



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 524/20

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 30 2017 112 813**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 16. Mai 2024 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, der Richterin Butscher und der Richterin Fehlhammer

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 5, vom 16. Januar 2020 aufgehoben, soweit die Löschung der Eintragung der Marke 30 2017 112 813 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke UM 014 556 195 für folgende Waren angeordnet worden ist:

Klasse 5:

Diagnostikmittel und -materialien; Absorbierende Erzeugnisse für die Körperhygiene; Damenhygieneartikel; Diätetische Präparate und Nahrungsergänzungsmittel.

2. Der Widerspruch aus der Marke UM 014 556 195 wird zurückgewiesen, als er auf die Anordnung der Löschung der Eintragung der Marke 30 2017 112 813 für die unter Ziffer 1. genannten Waren gerichtet ist.
3. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

**Gründe:**

**I.**

Das am 13. Dezember 2017 angemeldete Zeichen

**Dr. Wolff's Lindasan**

ist am 23. Februar 2018 unter der Nummer 30 2017 112 813 als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister für Waren der Klassen 3, 5, 10, 25 und 30 eingetragen und am 29. März 2018 veröffentlicht worden.

Am 22. Juni 2018 wurde Widerspruch aus der Wortmarke UM 014 556 195

**LINDESA**

erhoben, die am 14. September 2015 angemeldet und am 9. Januar 2016 eingetragen worden ist. Sie ist derzeit für folgende Waren geschützt:

Klasse 3:

Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Haarwässer und Zahnputzmittel; Hautschutz-, Hautreinigungs- und Hautpflegemittel für nichtmedizinische Zwecke;

Klasse 5:

Hautschutz-, Hautreinigungs- und Hautpflegemittel für medizinische Zwecke; Desinfektionsmittel, pharmazeutische Erzeugnisse für die Dermatologie.

Der Widerspruch richtet sich gegen die Eintragung der Marke 30 2017 112 813 für folgende Waren

Klasse 3:

Körperpflegemittel; Körperreinigungs- und Körperpflegepräparate; Seifen und Gele; Haut-, Augen- und Nagelpflegemittel; Enthaarungs- und Rasiermittel;

Klasse 5:

Medizinische Präparate; veterinärmedizinische Präparate; Arzneimittel und natürliche Heilmittel; Diagnostikmittel und -materialien; Hygienepräparate und -artikel; Medizinische und desinfizierende Seifen sowie Detergenzien; Desinfektionsmittel und Antiseptika; Absorbierende Erzeugnisse für die Körperhygiene; Damenhygieneartikel; Diätetische Präparate und Nahrungsergänzungsmittel.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 5, besetzt mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes, hat mit Beschluss vom 16. Januar 2020 die Löschung der Eintragung der jüngeren Marke für die Waren der Klassen 3 und 5 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 014 556 195 angeordnet. Das Verfahren über einen weiteren Widerspruch wurde gemäß Ziffer 2. der Beschlussformel bis zur Rechtskraft der Entscheidung ausgesetzt.

Zur Begründung trägt die Markenstelle vor, dass zwischen den Marken Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG bestehe. Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei durchschnittlich. Umstände für eine Steigerung seien weder vorgetragen noch ersichtlich. Auch eine Schwächung komme nicht in Betracht, weil die Widerspruchsmarke weder lexikalisch nachweisbar, noch im maßgeblichen Warenbereich gebräuchlich sei. Zudem wirke sich eine möglicherweise bestehende Kennzeichnungsschwäche des Wortanfangs „LIND“ nicht auf den Schutzzumfang der Marke in ihrer Gesamtheit aus. Auch lägen

keine Anhaltspunkte für die Existenz vergleichbar gebildeter und im Verkehr benutzter Drittmarken vor. Die sich nach der Registerlage gegenüberstehenden Kollisionswaren seien teilweise identisch, teilweise mittel- bis geringgradig ähnlich. Auch wenn insbesondere bei nur wenig ausgeprägter Warenähnlichkeit bereits geringfügige Abweichungen der Marken genügen, um eine Verwechslungsgefahr ausschließen zu können, sei vorliegend der erforderliche Markenabstand zumindest in klanglicher Hinsicht nicht hinreichend eingehalten. In ihrer Gesamtheit unterschieden sich die Vergleichsmarken „Dr. Wolff's Lindasan“ und „LINDESA“ in klanglicher, schriftbildlicher oder begrifflicher Hinsicht zwar hinreichend. Der Gesamteindruck der angegriffenen Marke werde allerdings klanglich durch den Bestandteil „Lindasan“ geprägt. Bei dem Zusatz „Dr. Wolff's“ handele es sich um das Firmenschlagwort der Inhaberin der angegriffenen Marke, dessen Erkennbarkeit als Herstellerangabe sich bereits aus der Art der Zeichengestaltung ergebe. Zudem sei einigen Verbrauchern „Dr. Wolff's“ als Herstellerangabe bereits tatsächlich geläufig. Bei einer mit erkennbarem Firmennamen gebildeten Kombinationsmarke verlagere sich der prägende Charakter auf den anderen Markenteil, da der Verkehr Waren in der Regel nicht nach dem Namen des Herstellers oder Händlers unterscheide, sondern sich hinsichtlich des Einzelprodukts an anderen Kennzeichnungsmitteln - hier „Lindasan“ - orientiere, soweit diese nicht kennzeichnungsschwach seien. Klanglich stünden sich damit die Wörter „Lindasan“ und „LINDESA“ gegenüber, die gleiche Silbenanzahl und -gliederung sowie den gleichen Wortanfang „Lind“ aufwiesen. Die vorhandenen Unterschiede in der mittleren und der Endsilbe träten demgegenüber nicht so prägnant hervor, dass sie die weitgehend übereinstimmende Gesamtstruktur beider Markenwörter im Klangbild wesentlich beeinflussten. Soweit die Inhaberin der jüngeren Marke vortrage, „Lind-“ sei ein in Bezug auf die Waren der Klassen 3 und 5 verbrauchtes Präfix, das auf zarte, angenehme Eigenschaften der Produkte hinweise und in einer Vielzahl von eingetragenen Marken enthalten sei, sei dem nicht beizutreten. Denn eine Schwächung der maßgeblichen Kennzeichnungskraft durch Drittmarken könne nur durch benutzte Zeichen eintreten. Hinsichtlich der Benutzung der vorgetragenen Marken sei aber nichts bekannt, zudem sei in vielen

