzwerke, Computer, Tablet-Computer, Lesegeräte für elektronische Bücher, Audio- und Videogeräte, elektronische persönliche Organisierer, persönliche digitale Assistenten und Geräte für globale Positionierungssysteme und elektronische und mechanische Teile und Zubehör dafür, Computerhardware und -software, Monitore, Displays, Drähte, Kabel, Modems, Drucker, Diskettenlaufwerke, Adapter, Adapterkarten, Kabelverbinder/Kabelanschlüsse, steckbare Anschlüsse, elektrische Stromanschlüsse, Dockstationen und Laufwerke, Batterieladegeräte, Batteriepackungen, Memorykarten und Lesegeräte für Memorykarten, Kopfhörer und Ohrhörer, Lautsprecher, Mikrophone und Headsets (Hörsprechgarnituren), angepasste Behälter, Abdeckungen und Gestelle für tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte und Computer, Fernbedienungen für tragbare und mit der Hand gehaltene oder handbetätigte elektronische Geräte und Computer, Druckereierzeugnisse, gedruckte Veröffentlichungen, Periodika, Bücher, Magazine, Newsletter, Broschüren, Hefte, Pamphlete, Handbücher, Journale, Kataloge und Sticker, Hand gehaltene oder handbetätigte Anlagen zum Spielen von elektronischen Spielen, handgehaltene oder handbetätigte elektronische Spiele und Spieleapparate, Spiele, elektronische Spiele und Videospiele; Herausgabe eines Online-Handelsinformationsverzeichnisses; Verteilung von Werbung für andere über ein elektronisches Online-Kommunikationsnetzwerk; Herausgabe eines

recherchierbaren Online Werbeführers, der Waren und Dienstleistungen von anderen zeigt; computerisierte Datenbank-Managementdienstleistungen, nämlich Sammeln und Systematisieren von Daten in Computerdatenbanken; Online-Bestelldienstleistungen, nämlich verwaltungstechnische Bearbeitung;

Klasse 38: Kommunikationsdienstleistungen bei der Übertragung, dem Caching (Zwischenspeicherung), dem Zugang, dem Empfang, dem Downloaden, dem Streaming, dem Senden, dem Teilen, der Darstellung, der Formatierung, der Spiegelung und der Weiterleitung von Texten, Bildern, Audios, Videos und Daten über Telekommunikationsnetzwerke, drahtlose Kommunikationsnetzwerke und über das Internet; Zur-Verfügung-Stellen eines Internet-Forums, von Online-Chat-Räumen und Online-Gemeinden für die Übertragung von Nachrichten unter Computernutzern; Zurverfügungstellen von Zugang zu Onlineverzeichnissen, Datenbanken, aktuellen Event-Websites und Blogs und zu Online-Referenzmaterialien; Zurverfügungstellen von Zugang zu Hilfsgeräten und elektronischen Geräten in der Form von Zurverfügungstellen von Telekommunikationskonnektivitäts-Dienstleistungen für die Übertragung von Bildern, Nachrichten, Audio-, visuellen, audiovisuellen und Multimediawerken unter E-Lesern, Mobiltelefonen, Smartphones, tragbaren elektronischen Geräten, tragbaren digitalen Geräten, Tablet-Computern oder Computern; Streaming von Audio-, visuellen und audiovisuellen Materialien über das Internet oder andere Computernetzwerke oder Kommunikationsnetzwerke; Zurverfügungstellen von Online-Chat-Räumen, Internet-Foren und Online-Gemeinden für die Übertragung von Fotos, Videos, Texten, Daten, Bildern und anderen elektronischen Werken; Übertragung von Podcasts, Übertragung von Webcasts; Bereitstellung des Zugriffs auf Online-Netzwerke, die Nutzer in die Lage versetzen, Inhalte, Fotos, Videos, Texte, Daten, Bilder und andere elektronische Werke, die sich auf Unterhaltung, einschließlich Filme, Fernsehen, audiovisuelle Werke, Musik, Audiowerke, Bücher, Theater, literarische Werke, Sportereignisse, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turniere, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerbe, visuelle Werke, Spiele, Spielbetriebe, Festivals, Museen, Parks, kulturelle Events, Konzerte, Veröffentlichungen, Animation, aktuelle Events, Mode und Multimediapräsentationen, Geschichte, Sprachen, freie Künste, Mathematik, Geschäftswesen, Wissenschaft, Technologie, Hobbies, Kultur, Sport, Kunst, Psychologie und Philosophie beziehen, mit anderen zu teilen;

