



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 528/18

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markeneintragung 30 2016 035 542

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 5. Dezember 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, des Richters Schmid und des Richters Dr. Söchtig

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wort-/Bildmarke



ist am 12. Dezember 2016 angemeldet und am 9. Januar 2017 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register für nachfolgende Waren eingetragen worden:

Klasse 3:

Parfümeriewaren; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Seifen; Haarwässer;

Klasse 14:

Uhren; Zeitmessinstrumente;

Klasse 25:

Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen.

Gegen diese Eintragung, die am 10. Februar 2017 veröffentlicht worden ist, hat die Beschwerdeführerin am 24. März 2017 aus ihrer am 12. November 1998 eingetragenen Unionsbildmarke 225 714



Widerspruch eingelegt. Sie ist für folgende Waren eingetragen:

Klasse 9:

Wissenschaftliche, Schiffs-, Vermessungs-, elektrische, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind, photographische, Film-, optische, Wäge-, Meß-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Brillen und Brillengestelle;

Klasse 14:

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 14, hat den Widerspruch mit Beschluss vom 19. März 2018 zurückgewiesen. Zur Begründung hat es ausgeführt, dass zwischen den sich gegenüberstehenden Waren der Klasse 14 Identität sowie zwischen den Waren der Klasse 14 der älteren und den Waren der Klasse 25 der jüngeren Marke entfernte Ähnlichkeit bestehe. Eine solche sei zu den Waren der Klasse 3 der angegriffenen Marke hingegen zu verneinen. Soweit die Widersprechende auf Grund einer fast 130 Jahre andauernden Benutzung und Bewerbung eine weit überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft ihrer Widerspruchsmarke sowie eine daraus resultierende Bekanntheit geltend gemacht habe, könne dem nicht gefolgt werden. Die Widersprechende habe nämlich nur Unterlagen vorgelegt, die eine Verwendung des Unternehmenskennzeichens oder der Wort-/Bildmarke „Longines“ in Kombination mit der Widerspruchsmarke erkennen ließen. Zwar könne eine Marke eine gesteigerte Verkehrsbekanntheit grundsätzlich auch durch Benutzung als Teil einer anderen Marke erlangen. Hiervon könne vorliegend jedoch nicht ausgegangen werden, da sich die von der Widersprechenden vorgelegten Unterlagen nur auf die Gesamtbezeichnung bezögen. In der von ihr mit Schriftsatz vom 2. August 2017 eingereichten Anlage W 5 werde zwar auch das Bildsymbol erwähnt, allerdings ließen die dortigen Ausführungen keine Aussage zum aktuellen Bekanntheitsgrad desselben zu, so dass zusammenfassend lediglich von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen sei.

Die angegriffene Marke, so das Deutsche Patent- und Markenamt weiter, halte den insoweit erforderlichen Zeichenabstand ein. Schriftbildlich, klanglich und begrifflich unterschieden sich die Vergleichsmarken ausreichend, nicht zuletzt durch

den Wortbestandteil „IRON ANNIE“ der jüngeren Marke, welcher ihren klanglichen Gesamteindruck präge und in der Widerspruchsmarke keine Entsprechung finde. Das Flügelsymbol werde nicht als Zweitkennzeichnung aufgefasst, da es sich bei dem Wortbestandteil nicht um ein bekanntes Unternehmenskennzeichen handele und er von dem Bildelement nicht räumlich abgesetzt sei. Ebenso fehle es an der selbständig kennzeichnenden Stellung des Flügelsymbols innerhalb der jüngeren Marke und einer darauf beruhenden Verwechslungsgefahr, da die Widerspruchsmarke nicht identisch oder zumindest hochgradig ähnlich übernommen worden sei. Eine Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne läge damit ebenfalls nicht vor.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit ihrer Beschwerde vom 16. April 2018. Sie trägt vor, die ursprünglich normale Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei durch eine jahrzehntelange und intensive weltweite Benutzung, insbesondere auch in Deutschland, erheblich gesteigert worden. Zur Untermauerung ihres Vorbringens legt die Widersprechende mit Schriftsatz vom 14. November 2018 als Anlagen W 7 bis W 14 bezeichnete weitere Unterlagen vor. Sie trägt vor, die Widerspruchsmarke werde in enger Verbindung mit der Wortmarke „LONGINES“ und in der Regel räumlich unter dieser verwendet, was die vorgelegten Unterlagen belegten. Bereits mit der Widerspruchsbegründung seien in Form der Anlagen W 1 bis W 6 zahlreiche Unterlagen vorgelegt worden, aus denen die große Bekanntheit der Marke „LONGINES“ für Uhren ersichtlich und zugleich die erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke abzuleiten sei. Ausweislich der sogenannten Outfit-Studien des Spiegel-Verlages, die als Anlagen W 1 bis W 3 dem Schriftsatz vom 2. August 2017 beigelegt waren, lägen die Bekanntheitswerte des Wortzeichens bzw. seiner Kombination mit dem Bildzeichen in den Jahren 2001, 2007 und 2013 bei 38 %, 39,9 % und 46,6 %. Es träfe zwar zu, dass sich im Unterschied zu der Studie aus dem Jahr 2001 (vgl. Anlage W 1) die beiden Untersuchungen aus den Jahren 2007 und 2013 (vgl. Anlagen W 2 und W 3) nicht ausdrücklich auch auf die Kombination aus Wort- und Bildzeichen bezögen. Dennoch ließen die verschiedenen Studienergebnisse in der Gesamtschau nur den Schluss zu, dass auch das Bildzeichen als solches in

