



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 2/17

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2012 030 505

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 4. Dezember 2017 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener und des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Die Beschwerde der Widersprechenden wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die am 15. Mai 2012 angemeldete Wort- Bildgestaltung



ist am 10. Juli 2012 unter der Nummer 30 2012 030 505 als Wort-/Bildmarke für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen

Klasse 16:

Architekturmodelle, Bilder [Gemälde], gerahmt oder ungerahmt, Blaupausen [Pläne], Booklets, Broschüren, Bücher, Diagramme, Druckereierzeugnisse, Fotografien [Abzüge], geografische Karten, grafische Darstellungen, grafische Reproduktionen, Handbücher, Kataloge, Landkarten, Pausen [Zeichnungskopien], Prospekte, Rundschreiben, Wandtafeln, Zeichnungen;

Klasse 37:

Abbrucharbeiten an Gebäuden, Auskünfte in Bauangelegenheiten, Auskünfte über Reparaturen, Bau von Messeständen und -läden, Bauberatung, Bauleitung, Bauwesen, Dienstleistungen eines Bauträgers, nämlich Durchführung von Bauvorhaben, Fabrikbau, Hoch- und Tiefbauarbeiten, Leitung von Bauarbeiten [Oberaufsicht], Schacht- oder Brunnenbohrungen, Unterwasserbau;

Klasse 42:

Architekturberatung, Beratung auf dem Gebiet der Energieeinsparung, Dienstleistungen eines Architekten, Dienstleistungen eines Bauträgers, nämlich technische Vorbereitung von Bauvorhaben, Dienstleistungen eines Grafikdesigners, Dienstleistungen eines Grafikers, Dienstleistungen eines Industriedesigners, Dienstleistungen eines Innenarchitekten, Dienstleistungen von Ingenieuren, Entwicklung von Nutzungskonzepten für Immobilien in technischer Hinsicht, Erstellung von Computeranimationen, Erstellung von technischen Gutachten, Erstellung wissenschaftlicher Gutachten, Konstruktionsplanung, Qualitätskontrolle, Qualitätsprüfung, Stadtplanung, technische Beratung, technische Projektplanungen, wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen, Zertifizierungen

in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eingetragen worden.

Gegen die Eintragung der am 10. August 2012 veröffentlichten Marke hat die Inhaberin der seit dem 8. August 2005 unter der Nummer 305 02 291 für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 6:

Baumaterialien aus Metall, auch mit schall-, wärme- oder kälteisolierenden Eigenschaften und Feuerschutzelemente, wie insbesondere Fenster oder Türen; Bauelemente aus Metall, auch mit strahlenschirmenden

Eigenschaften, insbesondere Fenster, Türen, Kabinen, Wände, Decken und Böden sowie deren Verkleidungen; transportable Bauten aus Metall, insbesondere Schallhauben für Motoren, Turbinen, Strahltriebwerke und Flugzeuge; Lärmerholungskabinen aus Metall;

Klasse 7:

Schalldämpfer für Rauch-, Abgas-, Zuluft-, Abluft- und Dampfabblasanlagen oder Kühlaggregate (Maschinenteile);

Klasse 11:

Kühlräume und Kühlzellen, insbesondere aus vorgefertigten Elementen; Kühlcontainer;

Klasse 17:

Isoliermaterial und Isolierelemente, insbesondere Schall-, Wärme-, Kälte- und Feuchtigkeitsisoliermaterial in Form von Schüttmaterial, Matten, Platten, Rohrschalen oder anderen Formkörpern, Isolierelemente für Wanddurchleitungen; vorgefertigte Wärme-, Kälte- und Schalldämmwände, -decken und -tunnel; Feuerschutzisolierungen; Schalldämpfungsmittel; Schalldämmungsmittel;

Klasse 19:

Baumaterialien (nicht aus Metall), auch mit schall-, wärme- oder kälteisolierenden Eigenschaften und Feuerschutzelemente, wie insbesondere Fenster oder Türen; Bauelemente (nicht aus Metall), auch mit strahlenschirmenden Eigenschaften, insbesondere Fenster, Türen, Kabinen, Wände, Decken und Böden sowie deren Verkleidungen; transportable Bauten (nicht aus Metall), insbesondere Schallhauben für Motoren, Turbinen, Strahltriebwerke und Flugzeuge; Lärmerholungskabinen (nicht aus Metall); feuerfeste Baumaterialien, insbesondere Ausbauplatten für Fußböden, Wände und Decken;