Bereitstellen des Zugriffs auf eine Website, die Computernutzern die Möglichkeit gibt, Fotos, Videos, Texte, Daten, Bilder und andere elektronische Werke zu übertragen, zu cachen, zu erhalten, herunterzuladen, zu streamen, zu senden, zu zeigen, zu formatieren, weiterzuleiten und zu teilen; Bereitstellung von Online-Foren im Internet für Nutzer, um an Diskussionen teilzunehmen, um Feedback zu bekommen, um virtuelle Gemeinschaften zu schaffen und sich in sozialen Netzwerken zu engagieren; Bereitstellung des Zugriffs auf Online-Sozialnetzwerke; Bereitstellung des Zugriffs auf Websites für Zwecke der sozialen Netzwerke; Bereitstellung des Zugriffs auf Online-Computerdatenbanken und durchsuchbare Onlinedatenbanken im Bereich der sozialen Netzwerke; Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen im Bereich der sozialen Netzwerke; Bereitstellen des Zugriffs auf technische Informationen in Bezug auf Computersoftware und -hardware; Bereitstellen des Zugriffs auf Online-Netzwerke, die Nutzern ermöglichen, auf Inhalte, Texte, visuelle Werke, Audioterke, audiovisuelle Werke, literarische Werke, Daten, Akten, Dokumente und elektronische Werke zuzugreifen und sie zu teilen; Bereitstellen des Zugriffs auf eine Website, die Computernutzern die Möglichkeit gibt, Inhalte, Texte, visuelle Werke, Audioterke, audiovisuelle Werke, literarische Werke, Daten, Akten, Dokumente und elektronische Werke zu übertragen, zu cachen, zu erhalten, herunterzuladen, zu streamen, zu senden, zu zeigen, zu formatieren, weiterzuleiten und zu teilen; Vermietung von Zugriffszeiten auf nicht-herunterladbare Computersoftware und auf Online-Einrichtungen, die es Nutzern ermöglichen, auf Computersoftware zuzugreifen und sie herunterzuladen; Vermietung von Zugriffszeiten auf Online nicht-herunterladbare Computersoftware, die maßgeschneiderte Empfehlungen für Softwareanwendungen gestützt auf die Präferenzen der Nutzer generiert; Bereitstellen des Zugriffs auf eine soziale Netzwerk-Website für Unterhaltungszwecke;

Klasse 41: Veröffentlichungen von Büchern, Magazinen, Periodika, literarischen Werken, Publikationen von aufgezeichneten Audio-, Video- und audiovisuellen Werken, die nicht heruntergeladen werden können, über drahtlose Netzwerke; über Online-Portale angebotene Unterhaltungsdienstleistungen, im Bereich von Unterhaltung, Filmen, Fernsehen, audiovisuellen Werken, Musik, Audioterken, Büchern, Theater, literarischen Werken, Sportereignissen, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turnieren, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerben, visuellen Werken,

Sielen, Spielbetrieben, Festivals, Museen, Parks, kulturellen Events, Konzerten, Veröffentlichungen, Animation, aktuellen Events, Modeshows und Multimediapräsentationen; Bereitstellen von elektronischen Publikationen in Form von aufgezeichneten Audiowerken, audiovisuellen Werken und Multimediawerken, die Unterhaltung, Filme, Fernsehen, audiovisuelle Werke, Musik, Audiowerke, Bücher, Theater, literarische Werke, Sportereignisse, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turniere, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerbe, visuelle Werke, Spiele, Spielbetriebe, Festivals, Museen, Parks, kulturelle Events, Konzerte, Veröffentlichungen, Animation, aktuelle Events, Modeshows und Multimediapräsentationen zeigen, über das Internet oder andere Computernetzwerke oder Kommunikationsnetzwerke (nicht herunterladbar); Durchführung von Online-Computerspielen; Publikation von interaktiven Online-Geschichten (nicht herunterladbar); Auskünfte durch Online-Newsletter und Blogs, die sich mit Unterhaltung, Filmen, Fernsehen, audiovisuellen Werken, Musik, Audiowerken, Büchern, Theater, literarischen Werken, Sportereignissen, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turnieren, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerben, visuellen Werken, Spielen, Spielbetrieben, Festivals, Museen, Parks, kulturellen Events, Konzerten, Veröffentlichungen, Animation, aktuellen Events, Modeshows und Multimediapräsentationen befassen; Veröffentlichung von Auszügen aus Büchern, Periodika und literarischen Werken und Unterhaltung in virtuellen Umgebungen, in denen der Nutzer interaktiv auch zu Zwecken der Erholung oder Freizeit sein kann; Herausgabe und Veröffentlichung von Informationen, Nachrichten, Artikeln und Kommentaren im Bereich der Unterhaltung, einschließlich Filmen, Fernsehen, audiovisuellen Werken, Musik, Audiowerken, Büchern, Theater, literarischen Werken, Sportereignissen, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turnieren, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerben, visuellen Werken, Spielen, Spielbetrieben, Festivals, Museen, Parks, kulturellen Events, Konzerten, Veröffentlichungen, Animation, aktuelle Events, Modeshows und Multimediapräsentationen; Herausgabe und Veröffentlichung von Informationen, Nachrichten, Artikeln und Kommentaren im Bereich der Bildung und der Bildungsinstitutionen; Bildungsdienstleistungen in Form von Klassenraumunterricht und Online-Fernunterricht zu Themen aus aktuellen Ereignissen, Bildung Geschichte, Sprachen, freien Künsten, Mathematik, Geschäftswesen, Wissenschaft, Hobbies, Technologie, Kultur, Sport, Psychologie und