von ihnen schon aufgrund ihrer abweichenden Struktur das Präfix nicht als solches erkennbar. Auch werde es im Sinne von „zart, angenehm“ in der deutschen Sprache nur selten verwendet. Die Verwechslungsgefahr werde auch nicht durch den in der jüngeren Marke enthaltenen Vornamen „Linda“ reduziert, weil dieser nicht hinreichend erkennbar als solcher hervortrete.

Ausschließlich gegen die Anordnung der teilweisen Löschung der Eintragung der Marke 30 2017 112 813 richtet sich die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke. Ihrer Ansicht nach habe die Markenstelle zu Unrecht eine Verwechslungsgefahr bejaht. Zwar sei ihr darin zuzustimmen, dass von teilweiser Warenidentität auszugehen sei. Gleichwohl liege angesichts der weiteren in die Beurteilung einzubeziehenden Umstände eine Verwechslungsgefahr nicht vor. Insbesondere sei die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, die mit ihrem Bestandteil „LIND-“ ein Synonym für „warm, mild“ oder „wohltuend, sanft“ darstelle und damit vom Verkehr als Hinweis darauf, dass etwa „abgemildert“ wird, verstanden werde, nur schwach bis allenfalls durchschnittlich. Insoweit sei nicht nur auf die Rechtsprechung zur Schwächung der Kennzeichnungskraft durch benutzte Drittmarken abzustellen, wie es die Markenstelle ausschließlich getan habe. Vielmehr gehe es in erster Linie darum, dass der gemeinsame Bestandteil „Lind“ bzw. „LIND“ dergestalt auf die Eigenschaften der Produkte hinweise, dass diese zart, angenehm, sensitiv oder lindernd seien. Dies werde durch die im Amtsverfahren überreichte Auflistung von Drittmarken mit dem Bestandteil „lind“ aufgezeigt. Ergänzend werde mit den beigebrachten Internetfundstellen belegt, dass im Kosmetikbereich zahlreiche Bezeichnungen im Gebrauch seien, deren Bestandteil „lind“ den Zweck eines Produkts (zart/lindernd) zum Ausdruck bringe. Doch selbst bei (irriger) Zugrundelegung einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke fehle es für die Annahme einer Verwechslungsgefahr an einer ausreichenden Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken „Dr. Wolff's Lindasan“ und „LINDESA“. Entgegen der Auffassung der Markenstelle trete der Wortanfang „Dr. Wolff's“ bei der angegriffenen Marke nicht in den Hintergrund, jedenfalls nicht in einer Art und

Weise, dass er für den Verbraucher an Bedeutung verliere und zum Gesamteindruck der Zeichen nicht beitrage. Nachdem dieser Bestandteil am Zeichenanfang stehe, präge er die Gesamtmarke zumindest mit. Dem könne nicht entgegengehalten werden, dass es sich bei „Dr. Wolff’s“ um einen Firmennamen oder ein Firmenschlagwort handele, da er bzw. es nicht zwingend als solcher bzw. solches erkennbar sei. Vielmehr könne es sich auch um den Namen eines namensgleichen Arztes handeln. Zudem seien die Elemente „Dr. Wolff’s“ und „Lindasan“ aufgrund der Genitivform und der damit verbundenen Klammerwirkung eine feste begriffliche Einheit. Die Verbraucher hätten insoweit keinen Anlass, in dem Gesamtgefüge zwei selbständige Zeichen zu sehen. Selbst wenn von einer Prägung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke durch „Lindasan“ ausgegangen werde, hielten die Zeichen „Lindasan“ und „LINDESA“ aufgrund der unterschiedlichen Mittelvokale und Endungen einen ausreichenden schriftbildlichen und phonetischen Abstand zueinander ein. Trotz überwiegend identischer Buchstaben sei schriftbildlich eine unterschiedliche Reihung und klanglich eine unterschiedliche Betonung der Silben in der Mitte und am Ende der Zeichen gegeben. Zudem sei wiederum zu berücksichtigen, dass „Lind“ bzw. „LIND“ ein in Bezug auf die Waren der Klassen 3 und 5 verbrauchtes, zumindest aber ein geschwächtes Präfix sei. Ungeachtet dessen sei zu berücksichtigen, dass es sich bei den Vergleichswaren um gesundheitsbezogene Produkte handele, bei deren Erwerb die angesprochenen Verbraucher bekanntermaßen ein höheres Maß an Aufmerksamkeit an den Tag legten. Auch eine Verwechslungsgefahr durch gedankliche Verbindung scheidet aus, weil es für die Rechtsfigur der selbständig kennzeichnenden Stellung, die einen Ausnahmefall darstelle, zum einen an der Übernahme eines mit der Widerspruchsmarke identischen Zeichens fehle und zum anderen die genitivische Einbindung einer selbständig kennzeichnenden Stellung entgegenstehe. Dies habe das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum sowohl in der Ausgangs- als auch in der Beschwerdeinstanz hinsichtlich eines Widerspruchs aus der hiesigen älteren Marke gegen die Anmeldung einer Unionsmarke, die mit der streitgegenständlichen jüngeren Marke identisch ist, festgestellt.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt sinngemäß,

1. den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 5, vom 16. Januar 2020 aufzuheben, soweit die Löschung der Eintragung der Marke 30 2017 112 813 aufgrund des Widerspruchs aus der Marke UM 014 556 195 angeordnet worden ist

und

2. den Widerspruch aus der Unionsmarke 014 556 195 zurückzuweisen.