Klasse 37:

Reparatur und Wartung der vorstehend genannten Waren; Bauwesen, insbesondere Innenausbau, Trockenbau, Erstellung von Feuerschutz-, Wärme-, Kälte- und Schallisierungen an Bauwerken, Bauwerksteilen, betriebstechnischen Anlagen und deren Teilen; Erstellung von Kühlhäusern, Kühlzellen und Kühlräumen; Installationsarbeiten, insbesondere Installation von Feuerschutz-, Wärme-, Kälte- und Schallisierungen an Maschinen, Rohrleitungen, Behältern, Apparaten

eingetragenen Wortmarke

KAEFER

Widerspruch erhoben.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit dem Beschluss vom 18. Februar 2014 eine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zwischen den sich gegenüberstehenden Marken verneint und den Widerspruch zurückgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der Widerspruchsmarke sei ein beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht zu erkennen, sodass von einer normalen Kennzeichnungskraft auszugehen sei. Eine von Seiten der Widersprechenden geltend gemachte gesteigerte Kennzeichnungskraft sei der Widerspruchsmarke mangels Glaubhaftmachung der entsprechenden Behauptungen nicht zuzubilligen. Es stünden sich in der Klasse 37 mit „Bauwesen“ identische Dienstleistungen gegenüber, zur Ähnlichkeit der übrigen Waren und Dienstleistungen sei eine abschließende Beurteilung entbehrlich, weil selbst im Bereich identischer Waren und Dienstleistungen die jüngere Marke den erforderlichen Abstand in jeder Hinsicht einhalte.

In klanglicher Hinsicht seien die sich gegenüberstehenden Marken nicht verwechselbar ähnlich. Der prägende Bestandteil der jüngeren Marke KIEFFER weise mit der Widerspruchsmarke KAEFER zwar Übereinstimmungen in der Silbengliede-

rung auf. Die Anfangsilben KIEFF und KAEF seien aber signifikant verschieden und insbesondere durch die unterschiedlichen Vokale „IE“ – gesprochen als langes I – und AE – gesprochen als Ä – deutlich unterschiedlich. Durch die Stellung am Wortanfang würden die Unterschiede auch hinreichend hervortreten. Auch schriftbildlich seien die Marken nicht verwechselbar ähnlich. Bei einem schriftbildlichen Zeichenvergleich sei die besondere Ausgestaltung der angegriffenen Wort-/Bildmarke zu berücksichtigen. Insoweit unterscheide sich die farbliche Gestaltung der jüngeren schon von der älteren reinen Wortmarke. Die farbliche Unterlegung führe dazu, dass der Wortbestandteil KIEFFER deutlich hervortrete und Besonderheiten wie das doppelte F in der Zeichenmitte besonders auffielen. Zudem sei der unterschiedliche Begriffsgehalt der beiden allgemein bekannten Worte „Kiefer“ und „Käfer“ oder „Kaefer“, deren Sinngehalt sofort und ohne einen weiteren Denkvorgang erfasst werde, eine weitere Abgrenzungshilfe. Anhaltspunkte für andere Arten der Verwechslungsgefahr fehlten.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden. Sie ist der Auffassung, dass zwischen den sich gegenüberstehenden Marken eine erhebliche klangliche, schriftbildliche und begriffliche Ähnlichkeit bestehe. Die Bezeichnung KAEFER sei für die unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren und Dienstleistungen sehr ungewöhnlich, auch zeigten die vorgelegten Umsatzzahlen eine umfangreiche Benutzung, so dass der Widerspruchsmarke eine gesteigerte Kennzeichnungskraft zukomme. Die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen seien hinsichtlich der Dienstleistungen der Klasse 37 „Bauwesen“ identisch. Der Oberbegriff des „Bauwesen“ bezeichne übergreifend das Fachgebiet, das sich mit allen Aspekten des Bauens im Sinn der Errichtung baulicher Anlagen bzw. von Bauwerken beschäftige. Die Dienstleistungen der Klasse 42 der angegriffenen jüngeren Marke seien solche, die im Rahmen von Tätigkeiten im Bauwesen und bei der Erstellung von Isolierungen an Bauwerken bzw. betriebstechnischer Anlagen und deren Teile erforderlich seien, wie sie die Inhaberin der Widerspruchsmarke anbiete. Diese Dienstleistungen seien hochgradig ähnlich zu den Widerspruchsdienstleistungen der Klasse 37 der Widerspruchsmarke. Bei den