Philosophie; interaktive Bildungsdienstleistungen in Form von computerbasierten und computergestütztem Unterricht zu Themen aus aktuellen Ereignissen, Bildung, Geschichte, Sprachen, freien Künsten, Literatur, Mathematik, Geschäftswesen, Wissenschaft, Hobbies, Technologie, Kultur, Sport, Psychologie und Philosophie; Bildungs- und Unterhaltungsdienstleistungen in Form von Podcasts, Webcasts und fortlaufenden Programmen, die Nachrichten und Kommentare im Bereich von Filmen, Fernsehprogrammen, audiovisuellen Werken, Musik, Audiowerken, Büchern, Theater, literarischen Werken, Sportereignissen, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turnieren, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerben, visuellen Werken, Spielen, Sportbetrieben, Festivals, Museen, Parks, kulturellen Events, Konzerten, Veröffentlichungen, Animation, aktuellen Events, Mode und Multimediapräsentationen zeigen, die über das Internet oder andere Computernetzwerke oder Kommunikationsnetzwerke zugänglich sind; Veröffentlichungen von Druckereierzeugnissen;

Klasse 42: Erstellen von Software und von Homepages für Online-Netzwerke, die Nutzer in die Lage versetzen, Inhalte, Fotos, Videos, Texte, Daten, Bilder und andere elektronische Werke, die sich auf Unterhaltung, einschließlich Filme, Fernsehen, audiovisuelle Werke, Musik, Audiowerke, Bücher, Theater, literarische Werke, Sportereignisse, Erholungsaktivitäten, Freizeitaktivitäten, Turniere, Kunst, Tanz, Musicals, Ausstellungen, Sportinstruktionen, Clubs, Radio, Comedy, Wettbewerbe, visuelle Werke, Spiele, Spielbetriebe, Festivals, Museen, Parks, kulturelle Events, Konzerte, Veröffentlichungen, Animation, aktuelle Events, Mode und Multimediapräsentationen, Geschichte, Sprachen, freie Künste, Mathematik, Geschäftswesen, Wissenschaft, Technologie, Hobbies, Kultur, Sport, Kunst, Psychologie und Philosophie beziehen, mit anderen zu teilen; Hosting von Inhalten Dritter, von Fotos, Videos, Texten, Daten, Bildern, Websites und anderen elektronischen Werken; Bereitstellen von Suchmaschinen für das Internet; Erstellung und Gestaltung einer Website, die Computernutzern die Möglichkeit gibt, Fotos, Videos, Texte, Daten, Bilder und andere elektronische Werke zu übertragen, zu cachen, zu erhalten, herunterzuladen, zu streamen, zu senden, zu zeigen, zu formatieren, weiterzuleiten, und zu teilen; Bereitstellen von Suchmaschinen für das Internet in Form von Plattformen, die es Nutzern erlauben, Fotos, Videos, Texte, Daten, Bilder, elektronische Werke, Inhalte, visuelle Werke, Audiowerke, audiovisuelle Werke,