Deutschland zumindest eine erhebliche Bekanntheit genieße. Bei einem Wort, welches stets zusammen mit einem bestimmten Bild benutzt werde, könne es nicht anders sein, als dass die Bekanntheit des Wortzeichens die Bekanntheit auch des Bildzeichens zur Folge habe. Selbst wenn das Bildzeichen nur halb so bekannt wie das Wortzeichen wäre, läge der Bekanntheitswert des erstgenannten im Jahr 2013 immerhin noch bei mehr als 23 %. Angemessen dürfte jedoch ein deutlich darüber liegender Wert sein. Im Ergebnis sei der Widerspruchsmarke daher eine erheblich erhöhte Kennzeichnungskraft beizumessen.

Die Widersprechende führt des Weiteren aus, dass die sich gegenüberstehenden Waren, insbesondere der Klasse 14, identisch seien. Auch die Ähnlichkeit der beiderseitigen Marken sei zu bejahen. Die Widerspruchsmarke und das Bildelement der angegriffenen Marke wiesen jeweils einen hohen Grad an Stilisierung und Abstraktion, eine vollkommene Symmetrie und V-förmige Verjüngung nach unten hin auf. Auch die jeweiligen mittleren Bildelemente hätten erhebliche Ähnlichkeiten, weil sie sowohl durch senkrechte als auch durch diagonale Linien gebildet würden. Im Gesamteindruck träten die verbleibenden Unterschiede zurück. Zwar enthalte die angegriffene Marke neben ihrem Bildbestandteil noch die Wortfolge „IRON ANNIE“. Der Verkehr werde jedoch die jüngere Marke nicht als einheitliches, sondern vielmehr als zwei eigenständige Zeichen auffassen. Er sei nämlich auch und gerade bei Uhren daran gewöhnt, dass Erst- und Zweitkennzeichnungen räumlich eng zusammen stünden, ohne dass beide ihren selbständigen Charakter verlören. Jedenfalls ein noch relevanter Teil des angesprochenen Verkehrs sei an die Kennzeichnungsgewohnheiten im Uhrensegment gewöhnt und sehe daher das Logo und den Namen tendenziell als jeweils selbständige Kennzeichen an. Zumindest, so die Widersprechende abschließend, bestehe jedoch eine Ähnlichkeit im weiteren Sinne. Auf Grund der hochgradigen Ähnlichkeit des Bildbestandteils der jüngeren Marke mit der bekannten Widerspruchsmarke gelange ein erheblicher Teil der maßgeblichen Verkehrsteilnehmer zu der unzutreffenden Annahme, es bestünden wirtschaftliche oder rechtliche Beziehungen zwischen den jeweiligen Markeninhabern.