Hilfsweise regt sie die Zulassung der Rechtsbeschwerde an, da höchstrichterlich nicht geklärt sei, unter welchen Umständen bei Vorliegen einer vorangestellten Herstellerbezeichnung in der Genitivform der nachfolgende Bestandteil seine selbständig kennzeichnende Stellung behalte. Des Weiteren sei die Zulassung der Rechtsbeschwerde angezeigt zur Frage, ob dann, wenn

- die ältere Marke aus sieben Buchstaben,
- der angeblich produktidentifizierende Bestandteil der jüngeren Kombinationsmarke aus acht Buchstaben bestehe und
- der jeweils fünfte Buchstabe unterschiedlich sei,

von einer ausreichenden Zeichenähnlichkeit ausgegangen werden könne, um eine selbständig kennzeichnende Stellung des angeblich produktidentifizierenden Bestandteils der jüngeren Kombinationsmarke bejahen zu können.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.



Im Wesentlichen verweist sie auf die Ausführungen in dem angefochtenen Beschluss. Insbesondere habe die Markenstelle zu Recht festgestellt, dass der Zeichenbestandteil „Dr. Wolff’s“ für die angesprochenen Verkehrskreise in einer Weise zurücktrete, dass er im Gesamteindruck vernachlässigt werde. Bei „Dr. Wolff’s“ handele es sich um einen in Deutschland bekannten Unternehmenshinweis. Die „Dr. Wolff’s“-Gruppe sei ein im Bereich der Arzneimittel und der Kosmetik aktives Unternehmen in Bielefeld. Eines der bekanntesten Produkte sei die „Dr. Wolff’s Biorepair Zahncreme“, die intensiv im TV, Radio und Anzeigen beworben werde. Die angesprochenen Verbraucher würden daher in der Marke „Dr. Wolff’s Lindasan“ unmittelbar den Firmennamen „Dr. Wolff’s“ erkennen und sie im Sinne von „Lindasan“ von dem Unternehmen „Dr. Wolff“ verstehen. Aufgrund des großen Produktangebots des Unternehmens „Dr. Wolff“ sei davon auszugehen, dass die Verkehrskreise die Waren gerade nicht nach dem Namen des Herstellers unterschieden, sondern sich in Bezug auf das jeweilige Einzelprodukt lediglich an den anderen Kennzeichnungsmitteln orientierten. Selbst wenn nicht von einer Prägung des Gesamteindrucks durch den Bestandteil „Lindasan“ ausgegangen werde, komme diesem zumindest eine selbständig kennzeichnende Stellung zu. In beiden Fällen verlagere sich die Frage der Ähnlichkeit der Marken auf die Bestandteile „Lindasan“ und „LINDESA“. Bei durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und identischen oder hochgradig ähnlichen Vergleichswaren sei der gebotene Abstand nicht mehr ausreichend. Vor dem Hintergrund der überwiegenden Übereinstimmungen der Zeichen sei eine hochgradige schriftbildliche und klangliche Ähnlichkeit gegeben. Insbesondere sei der Bestandteil „Lind“ bzw. „LIND“ nicht als sprachüblich im Zusammenhang mit Kosmetika oder Medikamenten anzusehen. „Lindasan“ und „LINDESA“ seien Phantasiebegriffe. Zudem handele es sich bei den Vergleichswaren nicht ausschließlich um Produkte, denen die Verbraucher ein höheres Maß an Aufmerksamkeit entgegenbrächten, sondern um einfache und alltägliche Körperpflegemittel, wie Seifen, Deos, Rasierschaum oder freiverkäufliche Arzneimittel, wie Vitaminpräparate.

Mit gerichtlichem Schreiben vom 9. August 2021 hat der Senat die Beteiligten darüber informiert, dass nach vorläufiger Beurteilung der Sach- und Rechtslage eine Verwechslungsgefahr nur im Hinblick auf die identischen Kollisionswaren zu bejahen sei, so dass die Beschwerde teilweise Aussicht auf Erfolg habe.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Beteiligten, den rechtlichen Hinweis des Senats nebst Recherchematerialien und den übrigen Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die beschränkt gegen die Anordnung der teilweisen Löschung der Eintragung der Marke 30 2017 112 813 eingelegte Beschwerde ihrer Inhaberin ist statthaft gemäß §§ 64 Abs. 6 Satz 1 i. V. m. 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG und auch im Übrigen zulässig. Sie hat in der Sache Erfolg, soweit sie gegen die Löschung der Eintragung der besagten Marke für die beschwerdegegenständlichen Waren gerichtet ist, die lediglich im Ähnlichkeitsbereich zu den Waren der Widerspruchsmarke liegen. Insoweit lässt sich eine Verwechslungsgefahr einschließlich der Gefahr einer gedanklichen Verbindung nicht feststellen. Keinen Erfolg hat das Rechtsmittel jedoch, als mit ihm die Aufhebung der Löschung für identische Waren begehrt wird, da in diesem Umfang eine Verwechslungsgefahr besteht.