literarische Werke, Akten und Dokumente anzufordern und zu empfangen; interaktive Host-Dienstleistungen, die es Nutzern erlauben, ihre eigenen Fotos, Videos, Texte, Daten und Bilder online zu veröffentlichen und zu teilen; Erstellen von Websites zur Gründung von Online-Gemeinden für Nutzer, um an Diskussionen teilzunehmen, um Feedback zu bekommen, um virtuelle Gemeinschaften zu schaffen und sich in sozialen Netzwerken zu engagieren; Wartung und Aktualisierung von Software, die sich auf Computer, das Internet und Passwortsicherheit und Verhinderung von Computer-, Internet- und Passwortrisiken bezieht; Erteilung von Auskünften auf dem Gebiet der Astronomie, des Wetters, der Umwelt, der Raumgestaltung, der Technologie, der Computer, der Software, der Computerperipheriegeräte, der Computerhardware, der Geologie, des Ingenieurwesens, der Architektur, der Genealogie, der medizinischen Forschung und der Produktforschung und -tests über das Internet oder andere Computernetzwerke oder Kommunikationsnetzwerke; Programmierung und Gestaltung einer Website für Zwecke der sozialen Netzwerke; Erstellung von Online-Computerdatenbanksoftware und durchsuchbarer Onlinedatenbanksoftware im Bereich der sozialen Netzwerke; Erteilen von technischen Informationen im Bereich der sozialen Netzwerke; Design und Entwicklung von Computersoftware; Installation und Wartung von Computersoftware; Erteilen von technischen Informationen über eine Website in Bezug auf Computersoftware und -hardware; Beratungsdienstleistungen für Computerhardware, Software, Anwendungen (Software) und Netzwerke; Computerberatung; technische Fehlersuch- und Störungsbeseitigungsdienste für Computerhardware durch Fernwartung und Software; Programmierung von Computern; Dokumentendatentransfer von einem Computerformat zum anderen; Hosting von digitalen Inhalten auf globalen Computernetzwerken, drahtlosen Netzwerken und elektronischen Kommunikationsnetzwerken; Erstellen und Gestalten einer Website, die Computernutzern die Möglichkeit gibt, Inhalte, Texte, visuelle Werke, Audiowerke, audiovisuelle Werke, literarische Werke, Daten, Akten, Dokumente und elektronische Werke zu übertragen, zu cachern, zu erhalten, herunterzuladen, zu streamen, zu senden, zu zeigen, zu formatieren, weiterzuleiten und zu teilen; elektronische Speicherungen von elektronischen Medien, nämlich Bildern, Texten, Videos und Audiodaten; Sicherheitsdienstleistungen zum Schutz von illegalen Netzwerkzugriffen durch Überwachung und Kontrolle von computerisierten Daten sowie von Computersystemen und Netzwerken für

Sicherheitszwecke; Erstellen und Gestalten einer sozialen Netzwerk-Website für Unterhaltungszwecke;

Klasse 45: Von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend persönliche Bedürfnisse einschließlich Bekanntschafts- und Beziehungsvermittlung über das Internet oder andere Computernetzwerke oder Kommunikationsnetzwerke einschließlich sozialer Netzwerke; Partnerschaftsvermittlungsdienstleistungen.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 16. Oktober 2015 die Gefahr von Verwechslungen im Sinne von §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG verneint und den Widerspruch insgesamt zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, dass die angegriffene Marke ausgehend von durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auch bei identisch beanspruchten Waren und Dienstleistungen den unter diesen Umständen gebotenen deutlichen Zeichenabstand zur Widerspruchsmarke einhalte. Die vorhandenen Unterschiede reichten aus, um Verwechslungen auszuschließen. In ihrer Gesamtheit unterschieden sich die beiden Vergleichszeichen in allen für die Beurteilung des Gesamteindrucks wesentlichen Kriterien durch den zusätzlichen Bestandteil „slim“ der jüngeren Marke. Beide Zeichen seien Einwortmarken, die jeweils eine unterschiedliche Silbenanzahl als auch unterschiedliche Wortlängen aufweisen würden. Die Widerspruchsmarke bestehe aus vier Buchstaben und die jüngere Marke aus acht Buchstaben. Daher bestehe weder in klanglicher noch in schriftbildlicher Hinsicht eine relevante Ähnlichkeit. Die Widerspruchsmarke FIRE sei ein Begriff der englischen Sprache und bedeute „Feuer“. Die angegriffene Marke FIRESLIM setze sich aus den Bestandteilen „Fire“ und „slim“ zusammen. Das englische Wort „slim“ habe die Bedeutung von „dünn, schlank, schmal“. Die jüngere Marke könne daher mit „Feuerdünn/-schmal“ übersetzt werden, so dass auch in begrifflicher Hinsicht keine Zeichenähnlichkeit vorliege. Auch der beiden Zeichen gemeinsame Bestandteil „Fire“ begründe die Verwechslungsgefahr nicht, da der Verkehr ein Zeichen regelmäßig so auffasse, wie es ihm entgegentrete. Er habe keinen Anlass, die jüngere Marke in ihre Einzelbestandteile aufzuspalten und den nur in der jüngeren Marke enthaltenen Bestandteil