angegriffenen Waren der Klasse 16 handele es sich um solche, die dazu dienten, die Dienstleistungen der Klasse 37 der älteren Marke zu visualisieren. Im Rahmen der Erbringung dieser Dienstleistungen würden unter anderem Modelle, Karten, Blaupausen und Zeichnungen erstellt, sodass zwischen den angegriffenen Waren und den genannten Dienstleistungen eine sehr hohe Ähnlichkeit gegeben sei.

Die Vergleichszeichen würden erhebliche Übereinstimmungen in klanglicher und schriftbildlicher Hinsicht aufweisen. Bei der klanglichen Wiedergabe der Zeichen sei festzustellen, dass die Intonation der in KIEFFER und KAEFER unterschiedlich vorhandenen Vokale „I“ (IE werde als langes I gesprochen) bei der angegriffenen und „Ä“ (AE werde gesprochen Ä) bei der Widerspruchsmarke ähnlich sei und die Wörter „KIEFFER“ und „KAEFER“, insbesondere beim schnellen Sprechen, dadurch klanglich angenähert seien, was durch die identischen Wortanfänge der Wörter mit dem Konsonanten „K“ und den identischen Endsilben „FER“ noch begünstigt werde. Die Silbengliederung, der Sprechrhythmus und die Konsonantenfolge der Wörter „KIEFFER“ und „KAEFER“ seien gleich, in ihrer Vokalfolge seien die Bezeichnungen angenähert, so dass sich ein klanglich ähnlicher Gesamteindruck ergebe. Schriftbildlich seien die Übereinstimmungen der Vergleichszeichen noch deutlicher, denn die nahezu gleich langen Wörter KIEFFER und KAEFER glichen sich in ihrem bildlichen Gesamteindruck derart, dass der einzige Unterschied in der Mitte der Marken kaum auffalle. Zu Unrecht sei von der Markenstelle die farbliche Ausgestaltung der angegriffenen Marke berücksichtigt worden. Denn dabei handele es sich lediglich um eine farbige, in quadratischer Form angeordnete Umrahmung eines Wortes. Eine solche einfachste grafische Form, die werbeüblich sei, veränderte das darin enthaltene Wort in keiner Weise. Es handele sich um ein Element, das nicht kennzeichnend sei und daher beim Markenvergleich keine Rolle spiele.

Zu der Frage der begrifflichen Ähnlichkeit der Marken führt die Widersprechende aus, dass den beiden Zeichenwörtern kein Sinngehalt zukomme, denn mit ihrer besonderen Schreibweise würden sie sich gegenüber den jeweiligen Begriffen „Kiefer“ bzw. „Käfer“ so weit abheben, dass sie mit deren Bedeutungen nicht in Verbindung gebracht würden. Bei KIEFFER handele es sich um den Personen-