1. Im Laufe des Widerspruchsverfahrens haben sich die hierfür maßgeblichen Vorschriften des Markengesetzes mit Wirkung zum 14. Januar 2019 geändert. Eine für die Beurteilung des Streitfalls maßgebliche Änderung der Rechtslage folgt daraus nicht. Da die angegriffene Marke am 13. Dezember 2017 und damit zwischen dem 1. Oktober 2009 sowie dem 14. Januar 2019 angemeldet wurde, ist gemäß § 158 Abs. 3 MarkenG auf den gegen die Eintragung erhobenen Widerspruch § 42 Abs. 1 und 2 MarkenG in der vor dem 14. Januar 2019 geltenden

Fassung (MarkenG a. F.) anzuwenden. Für Widersprüche aus prioritätsälteren Unionsmarken ist der durch das 2. Patentrechtsmodernisierungsgesetz mit Wirkung zum 1. Mai 2022 geänderte § 119 Nr. 1 und 4 MarkenG maßgeblich, der mangels Übergangsvorschriften auch für laufende Verfahren gilt.

2. 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; GRUR 2019, 173 - Combit/Commit). 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). Darüber hinaus können für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr weitere Faktoren entscheidungserheblich sein, wie u. a. etwa die Art der Waren oder der Dienstleistungen, die im Einzelfall angesprochenen Verkehrskreise und daraus folgend ihre zu erwartende Aufmerksamkeit sowie ihr Differenzierungsvermögen bei der Wahrnehmung der Kennzeichen.

Nach diesen Grundsätzen besteht zwischen der angegriffenen Marke „Dr. Wolff's Lindasan“ und der Widerspruchsmarke „LINDESA“ teilweise Verwechslungsgefahr gemäß §§ 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG a. F. i. V. m. §§ 9 Abs. 1 Nr. 2, 119 Nr. 1 MarkenG.

a) In Übereinstimmung mit der Markenstelle ist von durchschnittlicher Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.

(1) Die originäre Kennzeichnungskraft wird bestimmt durch die Eignung der Marke, 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. EuGH GRUR 2010, 1096 Rn. 31 - BORCO/HABM; BGH GRUR 2017, 75 Rn. 19 - Wunderbaum II). Dabei ist auf die Eigenart der Marke in Klang, Bild und Bedeutung abzustellen. Diese Eignung fehlt oder ist zumindest erheblich eingeschränkt, wenn die Widerspruchsmarke einen die geschützten Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Sinngehalt aufweist oder sich an eine die fraglichen Waren und/oder Dienstleistungen beschreibende Angabe anlehnt (vgl. BGH WRP 2015, 1358 Rn. 10 - ISET/ISETsolar; GRUR 2012, 1040 Rn. 30 f. - pjur/pure).

Letzteres lässt sich in Bezug auf die Widerspruchsmarke nicht feststellen. „LINDESA“ ist, wie die Markenstelle zu Recht ausgeführt hat, weder ein lexikalisch verzeichneter noch ein im Sprachgebrauch üblicher Begriff. Soweit die Inhaberin der angegriffenen Marke eine Schwächung der Kennzeichnungskraft darin begründet sieht, dass die Widerspruchsmarke den Bestandteil „LIND“ enthält, der einen Hinweis auf „lindern“ oder „Linderung“ und damit eine die in Rede stehenden Waren beschreibende Bedeutung vermitteln kann, kann ihr nicht gefolgt werden. Denn abgesehen davon, dass ein möglicher beschreibender Gehalt eines einzelnen Bestandteils nicht die Kennzeichnungskraft der Gesamtbezeichnung schwächt (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Auflage, § 9 Rn. 190), tritt „LIND“ nicht als eigenständiger Wortteil in der Gesamtbezeichnung „LINDESA“ hervor, sondern verschmilzt mit der weiteren Buchstabenfolge „ESA“ zu einem einheitlichen Phantasiewort. Daher stellt sich die Widerspruchsmarke in ihrer Gesamtheit nicht als bloße Abwandlung einer beschreibenden Angabe dar, sondern allenfalls als sprechendes Zeichen oder als Zeichen mit einem teilweise beschreibenden

Anklang, der nur durch eine gewisse analysierende, zergliedernde Betrachtung erkennbar ist und der Annahme einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft nicht entgegensteht (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Auflage, § 9 Rn. 142).

(2) Die Kennzeichnungskraft der älteren Marke ist auch nicht wegen ähnlicher Drittmarken geschwächt.

(a) Drittmarken, deren Benutzung im Verkehr weder gerichtsbekannt noch unstreitig ist, vermögen zwar die Kennzeichnungskraft einer Marke nicht unmittelbar zu schwächen, sie können aber ein Indiz für einen von Haus aus bestehenden Originalitätsmangel sein. Allerdings bedarf es für einen solchen Rückschluss aus dem bloßen Registerstand einer erheblichen Anzahl ähnlich gebildeter Zeichen im engsten Ähnlichkeitsbereich (vgl. BGH GRUR 2012, 930, Rn. 34 - Bogner B/Barbie B). Dem genügt die von der Inhaberin der angegriffenen Marke im Amtsverfahren als Anlage zum Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 vorgelegte Auflistung von eingetragenen Marken nicht, weil diese der Widerspruchsmarke überwiegend nicht nahe genug kommen. Teilweise handelt es sich um grafisch ausgestaltete Wort-/Bildmarken, teilweise um Marken, in denen die Buchstabenfolge „lind“ Bestandteil eines Eigennamens ist (Lindy, Linda, Lindsay, Lindstrom, Lindbergh, lindemann, Lindner, Linde AG), auf den Laubbaum Linde hinweist (Linderhof, Linden-Apotheke, Linde) oder aber zu anderen Kunstworten verschmolzen ist (Lindor, LINDEX, LINDEVO). Aus dieser heterogenen Zusammenstellung von Kennzeichnungen, in denen die besagte Buchstabenfolge in unterschiedlichster Art und Weise enthalten ist, lässt sich eine originäre Kennzeichnungsschwäche nicht ableiten.