„slim“ zu vernachlässigen. Die von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätze der Prägetheorie seien für mehrgliedrige Kombinationsmarken entwickelt worden und könnten nicht ohne Weiteres auf eingliedrige, zusammengeschiedene Markenwörter übertragen werden. Nur ausnahmsweise, wenn der Verkehr aufgrund besonderer Umstände Veranlassung habe, das zu einem Wort zusammengesetzte Zeichen zergliedernd und nicht als einheitliche Bezeichnung aufzufassen, werde die sogenannte Prägetheorie auch auf Einwortmarken angewendet. Die hier angegriffene Marke sei jedoch nach der Verkehrsauffassung ein Fantasiewort, so dass es keinen Grund gebe, sie nicht als einheitliches Wort zu betrachten.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit ihrer Beschwerde. Entgegen der Auffassung der Markenstelle bestehe Verwechslungsgefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, da die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke durch intensive Benutzung gesteigert sei und die jeweils beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Wesentlichen identisch und im Übrigen hochgradig ähnlich seien. Die Widersprechende betreibe den größten Online-Shop der Welt. Die Marke „Fire“ werde für zahlreiche innovative Produkte im Bereich von Tablets, E-Readern, TV-Sticks und TV-Sets verwendet. Über die Produkte der Widersprechenden werde in der Presse intensiv berichtet. Die zu vergleichenden Zeichen seien hochgradig ähnlich, da der Bestandteil „slim“ der angegriffenen Marke beschreibend oder jedenfalls kennzeichnungsschwach sei. Auch im Zusammenhang mit technischen Produkten bedeute „slim“ auf Deutsch schlicht „schlank“. Die Anmelderin selbst benutze das Wort „slim“ zu Werbezwecken, um das schlanke und leichte Design der Waren hervorzuheben. Dementsprechend habe das BPatG die Eintragung der Zeichen „Optimal slim“ (25 W (pat) 199/95); „Slimduct“ (24 W (pat) 8/7) und „slimline“ (24 W (pat) 52/97) zurückgewiesen. Dabei sei nicht entscheidend, dass die beiden Bestandteile zusammengeschieden würden, da der Verkehr die beiden englischen Wörter „fire“ und „slim“ erkenne. Die Klammerwirkung sei zudem schwach, weil die beiden Bestandteile nicht ihrem Sinngehalt nach aufeinander bezogen seien. Darüber komme dem Bestandteil „fire“ in der Marke „fireslim“ eine selbstständig kennzeichnende Stellung zu. Die ältere Marke

sei zumindest normal kennzeichnungskräftig und die Widerspruchsmarke sei unverändert in das jüngere Zeichen übernommen worden, nur durch den beschreibenden Bestandteil „slim“ ergänzt. Daher werde der Verkehr den Begriff „slim“ abspalten und als Kombination mit der Widerspruchsmarke „FIRE“ wahrnehmen.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 16. Oktober 2015 in der Hauptsache aufzuheben, soweit der Widerspruch Marke 30 2011 048 617 zurückgewiesen worden ist und wegen dieses Widerspruchs die Löschung der Marke 30 2013 048 208 anzuordnen.

Der Markeninhaber hat sich im Beschwerdeverfahren nicht geäußert und keinen Antrag gestellt.

Die Widersprechende hat den hilfsweisen Antrag auf Durchführung der mündlichen Verhandlung mit Schriftsatz vom 29. November 2017 zurückgenommen, woraufhin der auf den 7. Dezember 2017 bestimmte Termin zur mündlichen Verhandlung aufgehoben worden ist. Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 vom 16. Oktober 2015, auf den Ladungszusatz des Senats vom 14. November 2017 sowie auf die Schriftsätze der Beteiligten und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die nach § 64 Abs. 6 Satz 1 i. V. m. § 66 Abs. 1 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde der Widersprechenden bleibt in der Sache letztlich doch ohne Erfolg. Zwischen den Vergleichsmarken besteht keine Verwechslungs-

gefahr im Sinne von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG, so dass die Markenstelle den Widerspruch zu Recht zurückgewiesen hat.

Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr für das Publikum ist nach ständiger Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofes als auch des Bundesgerichtshofes unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (vgl. hierzu z. B. EuGH GRUR 2010, 933 Rn. 32 – BARBARA BECKER; GRUR 2010, 1098 Rn. 44 – Calvin Klein/HABM; BGH GRUR 2012, 64 Rn. 9 – Maalox/Melox-GRY; GRUR 2012, 1040 Rn. 25 – pjur/pure; GRUR 2013, 833 Rn. 30 – Culinaria/Villa Culinaria; GRUR 2016, 382 Rn. 19 – BioGourmet). Von maßgeblicher Bedeutung sind insoweit insbesondere die Identität oder Ähnlichkeit der relevanten Vergleichsprodukte (Waren und/oder Dienstleistungen), die Identität oder Ähnlichkeit der Marken sowie die Kennzeichnungskraft und der daraus folgende Schutzzumfang der Widerspruchsmarke. Diese einzelnen Faktoren sind zwar für sich gesehen voneinander unabhängig, bestimmen aber in ihrer Wechselwirkung den Rechtsbegriff der Verwechslungsgefahr (vgl. dazu EuGH GRUR 2008, 343 Rn. 48 – Il Ponte Finanziaria Spa/HABM; BGH GRUR 2012, 64 Rn. 9 – Maalox/Melox-GRY; GRUR 2012, 1040 Rn. 25 – pjur/pure; siehe auch Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl., § 9 Rn. 41 ff. m. w. N.). Darüber hinaus können sich für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr weitere Faktoren entscheidungserheblich auswirken, wie u. a. etwa die Art der Ware, die im Einzelfall angesprochenen Verkehrskreise und daraus folgend die zu erwartende Aufmerksamkeit und das zu erwartende Differenzierungsvermögen dieser Verkehrskreise bei der Wahrnehmung der Kennzeichen. Nach diesen Grundsätzen besteht zwischen der angegriffenen Wortmarke „Fireslim“ und der älteren Widerspruchsmarke „Fire“ im maßgeblichen Zusammenhang mit den beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen keine Verwechslungsgefahr. Bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke hält das jüngere Zeichen auch bei identischen Waren und Dienstleistungen den zu fordernden Zeichenabstand in jeder Hinsicht ein.

1. Entgegen der Auffassung der Widersprechenden ist im relevanten Zeitpunkt nicht von einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen. Die originäre Kennzeichnungskraft wird durch die Eignung einer Marke bestimmt, sich unabhängig von der jeweiligen Benutzungslage als Unterscheidungsmittel für die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens bei den beteiligten Verkehrskreisen einzuprägen und die Waren und Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. BGH, GRUR 2016, 382 Rn. 31 – BioGourmet). Liegen diese Voraussetzungen vor, ohne dass konkrete Anhaltspunkte erkennbar sind, die für eine hohe oder geringe Kennzeichnungskraft sprechen, wovon bei den Widerspruchsmarken ohne Weiteres auszugehen ist, ist die Marke im Zeitpunkt der Eintragung grundsätzlich durchschnittlich kennzeichnungskräftig (Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 9 Rn. 137). Dabei kann der Umfang der gegenwärtigen Benutzung des Widerspruchsszeichens dahingestellt bleiben, da im Registerverfahren bei der Frage einer gesteigerten Kennzeichnungskraft einer Widerspruchsmarke grundsätzlich auf den Zeitpunkt der Anmeldung der angegriffenen jüngeren Marke abzustellen ist, wobei die Steigerung der Kennzeichnungskraft auch bis zum Zeitpunkt der Entscheidung fortbestehen muss (Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 9 Rn. 211 m. w. N.). Die Widersprechende hat die Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken zum Prioritätszeitpunkt der jüngeren Marke nicht ausreichend dargetan und glaubhaft gemacht. Die angegriffene Marke ist nur zwei Jahre und drei Monate nach dem Prioritätszeitpunkt der älteren Marke am 26. August 2013 angemeldet worden. Die Widersprechende hat weder die zu diesem Zeitpunkt erzielten Umsätze noch etwaige Werbeaufwendungen benannt. Soweit die Widersprechende sich darauf beruft, dass sie den größten Online-Shop der Welt betreibe, hat sie nicht vorgetragen, dass dies unter der Marke „Fire“ geschehe, so dass diese Tatsache für eine etwaige Steigerung der Kennzeichnungskraft ohne Relevanz ist. Die Behauptung, dass die Presse intensiv über die mit „Fire“ gekennzeichneten Produkte der Widersprechenden berichtet habe, genügt für sich genommen nicht für die Annahme einer gesteigerten Kennzeichnungskraft. Darüber hinaus sind die Presseartikel, die die Widersprechende zur

Glaubhaftmachung ihrer Behauptung vorgelegt hat, im Wesentlichen in einem Zeitraum vom 17. September 2015 bis zum 22. November 2015 veröffentlicht worden, während die angegriffene Marke bereits im August 2013 angemeldet worden war, so dass diese Veröffentlichungen keine Relevanz für die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zum Zeitpunkt der Anmeldung der angegriffenen Marke haben können.