Die Widersprechende beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. März 2018 aufzuheben und die Löschung der Eintragung der angegriffenen Marke DE 30 2016 035 542 auf Grund des Widerspruchs aus der Marke UM 225 714 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie verweist auf den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 29. Oktober 2018 (Az. 30 2016 024 973) sowie auf die Entscheidung des EUIPO vom 31. Oktober 2018 (Az. B 2 958 471). Ihrer Aussage nach hätten sie Widersprüche der hiesigen Beschwerdeführerin aus ihrer verfahrensgegenständlichen Marke gegen die Anmeldung bzw. die Eintragung des Bildbestandteils der angegriffenen Marke zum Gegenstand. Das Deutsche Patent- und Markenamt als auch das EUIPO seien zutreffend davon ausgegangen, dass zwischen den sich gegenüberstehenden Zeichen keine hinreichende Ähnlichkeit bestehe. Seien schon die zu vergleichenden graphischen Bestandteile nicht ähnlich, so müsse dies erst recht dann gelten, wenn die angegriffene Marke – wie vorliegend der Fall – zusätzliche kennzeichnende Wortelemente aufweise.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Zu Recht und mit zutreffenden Erwägungen hat das Deutsche Patent- und Markenamt in seinem angegriffenen Beschluss eine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 i. V. m. § 125b Nr. 1 MarkenG zwischen den Vergleichszeichen verneint.

1. Die Frage der Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist nach ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (EuGH GRUR 2010, 1098, Rdnr. 44 - Calvin Klein/HABM; GRUR 2010, 933, Rdnr. 32 - Barbara Becker; GRUR 2006, 237 - PICARO/PICASSO; BGH GRUR 2014, 488, Rdnr. 9 - DESPERADOS/DESPERADO; GRUR 2012, 1040, Rdnr. 25 - pjur/pure; GRUR 2010, 235, Rdnr. 15 - AIDA/AIDU; GRUR 2009, 484, Rdnr. 23 - METROBUS; GRUR 2008, 905, Rdnr. 12 - Pantohexal; GRUR 2008, 258, Rdnr. 20 - INTERCONNECT/T-InterConnect; GRUR 2006, 859, Rdnr. 16 - Malteserkreuz I; GRUR 2006, 60, Rdnr. 12 - coccodrillo m. w. N.). Bei dieser umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind (vgl. EuGH, a. a. O. - Barbara Becker; GRUR Int. 2010, 129, Rdnr. 60 - Aceites del Sur-Coosur SA/Koipe Corporación SL; BGH GRUR 2013, 833, Rdnr. 30 - Culinaria/Villa Culinaria; a. a. O. - pjur/pure).

Ausgehend von diesen Grundsätzen stehen sich die Vergleichszeichen nicht in verwechslungsfähiger Art und Weise gegenüber.

2. Die Widerspruchsmarke verfügt über eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft.

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. Dabei ist auf die Eigenart der Marke in Klang, Bild und Bedeutung abzustellen. Liegen keine konkreten Anhaltspunkte vor, die für eine hohe oder geringe Kennzeichnungskraft sprechen, ist von normaler oder – was dem entspricht – durchschnittlicher Kennzeichnungskraft auszugehen. Beschreibende Anklänge der Marke in Verbindung mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie Schutz beansprucht, können die originäre Kennzeichnungskraft zwar schwächen. Bedarf es einiger Überlegung, um den beschreibenden Gehalt des Zeichens zu erkennen, scheidet allerdings im Regelfall eine Reduzierung der Kennzeichnungskraft wegen einer Anlehnung an einen beschreibenden Begriff aus (vgl. BGH GRUR 2017, 75 - Wunderbaum II).

Die von der Widersprechenden vorgelegten Unterlagen vermögen eine Steigerung der von Hause aus bestehenden durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht zu belegen.

Alle von der Beschwerdeführerin vorgelegten Unterlagen, mit Ausnahme der Anlage W 5, betreffen das Wortzeichen „LONGINES“ in Alleinstellung oder in Kombination mit der Widerspruchsmarke, nicht jedoch letztgenannte in Alleinstellung. Die Ausführungen in der Anlage W 5 lassen wiederum keine Rückschlüsse auf eine gesteigerte Kennzeichnungskraft gerade der Widerspruchsmarke (dort als „geflügelte Sanduhr“ bezeichnet) zu, da sie sich nicht mit der Frage ihrer Bekannt-