namen des Inhabers der angegriffenen Marke und bei KAEFER um den Namen der Eigentümerin der Widerspruchsmarke und ihr Unternehmenskennzeichen. Auch sei vorliegend kein (Muster)Fall gegeben, wonach eine an sich bestehende Verwechslungsgefahr der Zeichen sich durch deren unterschiedlichen Sinngehalt reduzierte. Denn nach den Vorgaben der Rechtsprechung müsste sich ein unterschiedlicher Begriffsinhalt für beide Zeichen sofort wahrnehmbar erkennen lassen, sich dem angesprochenen Verkehrskreis gleichsam aufdrängen. Durch den abweichenden Sinngehalt sei es dem angesprochenen Publikum dann möglich, die klanglichen oder bildlichen Unterschiede wesentlich schneller und besser zu erfassen, so dass es zu Verwechslungen der Marken schon nicht komme. Die grundsätzlich mögliche begriffliche Abgrenzung greife aber nicht, wenn die Zeichen aufgrund der hohen schriftbildlichen oder klanglichen Ähnlichkeit miteinander verlesen oder verhört würden, da der abweichende Sinngehalt den angesprochenen Verbrauchern dann gar nicht bewusst werde oder der falsche Begriff in das Bewusstsein komme. Zu berücksichtigen sei zudem, dass es sich bei dem von den Waren und Dienstleistungen angesprochenen Abnehmerkreisen nahezu ausschließlich um Privatpersonen, Bauherren oder Unternehmen handle, die an die Verwendung von Inhabernamen als Unternehmensbezeichnungen gewöhnt seien.

Auf den Einwand des Markeninhabers im Schriftsatz vom 18. September 2015 des fehlenden Nachweises durch die Widersprechende dahingehend, dass die Dienstleistungen eines Architekten unter der Widerspruchsmarke überhaupt angeboten oder „verkauft“ würden, hat die Widersprechende diverse Unterlagen (unter anderem Referenzen über angebotene oder ausgeführte Dienstleistungen und Rechnungskopien aus den Jahren 2007 bis 2015, einen Ausdruck ihres Internetauftritts) sowie zwei eidesstattliche Versicherungen vom 1. Dezember 2015 und vom 15. Mai 2017 mit der Angabe von Umsatzzahlen für den Bereich „Construction“ für die Jahre 2007 bis 2015 vorgelegt.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Februar 2014 in der Hauptsache aufzuheben und auf ihren Widerspruch aus der Marke 305 02 291 hin die Löschung der angegriffenen Marke 30 2012 030 505 anzuordnen.

Sie regt ferner hilfsweise an, die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Der Inhaber der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Bei der vorzunehmenden Gesamtbetrachtung beider Marken unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles bestehe keine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichsmarken. Eine klangliche Verwechslungsgefahr scheidet schon deswegen aus, weil die angegriffene Marke mit dem zu der Namensbezeichnung „KIEFFER“ dazu gehörenden Zusatz „SFA“, gesprochen als „Es-Ef-Ah“, wiedergegeben werden würde. Insoweit sei die Bezeichnung nicht nur länger als die Widerspruchsmarke, sie sei auch phonetisch durch das hohe, helle lange „I“ gut unterscheidbar von dem mit dem „quäkenden“ Vokalumlaut „ÄH“ dunkel gesprochenen „KAEFER“. Auch schriftbildlich sei eine ausreichende Unterscheidung durch das selbständig prägende Wort „SFA“ sowie nicht zuletzt durch die farbige Gestaltung der angegriffenen Marke gewährleistet. Eine gedankliche Assoziation sei, da es sich um grundsätzlich andere Begriffe handele, bereits ausgeschlossen. Der Inhaber der angegriffenen Marke wendet sich darüber hinaus gegen die Annahme weitgehender Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen. Der Markeninhaber sei Architekt und beanspruche die klassischen Bereiche eines Architekten, wohingegen es sich bei der Widersprechenden um ein Bauunternehmen handele, dessen Tätigkeiten mit den Architek-

turdienstleistungen des Markeninhabers nichts gemein habe. Auch soweit die Dienstleistungen in der gleichen Klasse eingeordnet seien, spiele das für die Bewertung der Ähnlichkeit keine Rolle. Zudem sei nicht nachgewiesen, dass die Inhaberin der Widerspruchsmarke Dienstleistungen eines Architekten erbringe, insoweit sei die Marke löschungsreif. Es fehlte der Nachweis dafür, dass diejenigen Dienstleistungen, die sich mit denen der angegriffenen Marke überschneiden, überhaupt angeboten oder verkauft würden.