(b) Benutzte Drittmarken oder Kennzeichnungen können die Kennzeichnungskraft einer Marke zwar schwächen, weil der Verkehr durch sie an das Nebeneinander mehrerer ähnlicher Marken gewöhnt sein kann, so dass er ihnen nur sehr eingeschränkt einen betrieblichen Herkunftshinweis entnimmt. Von einem derartigen Gewöhnungseffekt kann vorliegend jedoch nicht ausgegangen werden. Denn die von der Inhaberin der angegriffenen Marke im Beschwerdeverfahren als Anlage HRM 1 zum Schriftsatz vom 20. März 2023 vorgelegten Verwendungsbeispiele zeigen zwar „lind“ als Bestandteil von Kosmetikkennzeichnungen. Allerdings ist er entweder durch Leerzeichen, andere Schriftart, Bindestrich oder Binnengroßschreibung grafisch abgesetzt von den weiteren Elementen oder aber als Endsilbe mit weiteren sachbezogenen Bezeichnungen kombiniert (Multilind, Hydrolind, Sensilind). In diesen Fällen tritt die Buchstabenfolge „lind“ innerhalb der Kombinationszeichen jeweils wesentlich deutlicher in seiner adjektivischen Bedeutung in Erscheinung als in der Widerspruchsmarke, in der sie in die beiden Silben „lin“ und „de“ aufgegliedert ist und in einer neuen Begrifflichkeit aufgeht. Sie wird - anders als in den vorgelegten Verwendungsbeispielen - nicht ohne Weiteres als das eigenständige Wort „lind“ wahrgenommen. Angesichts dieser gravierenden Unterschiede in der Markenbildung kann die Verwendung der angeführten Drittmarken keine Schwächung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke bewirken.

b) Die kollisionsrelevanten Waren der Klassen 3 und 5 sind teilweise identisch, teilweise ähnlich.

(1) Identität besteht, wie von der Markenstelle zutreffend festgestellt, zunächst im Hinblick auf die beiderseitig beanspruchten Waren der Klasse 3, weil die für die Widerspruchsmarke eingetragenen Waren diejenigen der angegriffenen Marke oberbegrifflich umfassen. Dasselbe gilt hinsichtlich der Waren „Medizinische Präparate; veterinärmedizinische Präparate; Arzneimittel und natürliche Heilmittel“ der angegriffenen Marke und den „pharmazeutischen Erzeugnissen für die

„Dermatologie“ der Widerspruchsmarke in Klasse 5, weil letztere eine bestimmte Unterart der medizinischen oder veterinärmedizinischen Präparate sowie der Arznei- bzw. Heilmittel darstellen und gleichermaßen für die Anwendung am Menschen oder am Tier bestimmt sein können.

Wortidentisch beansprucht sind des Weiteren „Desinfektionsmittel und Antiseptika“ (angegriffene Marke) und „Desinfektionsmittel“ (Widerspruchsmarke). Unter letztere wiederum sind „Hygienepräparate und -artikel“, für die die jüngere Marke eingetragen ist, subsumierbar. Identität ist schließlich auch gegeben zwischen „medizinische und desinfizierende Seifen sowie Detergenzien“ (angegriffene Marke) und „Hautschutz-, Hautreinigungs- und Hautpflegemittel für medizinische Zwecke“ (Widerspruchsmarke). Als Reinigungsmittel können Detergenzien auch auf der Haut zum Einsatz kommen.

(2) Nicht von der Widerspruchsmarke identisch umfasst sind damit die für die angegriffene Marke eingetragenen Waren „Diagnostikmittel und -materialien; Absorbierende Erzeugnisse für die Körperhygiene; Damenhygieneartikel; Diätetische Präparate und Nahrungsergänzungsmittel“, die allenfalls im Ähnlichkeitsbereich zu den Produkten der älteren Marke liegen.

c) Inwieweit eine über die Warenidentität hinausgehende Warenähnlichkeit besteht und in welchem Grad, kann jedoch dahinstehen, weil aufgrund der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Marken eine Verwechslungsgefahr nur in Verbindung mit identischen Waren zu erwarten ist.

(1) Entgegen der Auffassung der Markenstelle geht der Senat nicht von einer unmittelbaren Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2, 1. Halbsatz, MarkenG aus. Denn die Vergleichsmarken „Dr. Wolff's Lindasan“ und „LINDESA“ kommen sich weder in ihrer jeweiligen Gesamtheit noch in ihrem Gesamteindruck so nahe,

dass zu befürchten wäre, dass beide Zeichen für dasselbe gehalten würden. So unterscheiden sie sich in ihrer Gesamtheit in Klang, Schriftbild und Bedeutung insbesondere durch den in der angegriffenen Marke enthaltenen Bestandteil „Dr. Wolff’s“, der keinerlei Entsprechung in der Widerspruchsmarke hat.