heit in Alleinstellung befassen. Auch die von der Beschwerdeführerin vorgelegten Outfit-Studien des Spiegel-Verlages (vgl. Anlagen W 1 bis W 3) haben nicht die Widerspruchsmarke in Alleinstellung zum Gegenstand, so dass aus ihnen keine Rückschlüsse auf eine gesteigerte Kennzeichnungskraft gezogen werden können. Die von der Widersprechenden in diesem Zusammenhang angestellten Überlegungen, nach denen zumindest jeweils die Hälfte des in den Studien ausgewiesenen Bekanntheitsgrads zu Grunde zu legen sei, werden durch keine sachlich nachvollziehbaren Feststellungen getragen. Wird eine Marke lediglich als Teil einer Gesamtbezeichnung benutzt, haben sich nicht direkt auf die Marke beziehende Darlegungen zum Marktanteil, zu Umsätzen oder zur Werbung - wie sie auch in den Anlagen W 7 bis W 14 zu finden sind - lediglich eine sehr eingeschränkte Aussagekraft. In diesem Fall ist es daher unerlässlich, die behauptete Verkehrsbekanntheit durch eine methodisch korrekt durchgeführte demoskopische Untersuchung zu untermauern (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Auflage, 2018, § 9, Rdnr. 170). Die Vorlage einer solchen Verkehrsbefragung ist die Widersprechende jedoch schuldig geblieben, so dass nicht von einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ausgegangen werden kann.

3. Zu Gunsten der Widersprechenden kann unterstellt werden, dass die Waren der jüngeren und der älteren Marke identisch bzw. ähnlich sind.

4. Die vorliegend miteinander zu vergleichenden Marken sind weder identisch noch ähnlich.

a) Vom Gesamteindruck her unterscheiden sich die beiderseitigen Marken ausreichend deutlich voneinander, da die Widerspruchsmarke keine Wortkomponente enthält und in ihr die Begriffskombination „IRON ANNIE“ der angegriffenen Marke keine Entsprechung findet.

b) Für eine Verwechslungsgefahr kommt allein der Bildbestandteil der jüngeren Marke in Betracht. Hierfür ist jedoch erforderlich, dass er vom Verkehr herausgegriffen wird. Dies ist jedoch nicht der Fall, da er weder ihren Gesamteindruck prägt, noch in ihr eine selbständig kennzeichnende Stellung einnimmt.

(1) Einer Prägung des Gesamteindrucks der angegriffenen Marke durch die Darstellung des Flügelsymbols mit einem in der Mitte befindlichen Dreieck steht entgegen, dass der Wortbestandteil „IRON ANNIE“ im Gesamtzeichen drucktechnisch hervorgehoben ist und mindestens gleichwertig neben dem Bildelement erscheint. Es handelt sich bei der Begriffskombination „IRON ANNIE“ zwar um eine Art Kosename für ein Flugzeug des Modells Junkers 52 bzw. „Tante Ju“ (vgl. „www.wikipedia.org“, Suchbegriff: „Junkers Ju 52/3m“). Allerdings erweist sie sich in Verbindung mit den Waren der jüngeren Marke als zumindest durchschnittlich kennzeichnungskräftig, da insbesondere „Uhren; Zeitmessinstrumente“ (Klasse 14) und „Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen“ (Klasse 25) regelmäßig nicht speziell für ein bestimmtes Flugzeugmodell entwickelt werden. Insofern bietet sich die Bezeichnung „IRON ANNIE“ nicht als Bestimmungsangabe an, zumal davon auszugehen ist, dass sie in Deutschland nur in sehr eingeschränktem Umfang Bekanntheit genießt. Demzufolge liegen keine zureichenden Anhaltspunkte dafür vor, dass das Wortelement in den Hintergrund treten wird.

(2) Entgegen dem Vorbringen der Widersprechenden nimmt das grafische Element innerhalb der angegriffenen Marke auch keine selbständig kennzeichnende Stellung ein.

(a) Einzelne oder mehrere Bestandteile eines zusammengesetzten Zeichens können nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nur bei Vorliegen besonderer Umstände als selbständig kennzeichnend angesehen werden. Solche besonderen Umstände können zum Beispiel darin liegen, dass die jüngere zusammengesetzte Marke neben der älteren Marke des Dritten die Unternehmensbezeichnung oder ein Serienzeichen des Markeninhabers enthält (vgl. Kur/v.

Bomhard/Albrecht, Markenrecht, 1. Auflage, 2017, § 14, Rdnr. 455). Dies ist vorliegend jedoch nicht der Fall, da es sich bei der Wortfolge „IRON ANNIE“ weder um die Unternehmensbezeichnung noch um ein Serienzeichen der Inhaberin der angegriffenen Marke handelt.