2. Die von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren der Klasse 9 sind gegenüber den Waren, wie sie von der Widerspruchsmarke in Klasse 9 beansprucht werden, teilweise identisch. Es handelt sich im Wesentlichen um Computer (auch in Form von Tablets oder Laptops), Computerteile, Computerperipheriegeräte und entsprechende Speichermedien. Hinsichtlich der von der angegriffenen Marke beanspruchten „Kameras, Videocameras, Mobiltelefone und Flüssigkristall (LCD)-Fernsehgeräte“ besteht zumindest eine hochgradige Warenähnlichkeit, da die jeweiligen Funktionen der Geräte teilweise identisch sind bzw. die Geräte ergänzend genutzt werden können. Hinsichtlich der weiteren Waren der Klasse 9 und der Waren und Dienstleistungen, die von der angegriffenen Marke in den Klassen 35 und 38 beansprucht werden besteht teilweise eine mittlere, teilweise eine hochgradige, bis zur Identität reichende Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit, wobei der Grad der Ähnlichkeit im Einzelnen als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben kann, da eine Verwechslungsgefahr auch für identische Waren und Dienstleistungen nicht gegeben ist.

3. Soweit die Vergleichszeichen in ihrer Gesamtheit gegenübergestellt werden, besteht unter keinem Gesichtspunkt eine relevante Verwechslungsgefahr. Dabei ist die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüber stehender Marken nach deren Ähnlichkeit im Klang, im (Schrift-) Bild und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht wirken können (EuGH GRUR Int.



2010, 129 Rn. 60 – La Española/Carbonell; BGH GRUR 2009, 1055 Rn. 26 – airdsl). Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. EuGH GRUR Int. 2010, 129 Rn. 60 – La Española/Carbonell; BGH GRUR 2009, 1055 Rn. 26 – airdsl). Gemessen an diesen Maßstäben, heben sich die Vergleichszeichen sowohl klanglich als auch schriftbildlich durch die unterschiedliche Zeichenlänge markant voneinander ab. Während die angegriffene Marke (bei anzunehmender englischer Aussprache) aus zwei Sprechsilben und acht Buchstaben besteht, verfügt die Widerspruchsmarke nur über eine Sprechsilben und vier Buchstaben. In klanglicher Hinsicht unterscheiden sich die Vergleichsbezeichnungen in allen für den Gesamteindruck üblicherweise maßgeblichen Kriterien, wie Wortlänge, Silbenzahl, Sprechrhythmus und Vokalfolge deutlich. Entsprechendes gilt im schriftbildlichen Markenvergleich. Auch wenn die Widerspruchsmarke in vollem Umfang in der angegriffenen jüngeren Marke enthalten ist, heben sich die Vergleichszeichen angesichts der vorhandenen Unterschiede im klanglichen und im schriftbildlichen Gesamteindruck deutlich und damit ohne die Gefahr von Verwechslungen voneinander ab. Auch in begrifflicher Hinsicht bezeichnet der englische Begriff „fire“ (deutsch: Feuer) etwas anderes als der Fantasiebegriff „fireslim“, der keinen konkreten, sinnvollen Begriffsinhalt hat und sich nur sinngemäß mit „feuerschlank“ übersetzen lässt.

4. In Bezug auf die Beurteilung einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt einer Prägung der jüngeren Marke durch den Bestandteil „fire“ ist zunächst auf die zutreffende Ausführung im Beschluss der Markenstelle vom 16. Oktober 2015 zu verweisen. Bei der angegriffenen Marke handelt es sich um eine Einwortmarke, deren Bestandteile, nämlich „fire“ und „slim“, zu einem neuen Begriff zusammengefügt sind. Dieser neue Begriff lässt sich – wie oben dargelegt – nicht sinnvoll verstehen bzw. übersetzen und ist damit ein inhaltlich unbestimmter Fantasiebegriff, der allenfalls Anklänge und Assoziationen auslöst. Die