Ein Antrag auf Durchführung der mündlichen Verhandlung ist von keinem Beteiligten gestellt worden; auf den rechtlichen Hinweis des Senats vom 7. August 2017 erklärten sich die Beteiligten mit einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren einverstanden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 sowie auf die Schriftsätze der Beteiligten und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach § 66 Abs. 1 MarkenG zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist nicht begründet. Entgegen der Auffassung der Widersprechenden besteht zwischen den Vergleichsmarken keine Verwechslungsgefahr nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 i. V. m. § 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, so dass die Markenstelle den Widerspruch zu Recht gemäß § 43 Abs. 2 Satz 2 MarkenG zurückgewiesen hat. Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

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). 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. 40 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.

Ausgehend von diesen Grundsätzen besteht zwischen der angegriffenen Wort-/Bildmarke „“ und der älteren Widerspruchsmarke „KAEFER“ keine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2, 42 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

1. Die gemäß §§ 43 Abs. 1 S. 1 und S. 2 MarkenG zulässige Nichtbenutzungseinrede ist vom Markeninhaber wohl mit Schriftsatz vom 18. September 2015 erhoben worden. Der Markeninhaber hatte in Frage gestellt, dass die Widersprechende Dienstleistungen eines Architekten erbringt bzw. behauptet, dass ein Nachweis für das Erbringen solcher Dienstleistungen fehlt, mit denen sich die Produkte der angegriffenen Marke und die Dienstleistungen der Widersprechenden überschneiden. Darin kann die Erhebung einer unbeschränkten Einrede der Nichtbenutzung nach § 43 Abs. 1 MarkenG gesehen werden. Anders als der Markeninhaber meint, muss die Widersprechende zwar nicht die Benutzung

von Architekturdienstleistungen, die die Widersprechende nach dem Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen gar nicht beansprucht, nachweisen. Aber die Widersprechende dürfte danach eine Benutzung der Widerspruchsmarke für die Waren und Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist und auf die sie den Widerspruch stützt für die relevanten Benutzungszeiträume vom 10. August 2007 bis zum 10. August 2013 nach § 43 Abs. 1 Satz 1 MarkenG und vom 4. Dezember 2012 bis zum 4. Dezember 2017 (als den Zeitpunkt der Entscheidung über den Widerspruch im Beschwerdeverfahren) gemäß § 43 Abs. 1 Satz 2 MarkenG nachzuweisen haben.

Die Widersprechende hat diverse Unterlagen ergänzt durch zwei eidesstattliche Versicherungen eingereicht, die sich auf die Benutzung der Marke für die Dienstleistungen im Bereich des Bauwesens („Construction“) beziehen. Die Entscheidung darüber, ob der Vortrag des Inhabers der angegriffenen Marke als unbeschränkte Nichtbenutzungseinrede auszulegen ist und die damit in Zusammenhang stehenden Benutzungsfragen können aber dahingestellt bleiben, weil auch bei unterstellter Registerlage eine Verwechslungsgefahr nicht gegeben ist.

2. Mangels anderweitiger Anhaltspunkte ist vorliegend von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen. Soweit die Widersprechende meint, eine gesteigerte Kennzeichnungskraft sei der Widerspruchsmarke deswegen zuzubilligen, weil es sich im Bereich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen um eine ungewöhnliche Bezeichnung handele, ist dem nicht zu folgen. Die besondere Eigenart und Einprägsamkeit einer Marke rechtfertigt für sich gesehen keine Steigerung der Kennzeichnungskraft. Eine solche kann nur bei einer durch eine intensive über einen längeren Zeitraum erfolgte Benutzung angenommen werden, wobei die im Einzelfall dafür sprechenden Umstände wie etwa der von der Marke gehaltene Marktanteil, die Intensität, geographische Verbreitung und Dauer der Markenverwendung, die dafür aufgewendeten Werbemittel zu berücksichtigen sind (vgl. dazu Ströbele/Hacker, MarkenG,

11. Aufl., § 9 Rn. 155 ff.). Solche Umstände wurden von der Widersprechenden aber nicht vorgetragen.

3. Wenn zugunsten der Widersprechenden eine ausreichende Benutzung für die geschützten Dienstleistungen unterstellt wird, besteht insbesondere in Bezug auf die übereinstimmend aufgeführten Dienstleistungen der Klasse 37 „Bauwesen“ Identität bzw. hochgradige Ähnlichkeit zwischen den sich gegenüberstehenden Dienstleistungen. Aber den auch bei dieser Ausgangslage strengen Anforderungen an den Markenabstand wird die angegriffene Marke ohne weiteres gerecht, insoweit können Fragen der Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen im Einzelnen dahingestellt bleiben.