(b) Außerdem steht der Annahme einer selbständig kennzeichnenden Stellung des Bildelements innerhalb der angegriffenen Marke und einer darauf basierenden Verwechslungsgefahr auch entgegen, dass die beiderseitigen grafischen Darstellungen allenfalls geringe Ähnlichkeiten aufweisen. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs setzt eine Verwechslungsgefahr auf Grund selbständig kennzeichnender Stellung eines Zeichenbestandteils in der jüngeren Marke zwar nicht voraus, dass er mit der älteren Marke identisch ist. Allerdings muss wenigstens hochgradige Ähnlichkeit bestehen (vgl. beispielsweise BGH GRUR 2006, 859, Rdnr. 23 - Malteserkreuz; vgl. zum Ganzen auch Kur/v. Bomhard/Albrecht, a. a. O., § 14, Rdnr. 456).

Auch wenn beide Marken Flügelsymbole enthalten, weisen die sich gegenüberstehenden Bildkomponenten doch signifikante Unterschiede auf. So befindet sich in der Widerspruchsmarke mittig ein weißes mit schwarzen Strichen durchzogenes zweidimensional erscheinendes Viereck, das aus zwei mal zwei jeweils verschieden großen Dreiecken und zwei gleich großen Vierecken besteht. Es soll laut den Ausführungen in der Anlage W 5 eine Sanduhr darstellen. Demgegenüber tritt in dem Bildelement der angegriffenen Marke ein schwarzes mit weißen Linien versehenes Dreieck in der Mitte hervor, welches wiederum in drei gleich große Dreiecke gegliedert ist, die in ihrer Gesamtheit einen dreidimensionalen, jedoch nicht an eine Sanduhr erinnernden Eindruck hervorrufen. Des Weiteren setzen die Flügel in der Widerspruchsmarke mittig links sowie rechts am Viereck an und breiten sich dann nach oben soweit aus, dass sie das Viereck überdecken. Im Gegensatz dazu sind in der angegriffenen Marke die Flügel an der unteren Spitze des Dreiecks und neben ihm angeordnet. Schließlich weist die Widerspruchsmarke auf jeder Seite jeweils vier schmal gehaltene miteinander verbundene Flügelschwin-

gen auf. Dagegen enthält die jüngere Marke seitlich vom Dreieck jeweils drei breit und getrennt dargestellte Flügelschwingen.

(c) Schließlich ist eine selbständig kennzeichnende Stellung auch deshalb zu verneinen, da der Verkehr keine Veranlassung hat, das Wort- und Flügelement in der angegriffenen Marke jeweils als eigenständige Marken aufzufassen. Gegen die Annahme der von der Widersprechenden vorgetragene Zweitkennzeichnung spricht, dass die beiden Elemente kaum räumlich getrennt sind und dem Verkehr als Einheit entgegentreten. Zudem hat die Inhaberin der angegriffenen Marke im Amtsverfahren durch die Vorlage zahlreicher Belege dargetan, dass sich im Uhrensegment verwendete Marken durch die Verbindung eines Wortelements mit einem Bildbestandteil auszeichnen und damit als einheitliches Gesamtzeichen wahrgenommen werden.

c) Auch die Annahme einer Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne scheidet vorliegend aus. Hierfür ist es nicht ausreichend, dass ein Zeichen geeignet ist, Assoziationen an ein fremdes Kennzeichen zu wecken. Vielmehr müssen weitere besondere Umstände vorliegen, die dem Verkehr die Annahme von wirtschaftlichen oder organisatorischen Beziehungen nahelegen. Für die Annahme einer Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne ist daher grundsätzlich erforderlich, dass sich die ältere Marke zu einem im Verkehr bekannten Unternehmenskennzeichen entwickelt hat (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 9, Rdnr. 538 f). Hiervon kann jedoch auch unter Berücksichtigung der von der Beschwerdeführerin vorgelegten Unterlagen nicht ausgegangen werden, da sie – wie oben ausgeführt – keine Hinweise darauf enthalten, dass die Widerspruchsmarke auf die Inhaberin der älteren Marke in besonderem Maße hinweist.

5. Hinsichtlich der Kosten des Beschwerdeverfahrens verbleibt es bei der gesetzlichen Regelung des § 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG, da Billigkeitsgründe für die Auferlegung der Kosten auf einen Beteiligten weder vorgetragen noch ersichtlich sind.

R e c h t s m i t t e l b e l e h r u n g

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. 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 Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, eingereicht werden. Die Frist ist nur gewahrt, wenn die Rechtsbeschwerde vor Fristablauf beim Bundesgerichtshof eingeht. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Prof. Dr. Kortbein

Schmid

Dr. Söchtig

prä