angegriffene Marke ist insoweit eine eher ungewöhnliche Zusammenfügung, weshalb sich den angesprochenen Verkehrskreisen ein auf einzelne beanspruchte Waren bezogener Aussagegehalt im Sinne von „slim“ bzw. „schlank/schmal“ nur bei einer analytischen Betrachtungsweise und erst nach mehreren Gedankenschritten erschließt. Das Deutsche Patent- und Markenamt hat letztlich zutreffend dargelegt, dass ein solches Zeichen vom angesprochenen Verkehr grundsätzlich als einheitliches Zeichen wahrgenommen wird, so dass insoweit kein Anlass besteht, einzelne Bestandteile des Zeichens zu vernachlässigen und den verbleibenden Bestandteil als prägend und somit allein kennzeichnend anzusehen. Dies gilt auch unter Berücksichtigung der Tatsache, dass das Wort „slim“ für sich genommen für einen Teil der von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren der Klasse 9 deutlich kennzeichnungsschwach ist. Waren wie „Notebooks“, „Tabletcomputer“ und „Laptops“ sind dafür bestimmt, vom Nutzer mitgeführt und an beliebigen Orten benutzt zu werden. Aus diesem Grund sind das Gewicht und das Volumen derartiger Geräte für die angesprochenen Verkehrskreise von besonderer Bedeutung. Für entsprechende Produkte wird daher seit Jahren das Wort „slim“ regelmäßig benutzt, um auf die besonders schlanke Bauweise eines Geräts hinzuweisen. Dabei erfolgt diese Benutzung teils markenmäßig, häufig aber auch rein beschreibend (auf die Rechercheergebnisse des Senats, die den Beteiligten mit dem Ladungszusatz vom 14. November 2017 übersandt worden sind, wird Bezug genommen). Insoweit hat die Widersprechende zu Recht auf Entscheidungen des Bundespatentgerichts hingewiesen, mit denen die Eintragung von mehrgliedrigen Zeichen mit dem Bestandteil „slim“ wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden ist, wobei zu berücksichtigen ist, dass dort in der Regel auch die weiteren Wortbestandteile der Wortzusammensetzungen sachbeschreibend waren. Insoweit besteht letztlich keine Vergleichbarkeit mit dem hier angegriffenen Zeichen. Dieses entfaltet als einheitliches Zeichen, d. h., als Einwortzeichen, dessen Bestandteile nicht durch schriftbildliche Besonderheiten, wie die Binnengroßschreibung oder Trennstriche voneinander abgegrenzt sind, und als nicht übersetzbarer Fantasiebegriff der englischen Sprache eine deutliche Klammerwirkung, so dass im Ergebnis nicht von einer gedanklichen Auf-

spaltung des Zeichens seitens des angesprochenen Verkehrs ausgegangen werden kann.

5. Es sind keine Anhaltspunkte dahingehend gegeben, dass der Bestandteil „Fire“ innerhalb der angegriffenen Marke eine selbstständig kennzeichnende Stellung haben könnte. Insbesondere liegt hier keine der Fallgruppen vor, bei denen unter diesem Gesichtspunkt eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne in Betracht gezogen werden könnte. Diese Rechtsfigur ist in der Rechtsprechung für den Fall entwickelt worden, dass ein mit der älteren Marke übereinstimmender Bestandteil identisch oder (sehr) ähnlich in eine komplexe prioritätsjüngere Marke aufgenommen wird, in der er neben einem Unternehmenskennzeichen oder einem Stammbestandteil eines Serienzeichens eine selbstständig kennzeichnende Stellung behält, und wenn wegen der Übereinstimmung dieses Bestandteils mit der älteren Marke bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen wird, dass die fraglichen Waren oder Dienstleistungen aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (vgl. EuGH, GRUR 2005, 1042 – THOMSON LIFE; BGH, GRUR 2006, 859 Rn. 18 – Malteserkreuz I; BGH, GRUR 2008, 258 Rn. 33 – INTERCONNECT/T-InterConnect; GRUR 2010, 833 Rn. 20 ff. – Malteserkreuz II; BGH GRUR 2008, 905 Rn. 38 ff. – Pantohexal). Bei dem Bestandteil „slim“ der jüngeren Marke handelt es sich aber weder um den Stammbestandteil einer vom Inhaber der angegriffenen Marke benutzten Zeichenserie noch um ein Unternehmenskennzeichen des Inhabers der angegriffenen Marke, so dass eine Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt einer selbstständig kennzeichnenden Stellung des Bestandteils „Fire“ offenkundig ausscheidet.

Der Antrag auf Durchführung der mündlichen Verhandlung war von der Widersprechenden zurückgenommen worden. Die Durchführung erschien auch aus Sicht des Senats nicht erforderlich, § 69 Nr. 1 und 3 MarkenG. Es bestand auch kein Anlass, der Widersprechenden weitere Hinweise mit der Gelegenheit zur weiteren

Stellungnahme zu geben. Zwar hat der Senat im Zusatz zur Ladung zum Termin vom 17. Dezember 2017 die vorläufige Auffassung (vorbehaltlich weiterer Beratung) geäußert, dass der Beschwerde der Widersprechenden eine Aussicht auf einen Teilerfolg nicht abgesprochen werden könne, wobei der Senat aber zudem darauf hingewiesen hat, dass es im Hinblick auf den Einwortcharakter der angegriffenen Marke um einen schwierigen Grenzfall handelt. Ausgehend davon musste die Widersprechende in der abschließenden Senatsberatung – wie vorliegend tatsächlich geschehen – auch mit einer vollständigen Zurückweisung ihrer Beschwerde rechnen. Der Senat hat im Übrigen seiner Entscheidung keine neuen tatsächlichen oder rechtlichen Gesichtspunkte zugrunde gelegt, die bis zur Rücknahme des Antrages auf Durchführung der mündlichen Verhandlung noch nicht in das Verfahren eingebracht worden waren.

### III.

#### **Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,

5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Knoll

Kriener

Dr. Nielsen

Fa