Zwar schließt der Grundsatz, dass die sich gegenüberstehenden Zeichen zunächst in ihrer Gesamtheit zu vergleichen sind, nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile eines zusammengesetzten Zeichens für den durch die Marke im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen Gesamteindruck prägend sein und insoweit eine rechtlich relevante Verwechslungsgefahr begründen können (vgl. BGH GRUR 2009, 484 Rn. 32 - Metrobus; GRUR 2012, 64 Rn. 15 - Maalox/Melox-GRY; GRUR 2013, 833 Rn. 45 - Culinaria/Villa Culinaria; GRUR 2019, 1058 Rn. 34 - KNEIPP). Nach diesen Grundsätzen ist vorliegend jedoch nicht davon auszugehen, dass das angegriffene Zeichen vom Verkehr auf den Bestandteil „Lindasan“ reduziert wird und ihm deshalb eine die Marke prägende Wirkung zuzusprechen wäre. Für die Annahme der Markenstelle, dass es sich bei der vorangestellten Bezeichnung „Dr. Wolff’s“ um den durch die Genitivbildung problemlos erkennbaren Firmennamen der Inhaberin der angegriffenen Marke handele und in einer Kombination aus einem solchen sowie einem weiteren Bestandteil diesem eine prägende Bedeutung beizumessen sei, spricht, dass sich der Verkehr in diesen Fällen in der Regel an der eigentlichen Produktkennzeichnung als Unterscheidungsmittel orientiert. Allerdings ist von einem Zurücktreten eines Unternehmenskennzeichens nicht schematisch auszugehen, vielmehr sind die Umstände des Einzelfalls zu würdigen (vgl. BGH GRUR 2002, 342, 345 - ASTRA/ESTRA-PUREN; GRUR 2008, 258 - INTERCONNECT/T-Interconnect). Insofern ist vorliegend zwar einerseits zu berücksichtigen, dass es jedenfalls im Bereich der Arzneimittel weit verbreitet ist, einen produktkennzeichnenden Bestandteil mit einem Unternehmens- oder Firmenkennzeichen zu kombinieren, woran der angesprochene Verkehr ausreichend gewöhnt ist (vgl. BGH GRUR 1998, 815 - Nitrangin). Auch ist angesichts des namensmäßigen Charakters des Bestandteils „Dr. Wolff“ ein



Verständnis als Unternehmenskennzeichnung selbst dann naheliegend, wenn das Unternehmen dem angesprochenen Verkehr nicht bekannt ist. Andererseits ist aber gerade bei Arzneimittelbezeichnungen aus Gründen der Sicherheit mit einer auf einen Bestandteil verkürzten Wiedergabe weniger zu rechnen (vgl. BGH GRUR 1995, 50, 53 - Indorektal/Indohexal). Insoweit neigt der angesprochene Verkehr regelmäßig eher nicht dazu, aus Gründen der Vereinfachung die Marke nur mit einem Einzelelement zu benennen und die Herstellerangabe ganz außer Acht zu lassen. Vorliegend spricht neben deren Positionierung am Markenanfang auch der Dokortitel dafür, dass ihr zumindest ein nennenswerter Teil des Verkehrs eine besondere Bedeutung beimisst. Auch bewirkt die von der Inhaberin der angegriffenen Marke wiederholt angesprochene Genitivform eine gewisse Zusammengehörigkeit der Bestandteile „Dr. Wolff’s“ und „Lindasan“, die nicht erwarten lässt, dass der Verkehr nur letzteren in sein Erinnerungsbild aufnimmt und ersteren gänzlich vernachlässigt (ebenso BGH GRUR 2008, 258 - INTERCONNECT/T-InterConnect; GRUR 2012, 635 - METRO/ROLLER’s Metro). Nicht zuletzt ist auch angesichts des großemäßigen Gleichgewichts beider Bestandteile sowie der überschaubaren Länge der Gesamtmarke nicht zwingend mit einer Verkürzung zu rechnen. Im Ergebnis ist daher davon auszugehen, dass die Herstellerangabe „Dr. Wolff’s“ beachtet und der Wortbestandteil „Lindasan“ nicht herausgegriffen wird. Ihm kann daher keine den Gesamteindruck der angegriffenen Marke allein prägende Funktion zuerkannt werden.

(2) Allerdings lässt vorliegende Fallkonstellation befürchten, dass beide Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht und somit gemäß § 9 Abs. 1, Nr. 2, 2. Halbsatz, MarkenG verwechselt werden. Hiervon ist unter anderem dann auszugehen, wenn ein mit einer älteren Marke übereinstimmender Bestandteil identisch oder ähnlich in eine jüngere komplexe Marke übernommen wird, in der dieser Bestandteil neben einem Unternehmenskennzeichen oder einem Serienzeichen des Inhabers der jüngeren Marke eine selbständige Stellung behält und wegen der Übereinstimmung dieses Bestandteils mit der älteren Marke bei den

angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen wird, dass die fraglichen Waren oder Dienstleistungen zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 Rn. 28 f. - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2010, 646 Rn. 15 - OFFROAD).

Diese Gefahr einer Fehlzuordnung ist vorliegend gegeben.

(a) Die Widerspruchsmarke „LINDESA“ und der produktkennzeichnende Bestandteil „Lindasan“ der jüngeren Marke sind hochgradig ähnlich, was entgegen der im parallelen Widerspruchsverfahren auf Unionsebene geäußerten Ansicht des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum nach höchstrichterlicher Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs wie auch nach der des Gerichts der Europäischen Union ausreichend für die Annahme einer selbständig kennzeichnenden Stellung ist (vgl. BGH GRUR 2008, 258 - INTERCONNECT/T-InterConnect; GRUR 2010, 833 - Malteserkreuz II; EuG GRUR Int 2010, 722 - Golden Eagle/Golden Eagle Deluxe; BeckRS 2011, 142178 - POLO SANTA MARIA). Hierfür spricht, dass Abweichungen innerhalb einzelner Elemente mehrgliedriger Kennzeichnungen in der Regel weniger ins Gewicht fallen, weil sich der Verkehr nicht an sämtliche Einzelheiten der Bestandteile komplexer Kennzeichnungen erinnern kann. Vorliegend sind die jeweiligen Wortanfänge „Lind“ bzw. „LIND“ und die nach einem abweichenden Mittelvokal („E“ und „a“) folgende Buchstabenkombination „sa“ bzw. „SA“ identisch. Die Widerspruchsmarke und der Bestandteil „Lindesan“ auf Seiten der jüngeren Marke stimmen damit in sechs von sieben bzw. acht Buchstaben, also weitgehend vollständig überein. Insbesondere in schriftbildlicher Hinsicht überwiegen diese Übereinstimmungen die Abweichungen, die sich erst in den zweiten Wortteilen und damit an grundsätzlich weniger beachteten Positionen befinden, erheblich. Die bereits erwähnten unterschiedlichen Mittelvokale „a“ bzw. „e“ an fünfter Stelle der Markennamen sind bei verkehrsüblicher Wiedergabe der Widerspruchsmarke in der orthografisch üblichen Schreibweise mit großem Anfangs- und nachfolgenden Kleinbuchstaben