4. Die Frage der Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Zeichen ist nach deren Ähnlichkeit im (Schrift-)Bild, im Klang und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die mit ihnen angesprochenen Verkehrskreise in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können (vgl. EuGH GRUR Int. 2010, 129 Rn. 60 – La Española/Carbonell; BGH GRUR 2009, 1055 Rn. 26 – airdsl). Dabei genügt für die Bejahung der Zeichenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche (BGH GRUR 2009, 1055 Rn. 26 – airdsl; BGH GRUR 2011, 824 Rn. 26 – Kappa; BGH GRUR 2006, 60 Rn. 17 – cocodrillo). Bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind. Abzustellen ist dabei auf die Wahrnehmung des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers, der eine Marke regelmäßig in ihrer Gesamtheit erfasst und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (vgl. BGH in GRUR 2016, 283 Rn. 37 – BioGourmet m. w. N.).

Formal betrachtet weisen die Vergleichsbezeichnungen KIEFFER und KAEFER zwar sowohl in klanglicher wie auch in schriftbildlicher Hinsicht erhebliche Übereinstimmungen auf. Klanglich stimmen die zweisilbigen Bezeichnungen bei glei-

cher Silbenzahl und gleichem Sprechrhythmus bis auf den Vokallaut der ersten Sprechsilbe – [KI] anstelle von [KÄ] – komplett überein. Diese Abweichungen sind allerdings für sich gesehen bereits relativ markant. Entscheidungserheblich kommt vorliegend aber zum Tragen, dass beide Bezeichnungen trotz der orthografisch leicht abweichenden Schreibweise einen ausgeprägt unterschiedlichen Begriffsgehalt aufweisen – KAEFER im Sinn von Käfer (Insekt) und KIEFFER im Sinn von Kiefer, dem Körperteil bzw. Baum –, der die deutlichen klanglichen Übereinstimmungen derart überlagert, dass eine Verwechslungsgefahr ausgeschlossen werden kann. Die Voraussetzungen unter denen nach der ständigen Rechtsprechung die an sich vorhandene Verwechslungsgefahr zu verneinen ist, liegen vor (vgl. BGH GRUR 1992, 130, 132 – BALL/Bally; GRUR 2010, 381 Rn. 18, 19 – AIDA/AIDU sowie Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 9 Rn. 290 ff., insbesondere auch Rn. 294 mit zahlreichen weiteren Nachweisen). Der jeweilige konkrete Begriffsgehalt, der hier sogar in Bezug auf beide Zeichen vorliegt, wird bei der klanglichen Wiedergabe der Zeichen von den angesprochenen Verbrauchern, dem Fachverkehr und den Endverbrauchern, auch bei flüchtiger Wahrnehmung sofort erkannt und erfasst ohne dass es eines weiteren Denkvorgangs bedarf. Denn anders als die Widersprechende meint, wirkt sich die gegenüber dem Begriff „Kiefer“ vorliegende Verdoppelung des Mittelkonsonanten klanglich nicht soweit aus, dass das Verständnis verloren geht. Bei der klanglichen Wiedergabe der angegriffenen Marke „KIEFFER“ besteht nahezu kein Unterschied zu dem Wort „KIEFER“, weil die Verdoppelung des Konsonanten „F“ nach dem lang gesprochenen „IE“ in der Wortmitte praktisch nicht zu hören ist bzw. kaum artikuliert werden kann. Gleiches gilt für die Widerspruchsmarke „KAEFER“. Auch hier bewirkt die Schreibweise des Umlauts „Ä“ als „AE“ keine Veränderung, die dazu führt, dass der angesprochene Verkehrskreis den Sinngehalt des Begriffs „Käfer“ nicht mehr bei auch flüchtiger Wahrnehmung sofort erfassen kann oder sein Verständnis einen weiteren Denkvorgang erfordern. Da es Vokalumlaute wie „Ä“ gerade in anderen Sprachen, insbesondere im Englischen, Spanischen und Französischen nicht gibt und „Ä“ auch im Zusammenhang mit Email- und Internetadressen immer

als „AE“ wiedergegeben wird, sind die angesprochenen Verkehrskreise mit einer derartigen Wiedergabe zudem bestens vertraut.