(zur Zeichenidentität bei Groß- und Kleinschreibung vgl. BGH GRUR 2015, 607 - ROLEX/Rolex; Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Auflage, § 9 Rn. 311) angesichts ihrer nahezu übereinstimmenden rundlichen Umrisscharakteristik zumindest bildlich äußerst ähnlich („Lindesa“ gegenüber „Lindasan“). Der abweichende zusätzliche Endkonsonant „n“ des Elements „Lindasan“ der angegriffenen Marke eignet sich durch seine Stellung am Wortende nicht dazu, einen signifikanten Zeichenabstand herzustellen, weil Unterschiede am Wortende erfahrungsgemäß gerne übersehen bzw. gar nicht wahrgenommen werden (vgl. BGH GRUR 2011, 826 Rn. 25 f. - Enzymax/Enzymix; BPatG 25 W (pat) 519/20 - LIVELL/A´livella). Damit erwecken die Widerspruchsmarke und der auf Seiten der jüngeren Marke zu berücksichtigende Bestandteil „Lindasan“ nahezu den gleichen bildlichen Eindruck.

(b) Die beiden Komponenten „Dr. Wolff’s“ und „Lindasan“ sind zwar aufgrund der Genitivform der Erstgenannten miteinander verbunden. Dies verhindert jedoch nicht, dass sie vom Verkehr weiterhin als eigenständige Begriffe im Rahmen einer Gesamtkennzeichnung wahrgenommen werden. Denn weder sind sie formal so miteinander verknüpft, dass sie als unabhängige Elemente nicht mehr zu erkennen wären, wie es etwa bei einer Einwortmarke der Fall sein könnte, noch sind sie inhaltlich zu einem neuen Gesamtbegriff verschmolzen, der einen über die Summe der Einzelelemente hinausgehenden Bedeutungsgehalt vermittelt. Vielmehr erscheint die jüngere Marke als mehrteilige, aber zusammengehörige Kennzeichnung, in der der Begriff „Lindasan“ die Funktion der eigentlichen Produktkennzeichnung ausübt.

Seiner selbständigen Stellung steht die von der Inhaberin der angegriffenen Marke insbesondere im Zusammenhang mit der Widerspruchsmarke geltend gemachte Kennzeichnungsschwäche der Buchstabenfolge „Lind“ nicht entgegen. Denn zum einen dürfte dessen Bedeutung eines Synonyms für „warm, mild“ angesichts der vornehmlichen Verwendung in der Lyrik überwiegenden Teilen der angesprochenen

Endverbraucher nicht allgemein geläufig sein (vgl. Online-Wörterbuch DWDS unter „<https://www.dwds.de>“ als Anlage 1 zum gerichtlichen Hinweis vom 9. August 2021). Zum anderen bedarf es für ein derartiges Verständnis zunächst eines HerauslöSENS des Wortteils „lind“ aus dem Wort „Lindasan“ und anschließend einer analytischen Herangehensweise, um dem herausgelösten Bestandteil eine (beschreibende) Bedeutung zu entnehmen, die sich zudem für einen Teil der Waren, wie beispielsweise Desinfektionsmittel, nicht ohne Weiteres ergibt. Eine solche zergliedernde, ein Wortzeichen in einzelne Silben zerlegende Betrachtungsweise ist den angesprochenen Verkehrskreisen aber fremd (vgl. BGH GRUR 2001, 1161 - CompuNet/ComNet; GRUR 2004, 240 - MIDAS/medAs; GRUR 2004, 779 - Zwilling/Zweibrüder). Es gilt vielmehr der allgemeine Erfahrungssatz, wonach der Verkehr eine Marke so aufnimmt, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analytischen Betrachtungsweise zu unterziehen. Aus diesem Grund ist auch nicht davon auszugehen, dass der Verkehr der Buchstabenfolge „san“ innerhalb des Wortes „Lindasan“ eine eigenständige, beschreibende Anklänge aufweisende Bedeutung im Sinne von „Sanitärer“ oder „Sanitätswesen“ beimessen wird. Ergänzend ist wie bei der Widerspruchsmarke zu berücksichtigen, dass „Lind“, aber auch „san“ nicht als eigenständige Elemente innerhalb des Wortes „Lindasan“ hervortreten.

Danach stellt sich die jüngere Marke als Kombination einer erkennbaren Herstellerangabe (Dr. Wolff's) und eines weiteren normal kennzeichnungskräftigen Elements (Lindasan) dar, in deren Gesamtgefüge letzteres wie eine Marke in der Marke eine selbständig kennzeichnende Stellung einnimmt. (vgl. hierzu Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Auflage, § 9 Rn. 502).

(c) Wie oben ausgeführt, verfügt die Widerspruchsmarke als nicht beschreibendes Phantasiewort über normale Kennzeichnungskraft, was nach der höchstrichterlichen Ausgangsentscheidung (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE) weitere Voraussetzung für die Annahme einer

Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt einer selbständig kennzeichnenden Stellung ist.