Die klangliche Ähnlichkeit der Vergleichsbezeichnungen ist angesichts der deutlich unterschiedlichen Vokallaute in der ersten Sprechsilbe nach Auffassung des Senats auch nicht derart ausgeprägt, dass ein direktes füreinander Hören in Betracht kommt, was einer Reduzierung bzw. einem Ausschluss der Verwechslungsgefahr durch abweichende Bedeutungsanklänge entgegenstehen würde (vgl. EuGH MarkenR 2011, 22 Rn. 46, 47 – Clina/CLINAIR; BPatG Mitt. 1973, 167 – Chérie/Sheriff).

Auch in schriftbildlicher Hinsicht kommen die unterschiedlichen Bedeutungsanklänge verwechslungsreduzierend zum Tragen, wobei auch die allein in der angegriffenen Marke vorhandene grafische Gestaltung noch verwechslungsmindernd hinzukommt. Auch in schriftbildlicher Hinsicht ist nicht davon auszugehen, dass die Vergleichsbezeichnungen direkt füreinander gelesen werden, und zwar auch insoweit, als die Vergleichsbezeichnungen ohne Berücksichtigung der grafischen Gestaltung der jüngeren Marke verglichen werden. Immerhin unterscheiden sich die maßgeblichen Vergleichswörter an zweiter Buchstabenstelle und auch in der Wortlänge, da die angegriffene Bezeichnung einen Buchstaben mehr aufweist. Bei der Beurteilung der schriftbildlichen Verwechslungsgefahr ist zudem zu berücksichtigen ist, dass das Schriftbild von Marken – anders als dies beim schnell verklingenden gesprochenen Wort der Fall ist – erfahrungsgemäß eine genauere und in der Regel wiederholte Wahrnehmung der Bezeichnungen gestattet (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 9 Rn. 281 m. w. N.).

Im Hinblick auf die unterschiedlichen Begrifflichkeiten der Vergleichsbezeichnungen kommt auch eine begriffliche Verwechslungsgefahr offensichtlich nicht in Betracht.

Anhaltspunkte für eine mittelbare Verwechslungsgefahr der Zeichen fehlen.

Die Beschwerde der Widersprechenden war insoweit zurückzuweisen.

5. Zur Auferlegung der Kosten aus Gründen der Billigkeit gemäß § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG besteht bei der vorliegenden Sachlage keine Veranlassung.

6. Über die Beschwerde konnte ohne mündliche Verhandlung entschieden werden. Die Beteiligten hatten sich mit einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren – der Markeninhaber mit Schriftsatz vom 1. November 2017, die Widersprechende mit Schriftsatz vom 15. November 2017 – ausdrücklich einverstanden erklärt.

III.

Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist nicht veranlasst. Bei den vorliegenden Fragen im Zusammenhang mit der Bedeutung abweichender Begriffsgehalte, die die Übereinstimmungen im Wort oder Klangbild zweier sich gegenüberstehender Marken so reduzieren, dass eine Verwechslungsgefahr zu verneinen ist, werden keine grundsätzlichen Rechtsfragen aufgeworfen (§ 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist auch nicht zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich (§ 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Der Senat hat die sich insoweit stellenden Fragen nach den von der Rechtsprechung aufgestellten maßgeblichen Kriterien beurteilt ohne von diesen abzuweichen (vgl. auch BGH GRUR 2011, 824 Rn. 28 m. w. N. – Kappa). Soweit der Senat davon ausgeht, dass die unterschiedlichen Begrifflichkeiten der Vergleichsbezeichnungen vom Verkehr sofort erkannt werden und die Vergleichsbezeichnungen zudem nicht direkt füreinander gehört oder gelesen werden, handelt es sich um tatrichterliche Bewertungen und nicht um Rechtsfragen, die allein im Rechtsbeschwerdeverfahren überprüft werden könnten.

IV.

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