(d) Schließlich stimmt vorliegende Fallgestaltung auch dahingehend mit dem eben genannten Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs zugrunde liegenden Sachverhalt überein, als - wie unter b) ausgeführt - zumindest teilweise Warenidentität besteht.

Damit ist in Übereinstimmung mit der höchstrichterlichen Rechtsprechung davon auszugehen, dass der Verkehr trotz seiner erhöhten Aufmerksamkeit beim Erwerb von Arzneimitteln aufgrund des mit der Widerspruchsmarke hochgradig übereinstimmenden Bestandteils „Lindasan“ der jüngeren Marke auf die gleiche betriebliche Herkunft der identischen Waren oder zumindest auf ihre Herkunft aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen schließen wird. Daher kann die Widersprechende zu Recht die Löschung der Eintragung der jüngeren Marke in diesem Umfang beanspruchen, so dass die Beschwerde gegen die Lösungsentscheidung der Markenstelle insoweit keinen Erfolg haben konnte.

Nicht gerechtfertigt ist die Löschung jedoch hinsichtlich der nur im Ähnlichkeitsbereich liegenden Waren „Diagnostikmittel und -materialien; Absorbierende Erzeugnisse für die Körperhygiene; Damenhygieneartikel; Diätetische Präparate und Nahrungsergänzungsmittel“, da insoweit die irrige Annahme eines gemeinsamen betrieblichen Ursprungs nicht ernsthaft zu befürchten ist. Denn je weiter die Waren voneinander entfernt sind, desto weniger kommt der Gedanke auf, es handele sich um Waren desselben oder eines verbundenen Unternehmens. Im Übrigen ist bei der Annahme einer Verwechslungsgefahr durch gedankliches In-Verbindung-Bringen schon deshalb Zurückhaltung geboten, als sich die Anerkennung dieser Art von Verwechslungsgefahr dem im Markenrecht grundsätzlich nicht zulässigen Elementenschutz annähert (vgl. im Zusammenhang mit der mittelbaren

Verwechslungsgefahr Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Auflage, § 9 Rn. 530). Diesbezüglich war die Entscheidung der Markenstelle auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke mithin aufzuheben und der Widerspruch zurückzuweisen.

3. Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bietet der Streitfall keinen Anlass, so dass es bei der Regelung gemäß § 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG verbleibt.

4. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde war nicht veranlasst. Der Senat hat das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr einschließlich der Gefahr, dass die Vergleichsmarken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden, anhand allgemein anerkannter Kriterien sowie unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls geprüft.

a) Die Beantwortung der ersten Frage der Inhaberin der angegriffenen Marke, ob die Genitiv-Verbindung der beiden Markenelemente der angegriffenen Marke einer selbständig kennzeichnenden Stellung des Bestandteils „Lindasan“ entgegensteht, bedarf schon insofern keiner höchstrichterlichen Klärung, als sich der Bundesgerichtshof in seinem Urteil vom 22. März 2012 in der Sache „METRO/ROLLER´s Metro“ (GRUR 2012, 635 ff.) bereits mit einer vergleichbaren Konstellation befasst und entschieden hat, dass eine selbständig kennzeichnende Stellung auch in einem solchen Fall in Betracht kommt. Entgegen der Auffassung der Inhaberin der angegriffenen Marke hat er die Anwendung dieser Rechtsfigur nicht davon abhängig gemacht, dass der fragliche Bestandteil bereits als Serienzeichen für mehrere Produkte verwendet wird. Vielmehr hat er diesen Gesichtspunkt nur als zusätzliches Kriterium für seine produktkennzeichnende Eignung herangezogen. Dies lässt sich Randziffer 31 der eben genannten Entscheidung entnehmen, wo es heißt (Unterstreichung durch den Senat):

„Für eine selbständig kennzeichnende Stellung des Zeichenbestandteils ‚Metro‘ spricht im Streitfall zudem, dass ... er im Sinne eines Serienzeichens für mehrere Modelle ... verwendet wird.“

Im vorliegenden Fall besteht an der produktkennzeichnenden Funktion des Bestandteils „Lindasan“ angesichts seiner Kombination mit der durch die namensmäßige Bildung ohne Weiteres erkennbaren Herstellerangabe „Dr. Wolff“s“ kein vergleichbarer Zweifel.

Insofern erfordert weder die Fortbildung des Rechts noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs (§ 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

b) Die Beantwortung der zweiten Frage, ob die zwischen dem Bestandteil „Lindasan“ der angegriffenen Marke und der Widerspruchsmarke „LINDESA“ bestehenden Ähnlichkeiten für die Annahme einer Verwechslungsgefahr unter dem Gesichtspunkt einer selbständig kennzeichnenden Stellung ausreichen, hängt von tatsächlichen Feststellungen im konkreten Einzelfall ab. Es handelt sich hierbei aber nicht um eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung gemäß § 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG (vgl. hierzu Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Auflage, § 83 Rn. 21 m. w. N.).

c) Sonstige Gründe für die Zulassung der Rechtsbeschwerde wurden nicht vorgetragen und sind auch nicht ersichtlich.

5. Die Entscheidung konnte im schriftlichen Verfahren ergehen, nachdem die Beteiligten mit Schreiben vom 23. November 2021 und vom 16. März 2023 ihre jeweiligen Hilfsanträge auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung zurückgenommen haben (§ 69 Nr. 1 MarkenG). Eine solche war nach Einschätzung des Senats auch nicht aus Gründen der Sachdienlichkeit geboten (§ 69 Nr. 3 MarkenG).



**III.**

**Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, 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 eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt in elektronischer Form einzulegen.